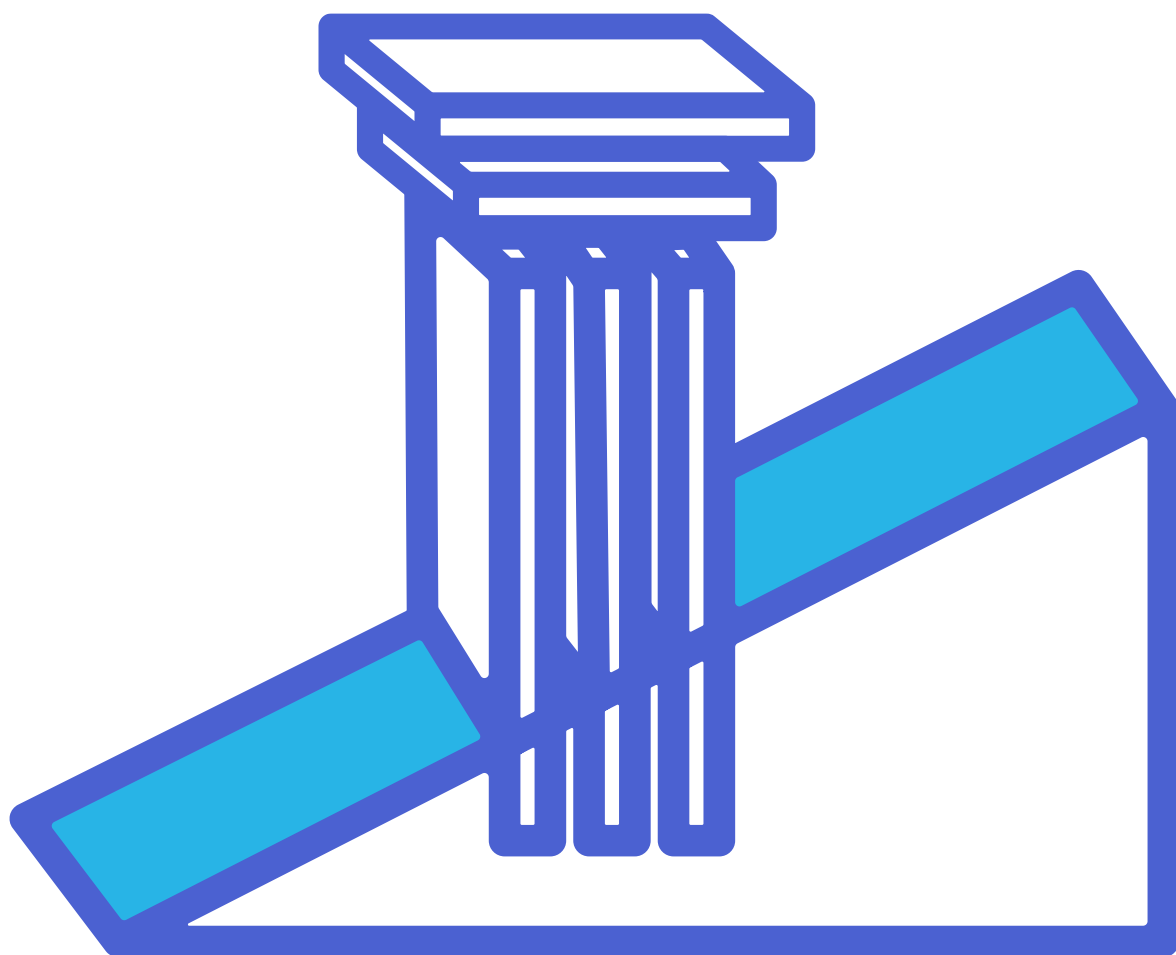

Rassegna Stampa

Aprile 2026

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

febal
casa



Elenco articoli

TIPOLOGIA MEDIA	TESTATA	DATA	ARGOMENTO
PRINT	Gentleman	aprile 2026	Articolo dedicato al progetto Ambassador e allo showroom di San Marino Febal Casa
PRINT	IFDM	aprile 2026	Desing Cru_cover Kitchen_ dedicata a Febal Casa con isola cucina ONDA
PRINT	IFDM	aprile 2026	Articolo dedicato alla collezione ONDA
PRINT	Elle Decoration (Francia)	aprile 2026	Articolo dedicato all'isola cucina ONDA
PRINT	AD - Architectural Digest	aprile 2026	Articolo dedicato al sistema Origina con isola ATLAS
PRINT	AD - Architectural Digest	aprile 2026	Uscita prodotto: armadiatura AURORA
PRINT	Interni	aprile 2026	Uscita prodotto: Origina con isola ATLAS
PRINT	DDN Design Diffusion News	aprile 2026	Uscita prodotto: Origina con isola ATLAS
PRINT	Door	aprile 2026	Articolo dedicato al sistema Origina con isola ATLAS
PRINT	Door	aprile 2026	Uscita prodotto: isola cucina ONDA
PRINT	Ambiente Cucina	aprile 2026	Uscita prodotto: Origina con isola ATLAS
PRINT	MFL (MF)	aprile 2026	Uscita prodotto: Origina con isola ATLAS
PRINT	D La Repubblica delle Donne (La Repubblica)	11 aprile 2026	Uscita prodotto: isola cucina ONDA
ONLINE	X-Styles/Mediaset.it	13 aprile 2026	Articolo dedicato a EuroCucina 2026, all'interno del quale è presente Febal Casa con l'isola cucina ATLAS



Elenco articoli

TIPOLOGIA MEDIA	TESTATA	DATA	ARGOMENTO
ONLINE	lfdm.design.it	15 aprile 2026	Articolo dedicato al progetto "The Grand Cru of Design" di IFDM con tra i protagonisti Febal Casa
ONLINE	Giornalesm.com	16 aprile 2026	Articolo dedicato alla partecipazione di Febal Casa al prossimo Salone del Mobile.Milano
ONLINE	Ambientecucinaweb.it	17 aprile 2026	Articolo dedicato alla partecipazione di Febal Casa al Salone del Mobile.Milano
ONLINE	Theplan.it	17 aprile 2026	Uscita prodotto: isola cucina ONDA
PRINT	D La Repubblica delle Donne (La Repubblica)	18 aprile 2026	Articolo dedicato al sistema Origina con isola ATLAS
PRINT	WWD	20 aprile 2026	Articolo dedicato al Salone del Mobile 2026 con quote di Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato Colombini Group
ONLINE	lfdm.design	20 aprile 2026	Articolo dedicato alla collezione ONDA
ONLINE	Ad-italia.it	20 aprile 2026	Uscita prodotto: armadiatura AURORA
PRINT	Corriere della Sera_Dorso Design	21 aprile 2026	Articolo dedicato a Febal Casa con quote di Emanuel Colombini, Presidente e Chief Design Officer Colombini Group
PRINT	La Repubblica_Dorso Design	21 aprile 2026	Articolo dedicato al sistema Origina con isola ATLAS, con alcune dichiarazioni di Emanuel Colombini, Presidente e Chief Design Officer Colombini Group
PRINT	Il Sole 24 Ore_Rapporto Design	21 aprile 2026	Articolo dedicato all'evoluzione degli spazi abitativi e della zona cucina, con quote di Emanuel Colombini, Presidente e Chief Design Officer Colombini Group



Elenco articoli

TIPOLOGIA MEDIA	TESTATA	DATA	ARGOMENTO
PRINT	MF Fashion	21 aprile 2026	Intervista a Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato Colombini Group, dedicata a Febal Casa, le prospettive 2026 e le strategie di crescita
ONLINE	Milanofinanza.it	21 aprile 2026	Ripresa online dell'intervista a Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato Colombini Group, dedicata a Febal Casa, le prospettive 2026 e le strategie di crescita
PRINT	QN Album	21 aprile 2026	Articolo dedicato ai trend di Eurocucina 2026 all'interno del quale viene menzionata l'isola cucina ONDA
ONLINE	Quotidiano.net	21 aprile 2026	Ripresa online dell'articolo dedicato ai trend di Eurocucina 2026 all'interno del quale viene menzionata l'isola cucina ONDA
ONLINE	WWD.com	21 aprile 2026	Ripresa online dell'articolo dedicato al Salone del Mobile 2026 con quote di Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato Colombini Group
ONLINE	Internimagazine.it	21 aprile 2026	Uscita prodotto: Origina con isola ATLAS
TV	Rai TG1	21 aprile 2026	Servizio di apertura del Salone del Mobile.Milano, all'interno del quale sono presenti le immagini dello stand Febal Casa
TV	Class TV	21 aprile 2026	Intervista a Emanuel Colombini, Presidente e CDO Colombini Group, e a Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato Colombini Group, realizzata in occasione del Salone del Mobile.Milano



Elenco articoli

TIPOLOGIA MEDIA	TESTATA	DATA	ARGOMENTO
ONLINE	Mediakey.it	21 aprile 2026	Articolo dedicato alla partecipazione di Febal Casa al Salone del Mobile.Milano
ONLINE	Vanityfair.it	22 aprile 2026	Articolo dedicato alla partecipazione di Febal Casa al Salone del Mobile.Milano
SOCIAL	IG Interni Magazine	22 aprile 2026	IG Story dedicata al sistema Origina con isola ATLAS
ONLINE	Living.corriere.it	23 aprile 2026	Uscita prodotto: isola cucina ONDA
ONLINE	Italiaparlare.com	23 aprile 2026	Ripresa online dell'articolo dedicato all'evoluzione degli spazi abitativi e della zona cucina, con quote di Emanuel Colombini, Presidente e Chief Design Officer Colombini Group
ONLINE	Mahalsa.it	23 aprile 2026	Ripresa online dell'articolo dedicato all'evoluzione degli spazi abitativi e della zona cucina, con quote di Emanuel Colombini, Presidente e Chief Design Officer Colombini Group
ONLINE	Tradersunion.com	23 aprile 2026	Ripresa online dell'articolo dedicato all'evoluzione degli spazi abitativi e della zona cucina, con quote di Emanuel Colombini, Presidente e Chief Design Officer Colombini Group
ONLINE	Ilsole24ore.com	24 aprile 2026	Ripresa online dell'articolo dedicato all'evoluzione degli spazi abitativi e della zona cucina, con quote di Emanuel Colombini, Presidente e Chief Design Officer Colombini Group
ONLINE	It.fashionnetwork.com	24 aprile 2026	Intervista a Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato Colombini Group, dedicata al Gruppo Colombini



Elenco articoli

TIPOLOGIA MEDIA	TESTATA	DATA	ARGOMENTO
ONLINE	Internimagazine.it	24 aprile 2026	Articolo dedicato a EuroCucina 2026, all'interno del quale è presente Febal Casa
ONLINE	Informazione.news	24 aprile 2026	Ripresa online dell'articolo dedicato all'evoluzione degli spazi abitativi e della zona cucina, con quote di Emanuel Colombini, Presidente e Chief Design Officer Colombini Group
ONLINE	Msn.com	24 aprile 2026	Ripresa online dell'articolo dedicato all'evoluzione degli spazi abitativi e della zona cucina, con quote di Emanuel Colombini, Presidente e Chief Design Officer Colombini Group
SOCIAL	IG Elle Decor	24 aprile 2026	Video reel dedicato alla presenza di Febal Casa al Salone del Mobile.Milano
TV	Uno mattina in famiglia_RAI 1	25 aprile 2026	Servizio reportage sulla Milano Design Week con intervista a Emanuel Colombini, Presidente e CDO Colombini Group, e a Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato Colombini Group
SOCIAL	IG Living (Corriere della Sera)	25 aprile 2026	Video reel con reportage di Eurocucina, all'interno del quale è presente anche Febal Casa
TV	Studio Aperto Mag_Italia 1	26 aprile 2026	Servizio reportage sulla Milano Design Week con intervista a Emanuel Colombini, Presidente e CDO Colombini Group
ONLINE	lfdm.design	27 aprile 2026	Articolo dedicato al sistema Origina con isola ATLAS



Elenco articoli

TIPOLOGIA MEDIA	TESTATA	DATA	ARGOMENTO
SOCIAL	IG Pambianco Design	27 aprile 2026	Video reel con intervista a Emanuel Colombini, Presidente e CDO Colombini Group, realizzato in occasione del Salone del Mobile.Milano
ONLINE	Platformarchitecture.it	29 aprile 2026	Articolo dedicato alla presenza di Febal Casa al Salone del Mobile.Milano
SOCIAL	IG Platform	29 aprile 2026	IG Stories dedicate alla presenza di Febal Casa al Salone del Mobile.Milano
ONLINE	Ambientecucinaweb.it	29 aprile 2026	Articolo reportage di Eurocucina, all'interno del quale è presente anche Febal Casa
SOCIAL	IG AD Italia	30 aprile 2026	Video reel dedicato alla presenza di Febal Casa al Salone del Mobile.Milano
PRINT	Panorama Collezione	maggio 2026	Uscita prodotto: Origina con isola ATLAS



PTE CONT. 6,50 € - USA 9,50 \$ - Da abbinare obbligatoriamente ed esclusivamente venerdì 10 aprile con Mercati Finanziari o ItaliaOggi a euro 4,00 (MF/IO 2,00 + Gentlemen 2,00) in tutta Italia* In tutti gli altri giorni solo Gentlemen a euro 4,00. *Solo nelle aree coperte dalla distribuzione dei quotidiani, nelle altre dal 10 aprile solo Gentlemen a euro 4,00. Spedizione in abbonamento postale L. 46/2004 art. 1 c. 1 DCB Milano

MF
il quotidiano
dei mercati finanziari

★
**SECONDO POLSO
OROLOGI**
Un mercato importante.
Tutto da scoprire
★

Gentleman

IL MENSILE PER GLI UOMINI CHE AMANO LA VITA - NUMERO 310 - APRILE 2026

Maria Porro, presidente del Salone del Mobile, e Claudio Feltrin, presidente di FederlegnoArredo, fotografati nel Museo del Design della Triennale di Milano, con la seduta Capitello, progettata da Gufram nel 1971.



MILANO
**NEL TEMPIO
DEL DESIGN**

**INNOVAZIONE, BUSINESS E CREATIVITÀ
S'INTRECCIANO NEI GIORNI
DEL SALONE DEL MOBILE, COME
RACCONTANO MARIA PORRO
E CLAUDIO FELTRIN**



Spazi immersivi

Con il progetto Ambassador Febal Casa ridisegna la filosofia dei negozi, racconta il presidente e cdo di Colombini Group

-DI FRANCA ROTTOLA-



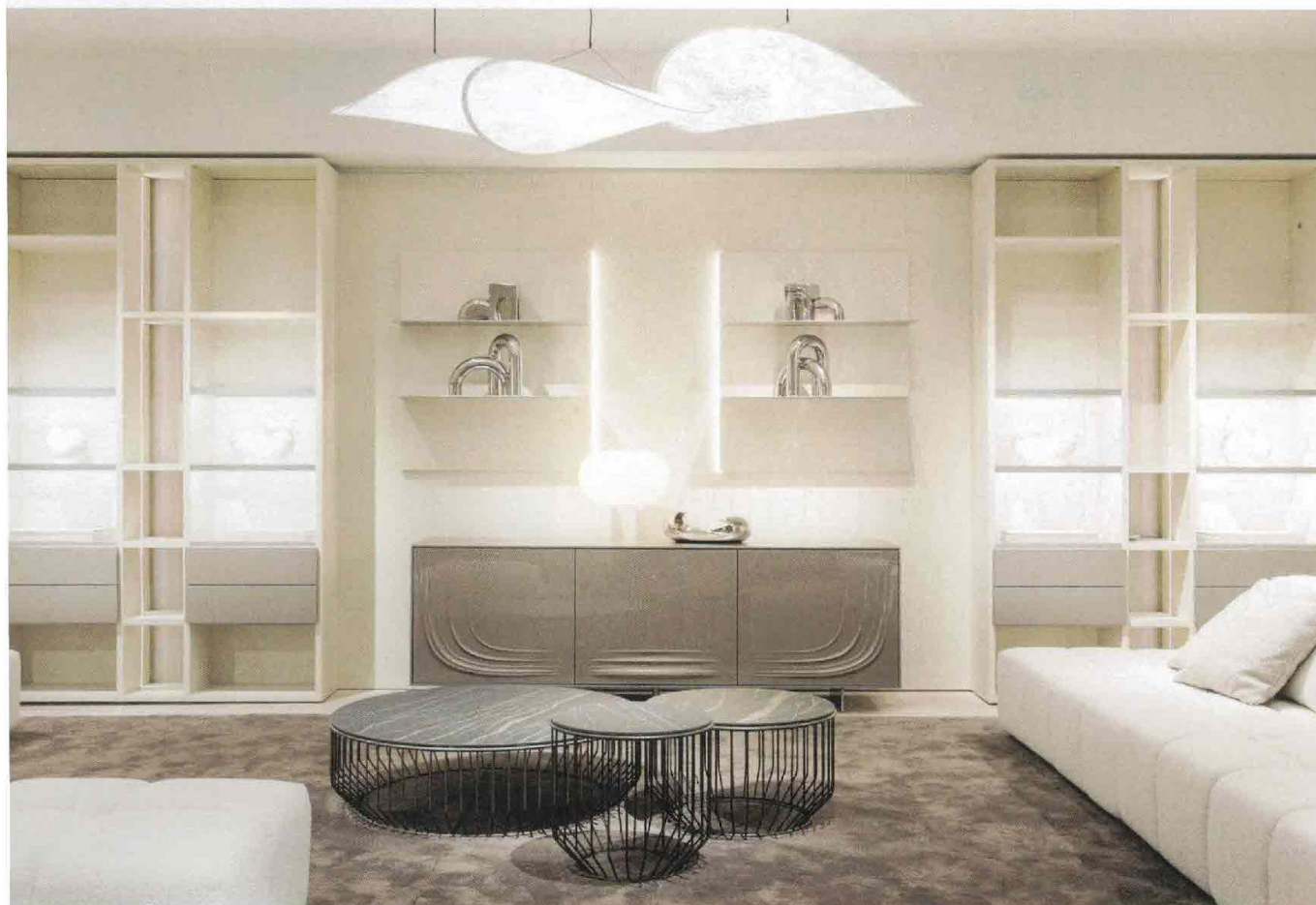
D DA OLTRE 60 ANNI REALTÀ CONSOLIDATA nel settore dell'arredamento, Colombini Group rafforza la propria visione strategica nel retail con la formula Ambassador di Febal Casa, un format che trasforma il flagship store in un luogo di relazione, racconto e cultura progettuale che trova la sua massima espressione nel nuovo spazio di San Marino, concepito come piattaforma esperienziale capace di interpretare l'abitare contemporaneo.

«Non una vetrina, ma un'estensione concreta della nostra identità progettuale e imprenditoriale», racconta Emanuel Colombini, presidente e chief design officer Colombini Group. «Credo fortemente nel valore degli showroom come luoghi di cultura del progetto, capaci di generare connessioni autentiche con il cliente e di raccontare, in modo coerente e immersivo, l'evoluzione dei nostri brand». Lo spazio nato dalla collaborazione tra il reparto di ricerca e sviluppo di Colombini Group e lo studio svizzero di architettura Studio A++, si estende su 1.000 mq articolati in quattro Case, Autentica, Perfetta, Audace e A-Mare, connesse da una galleria centrale dedicata ai sistemi di armadiature. Qui il design supera la dimensione di prodotto per



A sinistra, Emanuel Colombini, presidente e chief design officer Colombini Group. Sopra e a destra, due immagini del flagship store di Febal Casa San Marino realizzato con il nuovo format Ambassador.





A sinistra, un'immagine del living con la media Onda e, in basso, la foto del sistema di armadiature Febal Casa, esposte nel flagship store Febal Casa San Marino.

Qui architettura ed emozione si uniscono per **intercettare** un consumatore sempre più evoluto

diventare un'esperienza immersiva in cui materia, architettura ed emozione si uniscono in un percorso che restituisce l'identità del brand e ne amplifica i valori.

Il percorso espositivo si sviluppa come un racconto: **Casa Autentica** richiama lo stile degli anni 70, con finiture in legno scuro, pensili con vetri fumé e cucine con gola in metallo brunito; ambiente cosmopolita e sofisticata razionalità per **Casa Perfetta**, con armadiature a scomparsa, boiserie su misura, palette neutre e la cucina Origina con anta Square Libeskind²², firmata da Daniel Libeskind, un incontro tra rigore e creatività. **Casa Audace**, una visione più contemporanea, tra superfici in ceramica, metalli satinati e divani modulari in velluto e, **Casa A-Mare**, ospita la collezione Onda, nata dalla collaborazione con Zaha Hadid Architects: un sistema cucina-scultura dalle forme geometrie fluide e texture ispirate all'q natura.

Elemento cardine del flagship store è la galleria espositiva, dove le armadiature Febal Casa esprimono la loro massima versatilità. Pensato come format replicabile anche sui mercati esteri. Ambassador s'inserisce in una strategia di sviluppo selettivo ed esperienziale del retail, confermando il ruolo degli showroom come strumenti chiave per intercettare un consumatore sempre più evoluto. 



Colors on the cover by Sigma Coatings
brand of PPG Architectural Coatings Italy

INTERIOR FURNITURE DESIGN MAGAZINE

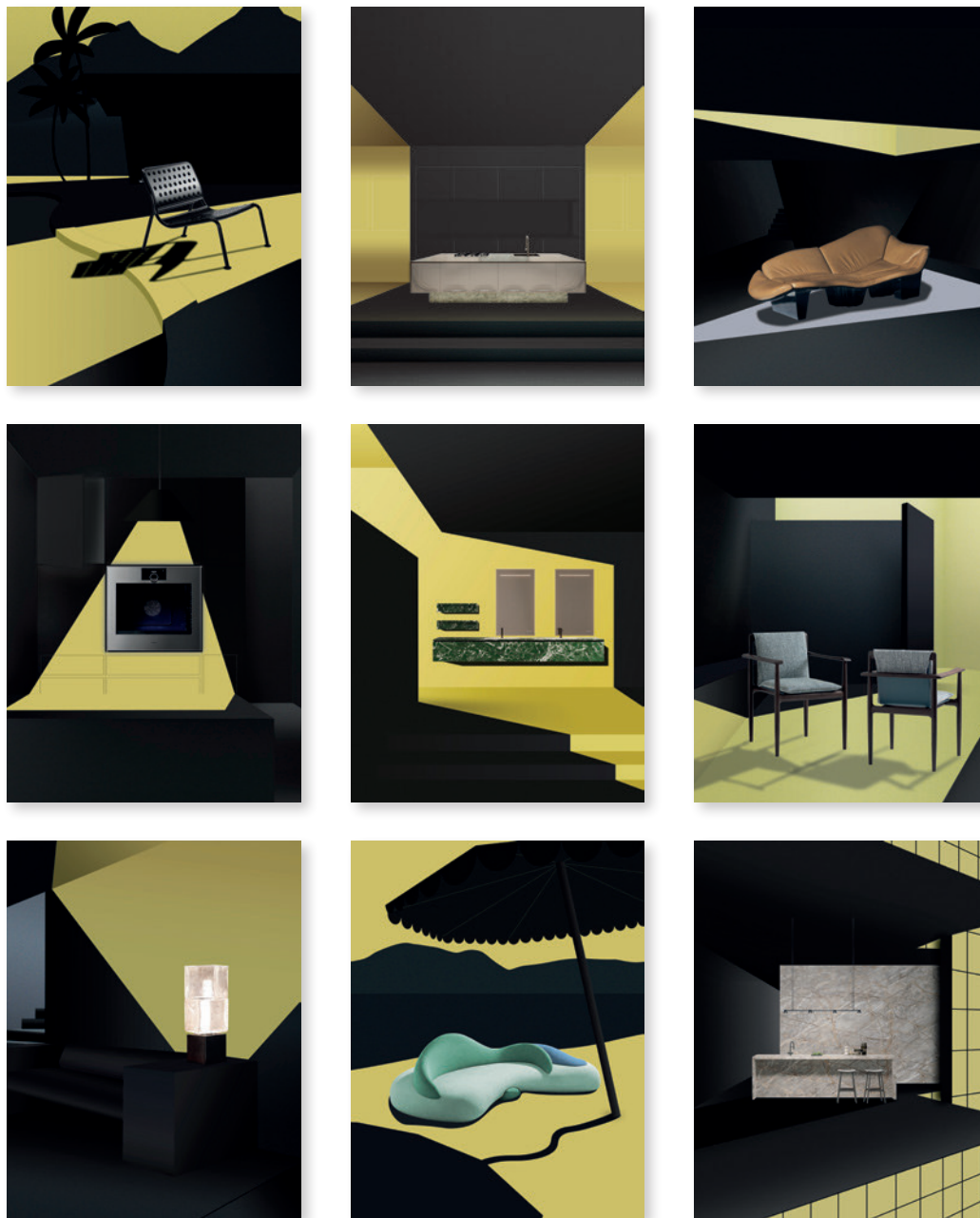
IFDM



FEBAL CASA
ONDA
ZAHA HADID ARCHITECTS

THE GRAND CRU LIVING KITCHEN

DESIGN ISSUE
April 2026 - Year XX
www.ifdm.design



THE GRAND CRU

reimagined: design as dream

Last year, IFDM introduced the notion of The Grand Cru of Design, borrowing from the lexicon of oenology to define a rarefied category of excellence. As in the vineyard, where terroir, care, and time converge into singular vintages, so too design was framed as the outcome of precision, authorship, and cultural resonance. Ten “cru” emerged – each a distilled expression of its field – spilling from the printed page into the urban fabric of Milan. In 2026, the project matures into a more immersive, almost cinematic experience. The Grand Cru is no longer simply observed; it is inhabited, refracted, and subtly destabilised. The author of this transformation is Riccardo Fornoni, founder of Creamatelier, an architect whose visual language has long navigated the porous boundary between representation and imagination. His collaborations – ranging from Maison & Objet to the LVMH Group – have demonstrated a refined ability to translate brand

identity into evocative spatial narratives. Here, he brings that sensibility to a public stage.

At the heart of this year’s edition lies, once again, a series of covers, each dedicated to a design excellence – yet conceived as fragments of a broader, evolving vision. Their extension into the city – most notably within the San Babila metro station, from April 19 to May 3 – constitutes a bold exercise in perceptual choreography. Posters, video interventions, and an occupation of shared spaces converge into an installation that challenges the neutrality of transit environments. Fornoni’s concept is encapsulated in a phrase that is, at first glance, deceptively simple: “leaning on light, photography and typography to underline every Design Cru”. Each image in the series presents a furnishing object placed within a room whose perspective is deliberately amplified. These interiors – or exteriors – barely suggested, exist on a threshold between presence and absence, rendered in

deep, almost nocturnal tones. Then, like a chromatic ignition, a single hue emerges: Secret Safari, the Colour of the Year selected by Sigma Coatings, a brand of PPG Architectural Coatings Italy and partner of the project. This calibrated intervention is not merely an accent, but a true spatial catalyst.

The result is an optical expansion. Walls appear to recede, volumes to dilate. The station – typically a site of hurried passage – acquires an unexpected depth, as if stretched by an unseen force. One’s gaze is momentarily deceived; more intriguingly, one’s bodily perception follows suit. The infrastructure of movement becomes, fleetingly, a place of dwelling. In this sense, The Grand Cru of Design 2026 transcends its initial metaphor. If last year evoked the cultivation of excellence, this edition explores its diffusion – how design, at its most distilled, can permeate everyday life, altering not only what we see, but how we inhabit space.

Onda by Febal, design Zaha Hadid Architects



THE GRAND CRU

Living Kitchen

Kitchens redefine the home's heart, integrating with living areas. Organic forms, sculptural volumes, refined materials, and advanced modularity combine. Design celebrates conviviality, personalization, and aesthetic-functional balance, creating spaces evolving with inhabitants.

ONDA: the shape of water, a dialogue between light and matter



The ONDA island flows like a current through the kitchen space, uniting Febal Casa's vision with the architectural sensibility of Zaha Hadid Architects. The metallic-effect back-painted glass door surfaces capture the light, while subtle undulations evoke the movement of the sea, making the island the protagonist of a

setting suspended between dynamism and harmony. The island is part of a collection that is completed by the sideboard, complementary elements where design and functionality meet seamlessly. The ONDA island stands as the focal point of the space: it integrates hob, sink, and customizable modules, all while main-

taining rhythm and lightness and avoiding any formal rigidity. The sideboard echoes the island's design language, with balanced proportions and textures, offering visual continuity with the surrounding environment and accentuating depth and luminosity. The signature of Zaha Hadid Architects is evident in the fluid lines and

natural inspirations. The metallic surfaces and undulating fronts become a visual narrative, evoking the movement of water and the shifting perception of light within the space. Every detail, from the aluminum to the finishes of the bases and countertops, contributes to transforming daily gestures into sensory and visually gratifying moments. The materials – from aluminum to metallic glass surfaces, and even stoneware, Laminam, or Neolith for the countertops and bases – offer extensive customization possibilities, while calibrated proportions and the fluidity of forms create a perfect balance between aesthetics and functionality. Febal Casa will be a key player at Milano Design Week 2026 (April 21–26) at Salone del Mobile.Milano EuroCucina (Fiera Milano, Rho), Hall 4, Stand C04–C08, with a stand that will not merely be an exhibition space, but a true architectural project. Concurrently, the brand will be present in the heart of the Brera Design District, at its flagship store on Via Fatebenefratelli 18. ONDA fits into this journey as a manifesto of matter and movement, a project where design is not limited to daily use, but rather tells a contemporary vision of space, composed of rhythm, reflections, and sensory harmony.

ONDA, design Zaha Hadid Architects

📍 EUROCUKINA: Hall 4/C04-C08

📍 MDW25: Via Fatebenefratelli 18



A convivial embrace

García Cumini and Cesar continue their design reflection on contemporary kitchen geometry and materials, shaping an unprecedented language. Evolving from the Tangram kitchen, new modules (columns, wall units, wall-mounted bases) now complete and expand the island. The result is an articulated composition, where curved surfaces draw soft landscapes, amidst solids and voids punctuated by vertical grooves with an irregular rhythm, a distinctive feature of the system.

TANGRAM, design García Cumini

📍 MDW26: Via Larga, 23

DE GROIX À
SAINT-CADO, SUR
LES SENTIERS DU
MORBIHAN

ELLE DECORATION

VILLE OU
CAMPAGNE

NOS MAISONS DE RÊVE

4 PROJETS ENTRE
INTIMITÉ ET LIBERTÉ

SPECIAL
CUISINES

20 MODÈLES
INSPIRANTS

+ NOTRE SHOPPING
À DÉVORER

TISSUS
Bleus, roses,
verts ou jaunes
LA SUBTILITÉ
DES UNIS

Épure,
high-tech,
nature...

BIEN-ÊTRE
LE NOUVEAU
GRAAL
DU TOURISME

L 14126 - 332 - F: 5,90 € - RD

N°332 AVRIL 2026

FRANCE METRO : 5,90€ - AND : 6,50€ - D : 8,90€
BEL : 6,40€ ESP : 6,50€ - GR : 6,50€ - IT : 6,50€
LUX : 6,90€ - PORT CONT : 6,90€ - DOM S : 6,90€
TOM S : 1100XPF - CAN : 11,95€ CAD CH : 9,70CHF
MAR : 80MAD - TUN : 20TND





3/Good vibes

L'îlot "Onda" signé Zaha Hadid Design dévoile d'élégantes portes en verre effet métal encadrées d'aluminium et un plan de travail en Laminam Empendor brillant (l. de 180 à 360 x p. 121 cm). Entièrement personnalisable avec intégration d'une table de cuisson, d'un évier, etc. **FEBAL CASA.**

AD

DAL SALONE
DEL MOBILE
AL MONDO



E ADESSO MILANO



Febal Casa firma la cucina contemporanea

C'è un nuovo modo di intendere la cucina contemporanea. Ispirata alle atmosfere delle grandi metropoli internazionali, la composizione cucina Origina di Febal Casa definisce uno scenario in cui geometrie pure e superfici materiche costruiscono un equilibrio misurato tra pieni e trasparenze. La luce naturale diventa materia progettuale, scivola sui volumi, ne esalta le texture e contribuisce a dilatare la percezione dello spazio, restituendo profondità e respiro all'ambiente. Il cuore visivo è l'isola Atlas, presenza scultorea che organizza lo spazio con autorevolezza. "Con l'Isola Atlas abbiamo immaginato un elemento dal carattere deciso, quasi architettonico, capace di diventare il fulcro visivo e progettuale dello spazio domestico. Il materiale scelto per piano, fianchi e basamento dà forma a un volume compatto e materico, in cui la continuità delle superfici rafforza

Nella pagina a fianco, l'isola Atlas, cuore scultoreo di Origina. Sotto, le vetrine illuminate esaltano l'architetturalità del progetto di Febal Casa.

Origina interpreta l'abitare con un linguaggio minimalista e caldo: modularità ampia, composizioni leggere e un equilibrio perfetto tra estetica e funzionalità

la dimensione scultorea del progetto. Lo zoccolo con giunzioni a 45° e le ante con telaio in alluminio specchio bronzo catturano e riflettono la luce, generando un dinamismo visivo di grande profondità", spiega Emanuel Colombini, Presidente e Chief Design Officer di Colombini Group. Sullo sfondo, le colonne con ante in vetro e ripiani retroilluminati scandiscono la parete con un ritmo elegante, trasformando il contenimento in esposizione e costruendo un'atmosfera calda e rarefatta. L'illuminazione, calibrata e diffusa, assume in questo modo un ruolo narrativo, capace di dare forma allo spazio e di accompagnarne la percezione. In questa configurazione, la cucina si presta a essere interpretata come luogo di accoglienza e rappresentanza, dove rigore formale e linearità definiscono un linguaggio raffinato. A questa dimensione più scenografica, Febal Casa affianca la possibilità di sviluppare una seconda area più operativa, pensata per accogliere le funzioni quotidiane in modo riservato e ordinato. Una versatilità progettuale che consente di articolare gli spazi in base alle diverse esigenze dell'abitare contemporaneo, mantenendo intatta la coerenza estetica e l'equilibrio tra forma e funzione. Il sistema Origina anticipa così una visione evoluta dell'abitare, destinata a trovare piena espressione nelle soluzioni presentate al Salone del Mobile Milano EuroCucina 2026: una cucina sempre più prossima all'architettura, capace di interpretare con naturale eleganza le esigenze degli stili di vita globali.



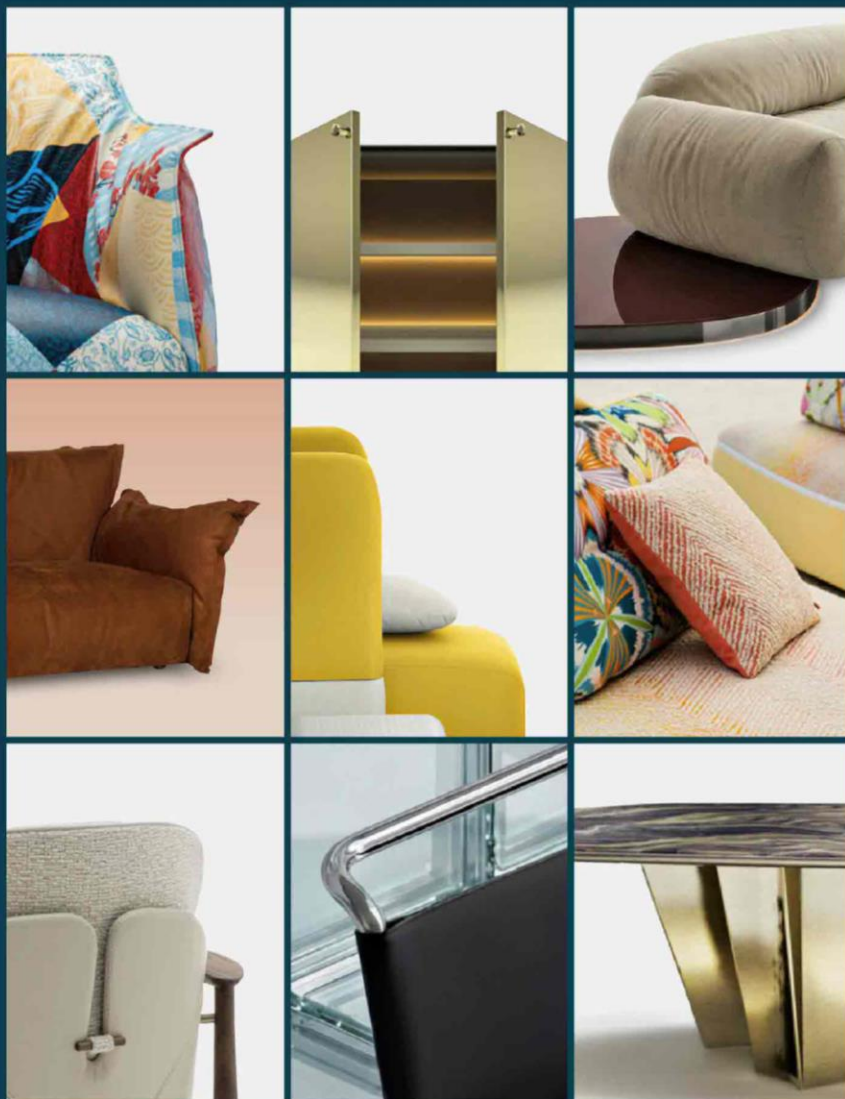
AD

DAL SALONE
DEL MOBILE
AL MONDO



E ADESSO MILANO

ANTEPRIME



A CURA DI Marilena Pitino

Creatività, artigianato e innovazione animano la MDW, tra forme inedite, ricerca sui materiali e cromie insolite. Perché il design non smette mai di stupire

Vai su ad-italia.it per scoprire tutte le altre novità del settore

Composizioni leggere

FEBAL CASA

Grazie all'uso del vetro, l'armadiatura *Aurora* esplora l'idea di leggerezza. È dotata di anta battente e l'interno, studiato nei dettagli, combina finiture materiche a un'ergonomia intuitiva. A destra, la libreria *Lapis* scandisce lo spazio con pieni e vuoti.



INTERNI

THE MAGAZINE OF INTERIORS AND CONTEMPORARY DESIGN

N° 4 APRILE/APRIL 2026

Monthly Italy/Mensile Italia € 8 Distribution 15 aprile/April 2026
At € 17,50 - BE € 15,10 - CH CHF 18 - DE € 20,50 - DK kr 145 - E € 15 - F € 15 - NL € 18,99 - MC Cote d'Azur € 15,10 - PT € 15 - US \$ 28
Poste Italiane SpA - Sped. in A.P.D.L. 352/03 art.1, comma1, DGB Verona



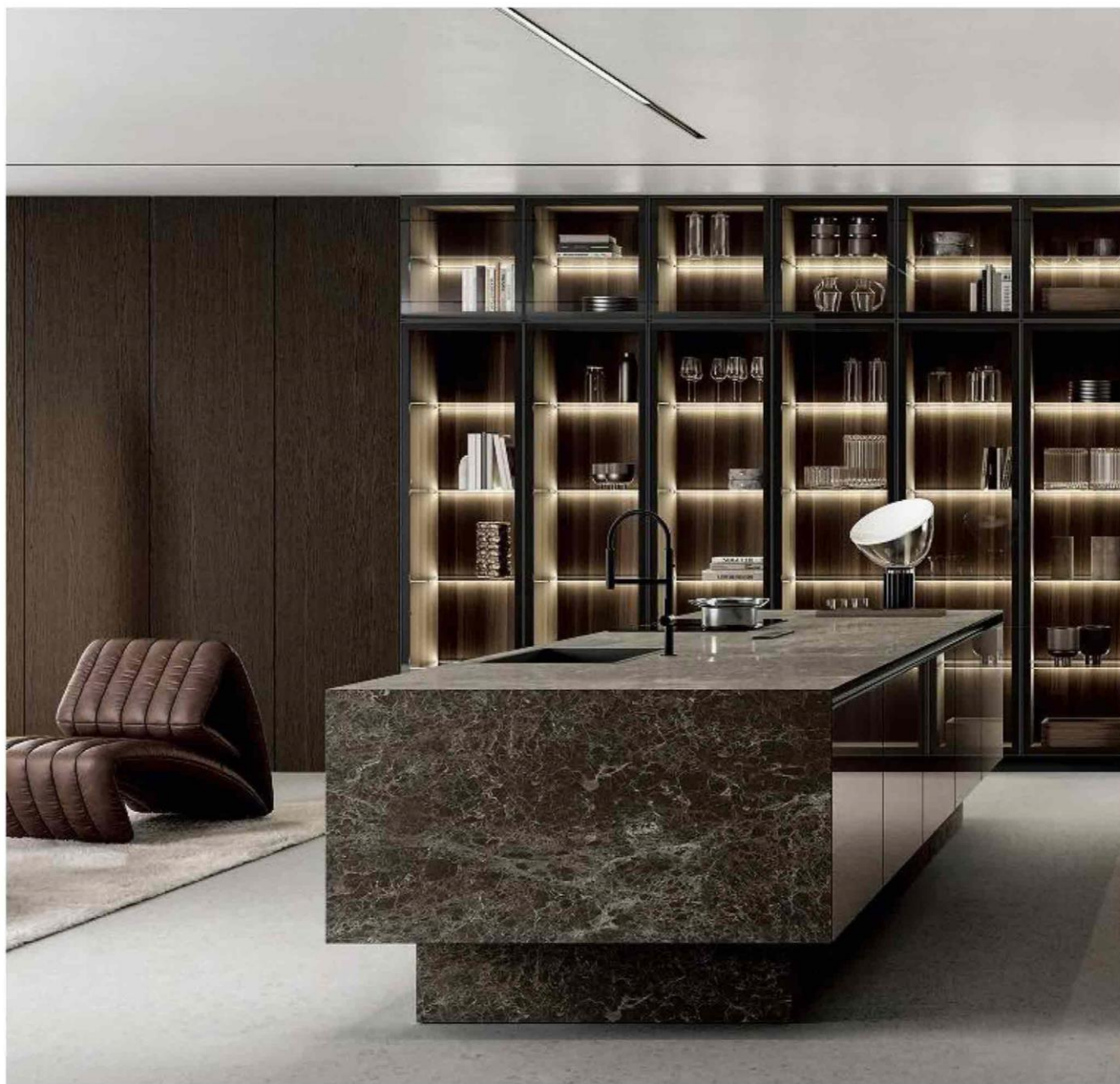
Materiali

GRUPPO  MONDADORI

↓ Emanuel Colombini, presidente e Chief Design Officer Colombini Group: "Con l'isola Atlas della cucina Origina di **Febal Casa**, abbiamo immaginato un elemento dal carattere deciso, quasi architettonico, capace di diventare il fulcro visivo e progettuale dello spazio domestico.

Il Laminam Emperador Extra Lucidato, scelto per piano, fianchi e basamento, dà forma a un volume compatto e materico, in cui la continuità delle superfici rafforza la dimensione scultorea del progetto. Lo zoccolo con giunzioni a 45° e le ante con telaio in alluminio specchio

bronzo catturano e riflettono la luce, creando profondità. Per noi la cucina è questo: uno spazio in cui materia, luce e architettura dialogano per dare vita a un'esperienza estetica contemporanea".



from a wall ceramic to a place for gatherings and enhancing relationships.

K.C. / florim.com, terzadimensione.com

Light at high altitudes

Luce&Light has designed the lighting of the High-line project, a new cultural and tourist hub suspended above the Galleria Vittorio Emanuele II in Milan: a path of 250 meters at a height of 40 meters, which runs along the vaults of the Gallery up to the magnificent Sala degli Orologi and a panoramic terrace overlooking the cathedral. The lighting project completed by the company is an integral part of the recovery initiative that led to the opening of the path, dialoguing harmoniously with the original architecture and avoiding light pollution. Specifically, the suspended path is illuminated by Neva Pro Mini, linear profiles that generate a grazing light that defines the walking surface; the arches wreathed with jasmine are enhanced by light from Reiko 1.0 projectors, while the panoramic decking along the walkway enjoys the discreet light from Ginko 3.0 luminaires. Then the infographics that recount the history and anecdotes of the Gallery are highlighted by the Trevi 1.1 and 1.2 profiles, whose diffused emission ensures easy readability. Finally, Krill Track 4.0 projectors were used for the path leading to the Sala degli Orologi, shaping the beam of light around its geometry. A.P. / lucelight.it

PRODUCTION

P. 63

Kitchens Matter

article Andrea Pirruccio

In the year of EuroCucina, the challenge of quality is played out, as always, in the field of materials. To find out all about them, we asked those directly involved: presidents, CEOs and designers

Captions: Pag. 63 Carlo Presotto, designer with Andrea Bassanello for **Modulnova**: "Twenty Lab grew out of research into materials that interprets stone in an architectural key. Travertino Titanium marble introduces a layered and deep surface, shot through with mineral shades and warm tones. The depth of the milled surfaces accentuates the three-dimensional quality of the material and gives the volume a more intense architectural presence. Through the technical process developed, the stone retains the visual strength of the solid block while being structurally lightened. In this way the material becomes a design feature: it defines proportions, builds continuity and generates an im-

mersive spatial experience. This is where Artistry takes shape, where design research, technique and material sensibility converge in a new expression of the total living project." **Pag. 64** Vincent Van Duysen, designer for **Molteni&C**: "For the Physis kitchen, we chose Hinoki veneer because of its quiet strength and innate integrity. This fine Japanese wood conveys a sense of purity and calm, essential to the spirit of the kitchen. Its subtle veining, delicate fragrance and characteristic light hue give the model warmth and tactility, while its natural strength and suitability for humid environments make it particularly appropriate for this space. In addition to performance, Hinoki has allowed us to create a continuous and delicate architectural surface that enhances the organic nature of the space and expresses a refined and timeless atmosphere." **Pag. 65** Emanuel Colombini, president and Chief Design Officer of Colombini Group: "With the Atlas island of the Origina kitchen from **Febal Casa**, we have imagined an element with a strong, almost architectural character, capable of becoming the visual and design focus of the domestic space. Laminam Emperador Extra Polished, chosen for the worktop, sides and base, shapes a compact and tactile volume, in which the continuity of the surfaces reinforces the sculptural dimension of the project. The plinth with 45° joints and the doors with a bronze mirror aluminum frame capture and reflect the light, creating depth. For us, this is what the kitchen is all about: a space in which matter, light and architecture dialogue to create a contemporary aesthetic experience." **Pag. 66** Fabiana Scavolini, CEO of **Scavolini**: "Flair expresses the synthesis of our idea of the contemporary kitchen: a project where design and material engage in a harmonious dialogue. The finishes become the standout features, enhancing the softness of the lines and the sensory component of the material. For the composition presented at Eurocucina, we have chosen a delicate and sophisticated palette: Panna Porcellana matte lacquer, combined with the authentic warmth of Emmer Oak, is completed with the Vitium Technology top with a Super Beige texture customized by Scavolini, capable of giving depth and material character. A balance between essence and atmosphere, designed to adapt naturally to different styles of living." **Pag. 67** Piero Sabatini, creative director of **TM Italia**: "The Avignon model in a new edition shows an unprecedented range of over 400 finishes. The Alphabet Design represents the company's compositional code, with a careful search for materials selected to ensure very high combinability, enabling uncompromising aesthetic grammars with over 128 new shades if lacquer, over 60 varieties of wood, 32 kinds of natural stone, over ten metals and steels, 26 laminates, over ten metal lacquers, 20 ceramics, over 10 natural resins, 8 kinds of quartz, over 40 types of glass and much more. For TM Italia this is the Culture of Uniqueness, which makes it the ideal partner for architects and designers who want to express their idea of living without com-

promising." Marc Sadler, designer for **Euromobil**: "The material that characterizes this reinterpretation of SEI is stainless steel, which combines strength, durability and ease of maintenance. Its resistance to oxidation and non-porous surface make it ideal for the kitchen, where hygiene is a crucial requirement. Its durability is another distinctive feature. At a time when sustainability dictates design guidelines, stainless steel is a responsible solution: it withstands shocks and loads with great effectiveness, guarantees a prolonged life and is completely recyclable. But stainless steel is also an aesthetic choice: its elegance is enhanced by an aging treatment – obtained by an artisanal technique resulting from a long process of experimentation – which reproduces the natural veining passing through blocks of marble." **Pag. 68** Gabriele Centazzo, designer and founder of **Valcucine**: "With Archigraphica I wanted to bring wood back to its natural dimension, as a living mass, not just a veneer. In a society that tends to lose the connection with nature, wood is once again a tactile experience, an ancestral contact with the material." Ferruccio Laviani, designer for **DoimoCucine**: "I believe the primary material in a kitchen – in this case we're talking about Desco, one of the new compositions in the Impronta collection – is not wood, marble or metal. It's the idea. It's the idea that defines it, that gives it direction and character, that holds together function and feeling. The materials come later: they're the words of a broader discourse. They can be natural, technological, quiet, or vibrant, but what makes them necessary is the thought that orders them. Without an idea, the kitchen is just a set of surfaces. With an idea, it can become a story." **Pag. 70** Franco Driusso, designer for **Arrital**: "The Ak_Project kitchen organizes the central volume and triggers a vertical gesture: the pull-out Lift system exploits blind spaces and makes otherwise invisible functions accessible. The finish in lacquered Iron creates a unified material surface, capable of absorbing light and reflecting it with restraint. One wall (at right) becomes Planar paneling, made from Carbo Walnut, conveys architectural warmth and connects the functions, until it closes in the integrated Pass System. The new Feeling Home system (at left) extends this vocabulary to the living room: 45° connections between side and door define pure profiles, while the backlit paneling adds a depth that measures the space and enhances the materials." Giuseppe Bavuso, designer for **Ernestomeda**: "The tops and hobs of the new Sign Round have been made with the innovative WPS (Wafer Pressure Stone) material, working on responsible innovation: the result is a full-thickness technical surface with a low silicon content. This maintains high mechanical performance but during the operations of cutting, milling and sanding, it does not generate significant amounts of fine dust, drastically improving safety conditions in the workshops and production departments. For me, design is also industrial culture, process and care. An engineered material with a low silica content is

DESIGN DIFFUSION *news*

dd
n

FUTURO ANTERIORE

8.000 "ITALIA JUNIOR" PE 13.00 - D. C. 490 - GRE 1.50 PE 15.40 - EE 1.90 - GB 68P11.00 - BE 10.00 - SR 1.70 - CH 5R 25.90 - ILE 19.00 - AE 10.00 - MEX 1.7200 - BSN 1.120+9720 - Mensile TAXE PERC. ILE 7555A - RISCOSSA - LUT. 0.00 - C. 092 - C. 0580 - MIANO - Sped. in abb. postale n. 455 - DL 353/2003 (Comun. L. 2702/04 n. 46) art. 1 comma 1 DCB Milano



309

Eleve Schistano

L'isola Atlas della cucina Origina per **Febal Casa** si distingue come elemento scultoreo e fulcro dell'ambiente. Il Laminam Emperador Extra Lucidato, utilizzato per piano, fianchi e basamento, aggiunge un effetto materico, valorizzando la continuità monolitica del volume.

*The Atlas island in **Febal Casa**'s Origina kitchen stands out as a sculptural element and the focal point of the space. Laminam Emperador Extra Lucidato, used for the worktop, sides, and base, adds a rich material effect while enhancing the monolithic continuity of the volume.*



door

VINCENT
VAN DUYSSEN

PEOPLE
MAKE
SALONE
2026

Nov 2019 - Aprile 2020 - ENGLISH TEXT Mensile. Da vendarsi obbligatoriamente con la Repubblica dal 15/04/2020 al prezzo complessivo di € 2,50.
Da gennaio successivo all'uscita, opzionale a € 4,00 più il prezzo de la Repubblica. Spedite con post. artistico Legge 48/01 del 27/02/2004 Roma.

la Repubblica



9 771970 474139



Le scelte di **door** per Febal Casa

Spazi aperti in evoluzione

Origina Febal Casa fonde cucina e living, per un abitare contemporaneo funzionale e di carattere che celebra la materia in un'architettura fluida, modulare ed essenziale

Spazio sociale, laboratorio domestico, teatro quotidiano: negli ultimi anni la cucina è sconfinata nel living, diventando il luogo della casa in cui succede di più. Ed è qui che il design sta giocando una delle sue partite più interessanti. Da questa trasformazione nasce Origina, il sistema di cucina firmato Febal Casa. Un progetto che traduce l'evoluzione dello spazio in un insieme di segni capaci di costruire l'ambiente attraverso superfici, volumi sospesi e relazioni tra pieni e vuoti dove materia, luce e configurazione dello spazio dialogano in modo continuo.

Il nome non è casuale. Origina evoca la genesi, l'idea di un punto di partenza, tornando agli elementi fondamentali del design rilette con uno sguardo attuale. Le composizioni diventano scenografie fluide, capaci di evolvere insieme a chi le abita: moduli che si combinano, superfici che collegano cucina e living senza soluzione di continuità, definendo uno scenario di geometrie pure e restituendo profondità e respiro all'ambiente.

«Con l'Isola Atlas abbiamo immaginato un elemento dal carattere deciso, quasi archi-

tettonico, capace di diventare il fulcro visivo e progettuale dello spazio domestico», racconta Emanuel Colombini, Presidente e Chief Design Officer di Colombini Group.

«Il materiale scelto per piano, fianchi e basamento dà forma a un volume compatto e materico, in cui la continuità delle superfici rafforza la dimensione scultorea del progetto. Lo zoccolo con giunzioni a 45° e le ante con telaio in alluminio specchio bronzo catturano e riflettono la luce, creando profondità. Per noi la cucina è questo: uno spazio in cui materia, luce e architettura dialogano per dare vita a un'esperienza».

Il principio attraversa l'intera struttura, ispirata alle grandi metropoli internazionali, in perfetto equilibrio tra rigore formale e percezione sensoriale. L'isola crea un continuum visivo dall'effetto marmoreo raffinato e la cucina smette di essere un ambiente chiu-

so per diventare parte di un paesaggio abitativo più ampio, in cui le funzioni si mescolano. In questa configurazione, lo spazio può essere modulato come cucina di rappresentanza, affiancata da una seconda area più operativa concepita per le funzioni quotidiane. Le colonne con ante in vetro e ripiani retroilluminati scandiscono la parete con ritmo elegante, trasformando il contenimento in esposizione e contribuendo a costruire un'atmosfera calda, rarefatta, mentre l'insieme restituisce armonia, ordine e misura.

L'intero sistema anticipa una visione evoluta dell'abitare, destinata a trovare piena espressione nelle soluzioni che saranno presentate al Salone del Mobile Milano EuroCucina: sempre più vicine all'architettura, capaci di interpretare le esigenze degli stili di vita globali dove non si cercano solo soluzioni funzionali, ma anche ambienti dotati di carattere. Origina ci riesce attraverso una grammatica di forme essenziali e materie autentiche, dove ogni composizione si traduce in spazio contemporaneo, capace di coniugare funzionalità, estetica e relazioni quotidiane.

Monolite scultoreo

Nella pagina a fianco,
cucina Origina Febal Casa: Isola Atlas
con ante telaio alluminio specchio bronzo

door

VINCENT
VAN DUYSSEN

PEOPLE
MAKE
SALONE
2026

1975 - Aprile 2026 - ENGLISH TEXT Mensile. Da wondera collaborativamente con la Repubblica a tutt'oggi 2009 la rivista è pubblicata in 12 numeri all'anno. C. 2.000
La Repubblica è un'azienda a partecipazione paritetica, specializzata in € 600 più il prezzo di La Repubblica. Sped. in abb. post. autorizz. L. 276/03 art. 1, comma 1, lett. a) - 276/03 art. 1, comma 1, lett. a)

La Repubblica



FEBAL CASA
ONDA



DESIGN
Zaha Hadid Architects

290 Dal connubio di industria e artigianato,
l'anta in vetro fuso retroverniciato,
attraversata da sottili onde, cattura la luce.

ambiente **cucina**

BIMESTRALE TECNICHE NUOVE - VIA ERTREPA 21 - 20157 MILANO - POSTE ITALIANE SPA - ISSN 0392-5730

ANNO 50 MARZO | APRILE 2026

291

ROUND TABLE
LA CUCINA
DEGLI ARCHITETTI

50 Anni

STILI IN DIALOGO



VERDE MÉLANGE E TRASPARENZE FEBAL CASA

Effetto pietra dalle **intense sfumature di verde**: il Laminam Emperor Extra Lucidato, che avvolge il top, i fianchi e il basamento dell'isola Atlas del modello **Origina**, impreziosita dal **vetro a specchio bronzato** delle antine che donano un ulteriore

tocco luxury al blocco operativo. Le colonne con **ante in vetro** e **ripiani retroilluminati**, che pongono in risalto oggetti e libri, conferiscono ritmo e leggerezza componendo un **equilibrio sofisticato** tra materia, luce e architettura, con un risultato estetico e visivo di forte impatto.



FEBAL CASA Green mélange and transparency

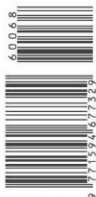
A stone-effect surface with **intense green veining**: Laminam Emperor Extra Lucidato covers the tops, sides and base of the Atlas island from the Origina model, enhanced by **bronzed mirrored glass fronts** that add a luxurious touch to the working area. **The tall units with glass doors and backlit shelves**, which highlight objects and books, lend rhythm and lightness, creating a sophisticated balance between material, light and architecture, with a striking aesthetic and visual result.

www.mffashion.com

MFL

Magazine
For
Living

n. 68 APRILE 2026. Solo in abbinamento con MF/Milano Finanza - IT Euro 5,00 oltre il prezzo del quotidiano - TRIMESTRALE



Nella foto, da sinistra, Luisa Delle Piane, Rossella Colombari, Alessandro Palmaghini, Alessandro Padoan, Rossana Orlandi e Annalisa Rosso ritratti nella sala Maria Teresa della Biblioteca Brainerdiana di Milano. Foto Max ©Max&Douglas

EVENTS / IL SALONE CRESCE
CON I PEZZI UNICI DI RARITAS

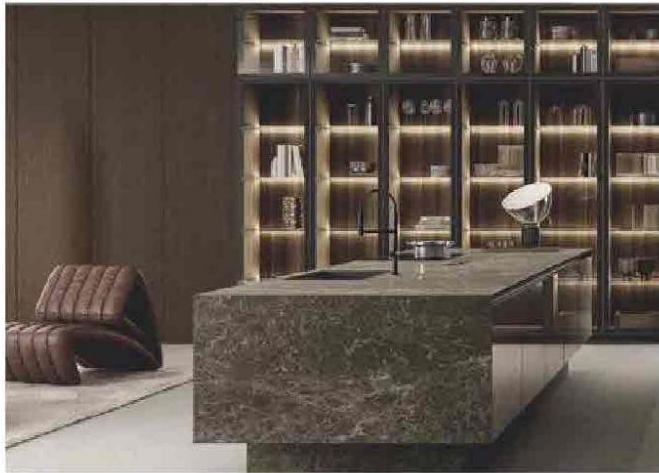
OBJECTS / NUOVI MUST-HAVE PER
UNA WUNDERKAMMER MODERNA

PLACES / UNA CASA-ATELIER
E UN LOFT DALL'ANIMO ARTSY

Supplemento al numero odierno di MF/Milano Finanza. Specializzazione in abbonamento postale. I.C. 11 DC/2 Milano

THE COLLECTIVE

SCRIGNI DESIGN. VIAGGIO NELLE GALLERIE MILANESI TRA ARREDI D'AUTORE E LIMITED EDITION



FEBAL CASA Origina, isola in laminam emperador lucido

L O N D O N

C A L L I N G

D S T Y L E S / S 2 0 2 6

UN'ONDA IN CUCINA

Febal Casa sarà presente ad Eurocucina (Padiglione 04, Stand Co4-Co8) con uno spazio di oltre 900 mq progettato dal reparto R&D dell'azienda insieme a Studio A++.

Tra le proposte, la collezione Onda, realizzata in collaborazione con Zaha Hadid Architects.

Nell'isola cucina – con base e top in materiali pregiati e telaio in alluminio – le superfici delle ante in vetro fuso retroverniciato effetto metallo, attraversate da onde leggere, evocano il movimento dell'acqua e il suo riflesso mutevole. Esprimendo il connubio perfetto tra industria e artigianalità. ■





EuroCucina 2026, nuovi spazi per cucinare: cosa cambia davvero

Lo spazio domestico si riscrive tra movimento, materia e tecnologia invisibile

Di Patrizia Piccinini



Tangram, Cesar - Courtesy Cesar

Basta santuari e basta "cuori pulsanti": **nel 2026 la cucina** ha finalmente smesso di recitare la parte della stanza del focolare per diventare **un set cinematografico ad alta tecnologia**, una sorta di smartphone abitabile dove tutto ruota, trasforma e, soprattutto, si mette in mostra. Se una volta il massimo dell'emozione era scegliere il colore delle ante, oggi EuroCucina, in programma durante il [Salone del mobile 2026 a Fiera Milano Rho](#) bombarda con macchine sceniche come **Orbita** di Snaidero, che grazie a Orlando Design ruota basi e colonne di 20 gradi, trasformando la disposizione dei mobili in un balletto geometrico che sfida la noia delle pareti dritte. È un design che non sta fermo, esattamente come noi, e che preferisce il dinamismo di un "Transformer" alla staticità di un vecchio tinello.



Orbita, Snaidero - Courtesy Snaidero

In questo scenario, **il minimalismo ha smesso di essere quel rigore freddo** che faceva quasi sentire in colpa anche solo per aver appoggiato un mazzo di chiavi sul piano. Arredo3lo dimostra con un restyling profondo del modello **Asia**, [dove il design smette di essere sterile](#)

per diventare "pop" e tattile. **Non è solo una questione di colori**, come il nuovo e avvolgente Cappuccino, ma di dettagli che scaldano l'anima della stanza: profili in bronzo dust, accostamenti materici tra travi in legno e finiture metalliche, e una modularità che permette di cucirsi addosso lo spazio come un abito su misura. Con Arredo3 la cucina diventa un sistema flessibile, capace di passare dalla preparazione di una cena gourmet a piano d'appoggio per la vita quotidiana senza perdere un briciolo di stile.



Asia, Arredo3 - Courtesy Arredo3

La fine degli spigoli

La vera dichiarazione di guerra agli spigoli arriva però da Arclinea. Con il tocco di Antonio Citterio, il brand lancia **Kora**, una cucina che usa la curva come una nuova grammatica: un'isola scultorea che se ne frega dei rigidi vincoli di ortogonalità e si muove libera nello spazio. Qui il marmo non è solo un dettaglio, ma una materia continua che riveste ante e fianchi, con venature che accompagnano la rotazione del volume e maniglie incise direttamente nella pietra.



Kora, Arclinea - Courtesy Arclinea

Sulla stessa scia di morbidezza si muove Molteni&C con **Physis**, dove il direttore creativo Vincent Van Duysen smussa ogni angolo con lavorazioni a "mezzo toro" che rendono i fianchi dolci al tatto. Non è solo bella da guardare, è quasi terapeutica: l'uso del tranciato Hinoki, un legno giapponese prezioso che resiste all'umidità e combatte i batteri naturalmente, trasforma il bancone snack in una zona zen sotto una luce LED calda e integrata.



Physis, Molteni&C - Courtesy Molteni&C

Tutto scomparire per lasciare spazio alla materia pura, come l'imponenza monolitica di **Atlas** per Febal Casa, rivestita in Laminam Emperador, o la cappa in acciaio della **Cina** di Schiffini che, a quarant'anni dal suo debutto, continua a dettare legge grazie all'indimenticabile matita di Vico Magistretti.



A sinistra: Atlas, Febal Casa - Courtesy Febal Casa; Cina, Schiffini - Courtesy Schiffini

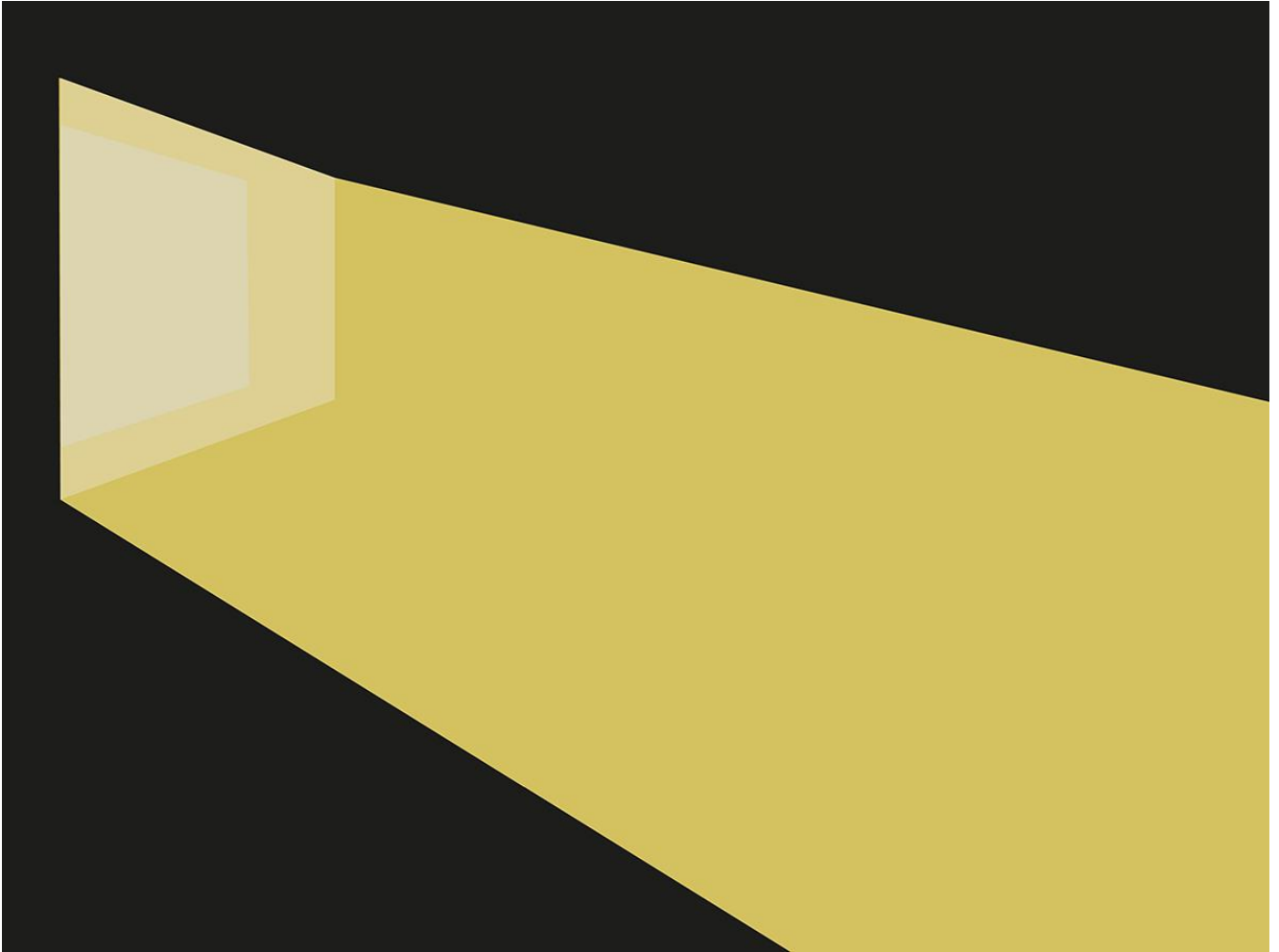


Light and perspective open new spaces

Per la Milano Design Week 2026, IFDM trasforma la stazione della metropolitana di San Babila con un'installazione immersiva curata da Riccardo Fornoni, che esplora i confini tra percezione e realtà

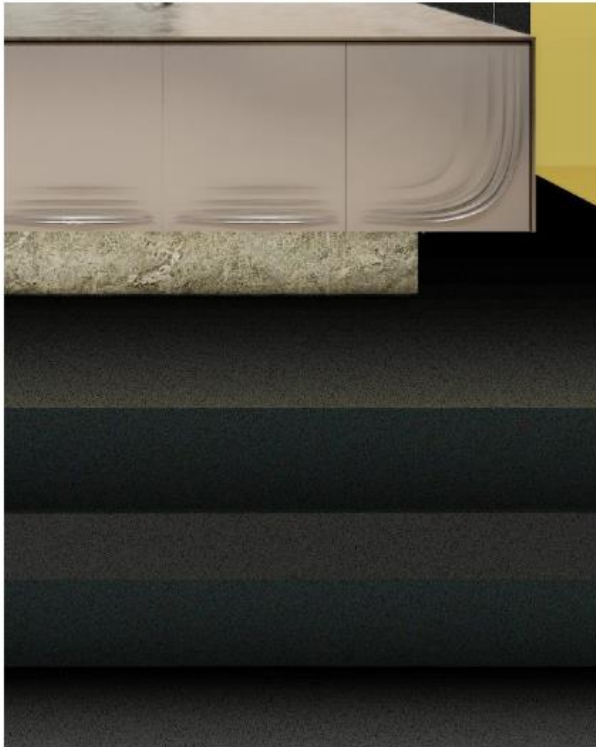
Dopo il successo dello scorso anno, torna in metropolitana l'installazione visiva firmata **IFDM**. Dal 18 aprile al 3 maggio, in occasione della **Milano Design Week**, la stazione M1 di **San Babila** diventa il palcoscenico di **The Grand Cru of Design 2026**, un progetto che evolve il concetto di eccellenza nel design attraverso un takeover visivo immersivo e quasi cinematografico.

Il progetto, intitolato **The Grand Cru of Design**, prende in prestito dal lessico dell'enologia la definizione di eccellenza rara e selezionata per interpretare il design come esito di precisione, autorialità e risonanza culturale. Anche quest'anno, dieci **CRU** – distillati di tendenza e prodotto – prendono forma sulle copertine della Design Issue di Aprile per poi sconfinare nel tessuto urbano, con il takeover della stazione di San Babila e un circuito di impianti digitali in città.



Light and perspective open new spaces

Per l'edizione 2026, che segna il ventesimo anno consecutivo di pubblicazione di IFDM, la curatela è affidata a **Riccardo Fornoni**, fondatore dello studio **Creamatelier**. Il suo concept, **LIGHT AND PERSPECTIVE OPEN NEW SPACES**, è un'indagine sul confine poroso tra rappresentazione e immaginazione. Il Grand Cru non si limita più a essere osservato: viene rifratto, abitato, sottilmente destabilizzato. Come spiega Fornoni, l'idea è di “appoggiarsi a luce, fotografia e tipografia per sottolineare ogni Design Cru”.



Febal Casa



Giorgetti

Ogni immagine presenta un oggetto d'arredo in una stanza dalla prospettiva accentuata, un interno appena suggerito in tonalità profonde, quasi notturne. A innescare la scena è un catalizzatore cromatico: una luce di scena nel colore **Secret Safari**, il Colour of the Year scelto da **Sigma Coatings** (brand di **PPG**), partner del progetto.



Venini



Visionnaire

Protagoniste sono ancora una volta le eccellenze del design selezionate per le nove copertine della Design Issue – **Giorgetti, Living Divani, Visionnaire, Ethimo, Venini, Gaggenau, Febal Casa, Idea Group, Atlas Concorde** – concepite come frammenti di una visione più ampia. La loro estensione nella città, su oltre 1000 mq di superficie, mette in discussione la neutralità dei luoghi di transito attraverso affissioni, video e un'occupazione degli spazi comuni.



Atlas Concorde



Ideagroup

Il risultato è un'espansione ottica: le pareti sembrano arretrare, i volumi dilatarsi. La stazione, solitamente luogo di passaggio, acquisisce una profondità inattesa e si trasforma, per un istante, in uno spazio da osservare. Un progetto che dimostra come il design, nella sua forma più celebrativa, possa permeare la quotidianità, modificando non solo ciò che vediamo, ma il modo in cui abitiamo lo spazio.

Info evento

IFDM presenta

Light and Perspective Open New Spaces

18 Aprile – 3 Maggio 2026

M1 San Babila (Piano Mezzanino e piattaforma binari)

Ingresso libero | dalle 5.30 a Mezzanotte



San Marino. Febal Casa al Salone del Mobile. Milano 2026 – Home, wherever you are



Un percorso immersivo tra quattro visioni dell'abitare contemporaneo che raccontano la casa come sistema

San Marino, 16 aprile 2026 – Febal Casa annuncia la propria partecipazione al **Salone del Mobile.Milano 2026**, in programma dal **21 al 26 aprile** presso **Fiera Milano Rho**, con un progetto espositivo che racconta la casa come sistema integrato, coerente e con un'identità riconoscibile.

Pensato per tradurre in spazio abitativo la visione progettuale del brand, il concept sviluppato per il Salone del Mobile.Milano 2026 interpreta l'abitare contemporaneo come un insieme fluido di ambienti, funzioni e relazioni, capace di adattarsi a contesti, culture e stili di vita differenti, mantenendo sempre una precisa identità espressiva.

“In questi anni abbiamo investito nella ricerca e nello sviluppo per elaborare progetti che dessero un forte valore aggiunto al brand Febal Casa. Oggi, così come in futuro la nostra attenzione è concentrata sull'essere distintivi nel mercato dell'arredamento e accrescere attraverso tecnologia, concept e studio del prodotto l'impatto del brand presso tutti i nostri stakeholders. Dalla visione di Sistema integrato deriva il concept presentato al Salone del Mobile: Se è Febal, è Casa. Ovunque.

Un principio che definisce un approccio progettuale continuo e coerente applicato a tutti gli “spazi abitativi”: dagli showroom, alle fiere, al contract, fino alle case dei nostri clienti. È così che Febal Casa progetta sistemi domestici in grado di dare forma alle connessioni tra luoghi, culture e stili di vita con finiture e materiali abbinati per restituire uno stile riconoscibile in ogni parte del mondo.” Emanuel Colombini, Presidente e Chief Design Officer Colombini Group.

Lo stand (Padiglione 04, Stand C04–C08), di oltre **900 mq**, è stato progettato dallo **studio A++ di Carlo Colombo e Paolo Colombo** in collaborazione con il dipartimento **R&D di Colombini Group**. Lo spazio espositivo nasce da una ricerca approfondita su materiali, superfici e luce, che contribuiscono a definire un linguaggio sofisticato, armonico e senza tempo, pienamente

coerente con l'identità di Febal Casa. L'architettura richiama i principi del razionalismo italiano tra gli anni '30 e '50, dove proporzione, linearità ed equilibrio tra pieni e vuoti danno forma a un contenitore essenziale e riconoscibile, capace di valorizzare la qualità progettuale delle collezioni.

“Febal Casa è il marchio retail del Gruppo Colombini, con un'identità pienamente contemporanea che, grazie al suo posizionamento high-end, mantiene un accesso competitivo sul mercato, garantendo qualità e design assimilabili ai segmenti premium. Nel rispetto della forte vocazione del brand verso il retail, negli ultimi anni abbiamo implementato l'offerta dei servizi alla rete di dealer, con l'obiettivo di consolidare le partnership con gli imprenditori locali attraverso forme di collaborazione strategica e investimenti congiunti. Febal Casa può inoltre vantare una competenza distintiva a livello internazionale anche nella realizzazione di grandi progetti: questo ci ha consentito di integrare l'offerta contract con la professionalità dei nostri partner locali.” **Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato Colombini Group.**

All'interno dello stand la visione Febal Casa prende forma attraverso **quattro lifestyle – Wellbeing & Vitality, Life & Motion, Cozy & Quiet, Relax & Slow Living** – tradotti in altrettante interpretazioni dell'abitare contemporaneo: **Natural Rationalism, Tech City, Nordic Ease e Comfort Way**. Quattro atmosfere diverse ma unite da una stessa grammatica progettuale, che raccontano modi differenti di vivere lo spazio domestico. La scelta dei materiali si inserisce in un percorso di ricerca coerente con l'evoluzione del brand: superfici effetto travertino, pavimentazioni a spina, elementi verticali e finiture materiche concorrono a costruire un'estetica uniforme e riconoscibile. Un approccio che si sviluppa in continuità con il progetto **Ambassador** e riflette una visione più ampia, capace di estendersi anche agli spazi retail e contract. In dettaglio: **Natural Rationalism** interpreta il lifestyle *Wellbeing & Vitality* attraverso uno spazio in cui la razionalità del progetto incontra la matericità naturale, definendo un equilibrio tra rigore e sensorialità; **Tech City** esprime il mood *Life & Motion*, traducendo il dinamismo urbano in uno spazio vibrante, scandito da materiali

tecnologici e da un ritmo compositivo deciso. Qui la casa diventa luogo di relazione e movimento, dove cucina e living dialogano in un continuo gioco di rimandi. **Nordic Ease** dà forma all'atmosfera *Cozy & Quiet* attraverso un linguaggio fatto di sottrazione, equilibrio e silenzio visivo. Legni chiari, tessuti morbidi e tonalità neutre costruiscono un ambiente intimo e contemplativo, dove ogni elemento contribuisce a una sensazione diffusa di calma; **Comfort Way** definisce il lifestyle *Relax & Slow Living*, attraverso uno spazio in cui il progetto costruisce un ritmo più disteso, definito da una continuità fluida tra gli ambienti. Materiali avvolgenti, tonalità calde e proporzioni accoglienti danno forma a un sistema armonico, in cui l'abitare si sviluppa con naturalezza, seguendo tempi più lenti e instaurando una relazione più continua e profonda con ciò che lo circonda.

La partecipazione di Febal Casa al **Salone del Mobile.Milano 2026** si traduce, dunque, in un progetto espositivo che supera la logica della semplice presentazione di nuovi prodotti per restituire una visione più ampia dell'abitare contemporaneo. Al centro la qualità dello spazio, il dialogo tra gli ambienti e un'esperienza di visita pensata per essere pienamente immersiva.

Febal Casa al Salone del Mobile.Milano 2026

21–26 aprile 2026 | Fiera Milano Rho | Padiglione 04 | Stand C04–C08

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



Febal Casa: il nuovo modello cucina Italiana, firmato da Massimo Iosa Ghini

Eurocucina | Le quattro visioni dell'abitare di Febal Casa

Di

Nello stand progettato dallo studio A++ di Carlo Colombo e Paolo Colombo, in collaborazione con il dipartimento R&D di Colombini Group, Febal Casa presenta un percorso immersivo tra quattro visioni dell'abitare contemporaneo che raccontano la casa come sistema

Un **progetto espositivo** che racconta **la casa come sistema integrato**, coerente e con un'identità riconoscibile. Così si presenta [Febal Casa](#) ad Eurocucina (Pad. 04 - Stand C04-C08), con uno di oltre **900 mq progettato dallo studio A++ di Carlo Colombo e Paolo Colombo** in collaborazione con il dipartimento **R&D di Colombini Group**. Pensato per tradurre in spazio abitativo la visione progettuale del brand, **il concept interpreta l'abitare contemporaneo come un insieme fluido di ambienti, funzioni e relazioni**, capace di adattarsi a contesti, culture e stili di vita differenti, **che si esprime in quattro lifestyle**. La

partecipazione di Febal Casa al Salone del Mobile.Milano 2026 si traduce, dunque, in un **progetto espositivo che supera la logica della semplice presentazione di nuovi prodotti** per restituire una visione più ampia dell'abitare contemporaneo. Al centro, la qualità dello spazio, il dialogo tra gli ambienti e un'esperienza di visita pensata per essere pienamente immersiva. **Afferma Emanuel Colombini, Presidente e Chief Design Officer Colombini Group:** *"in questi anni abbiamo investito nella ricerca e nello sviluppo per elaborare progetti che dessero un forte valore aggiunto al brand Febal Casa. Oggi, così come in futuro **la nostra attenzione è concentrata sull'essere distintivi** nel mercato dell'arredamento e accrescere attraverso tecnologia, concept e studio del prodotto l'impatto del brand presso tutti i nostri stakeholders. Dalla visione di Sistema integrato deriva il concept presentato al Salone del Mobile: Se è Febal, è Casa. Ovunque. Un principio che definisce un approccio progettuale continuo e coerente applicato a tutti gli "spazi abitativi": dagli showroom, alle fiere, al contract, fino alle case dei nostri clienti. È così che **Febal Casa progetta sistemi domestici** in grado di dare forma alle connessioni tra luoghi, culture e stili di vita con finiture e materiali abbinati per restituire uno stile riconoscibile in ogni parte del mondo".*



Onda di Febal Casa. creata in collaborazione con Zaha Hadid Architects

Lo spazio espositivo di [Febal Casa](#) si esprime attraverso **un'architettura richiama i principi del razionalismo italiano tra gli anni '30 e '50**, dove proporzione, linearità ed equilibrio tra pieni e vuoti danno forma a un contenitore essenziale e riconoscibile, capace

di valorizzare la qualità progettuale delle collezioni. Un concept unico, che asce da una ricerca approfondita su [materiali](#), superfici e luce, che contribuiscono a definire un **linguaggio sofisticato, armonico e senza tempo**, pienamente coerente con l'identità di **Febal Casa**, *"il marchio retail del Gruppo Colombini, con un'identità pienamente contemporanea che, grazie al suo posizionamento high-end, mantiene un accesso competitivo sul mercato, garantendo qualità e design assimilabili ai segmenti premium"*, **afferma Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato Colombini Group**. *"Nel rispetto della forte vocazione del brand verso il retail, negli ultimi anni abbiamo implementato l'offerta dei servizi alla rete di dealer, con l'obiettivo di **consolidare le partnership con gli imprenditori locali** attraverso forme di collaborazione strategica e investimenti congiunti. Febal Casa può inoltre vantare una competenza distintiva a livello internazionale anche nella realizzazione di grandi progetti: questo ci ha consentito di integrare l'offerta contract con la professionalità dei nostri partner locali."*

All'interno dello stand la visione Febal Casa prende forma attraverso **quattro lifestyle: Wellbeing & Vitality, Life & Motion, Cozy & Quiet, Relax & Slow Living**. Questi si traducono tradotti in altrettante interpretazioni dell'abitare contemporaneo: **Natural Rationalism, Tech City, Nordic Ease e Comfort Way**. Quattro atmosfere diverse ma unite da una stessa grammatica progettuale, che raccontano modi differenti di vivere lo spazio domestico. La scelta dei materiali si inserisce in un percorso di ricerca coerente con l'evoluzione del brand: **superfici effetto travertino, pavimentazioni a spina, elementi verticali e finiture materiche** concorrono a costruire un'estetica uniforme e riconoscibile. Un approccio che si sviluppa in continuità con il progetto **Ambassador** e riflette una visione più ampia, capace di estendersi anche agli spazi retail e contract.

Parlando dei **quattro lifestyle** nei dettagli, il **Natural Rationalism** interpreta il **lifestyle Wellbeing & Vitality** attraverso uno spazio in cui la razionalità del progetto incontra la matericità naturale, definendo un equilibrio tra rigore e sensorialità; **Tech City** esprime il **mood Life & Motion**, traducendo il dinamismo urbano in uno spazio vibrante, scandito da materiali tecnologici e da un ritmo compositivo deciso. Qui la casa diventa luogo di relazione e movimento, dove cucina e living dialogano in un continuo gioco di rimandi. **Nordic Ease** dà forma all'**atmosfera Cozy & Quiet** attraverso un linguaggio fatto di sottrazione, equilibrio e silenzio visivo. Legni chiari, tessuti morbidi e tonalità neutre costruiscono un ambiente intimo e contemplativo, dove ogni elemento contribuisce a una sensazione diffusa di calma; **Comfort Way** definisce il **lifestyle Relax & Slow Living**, attraverso uno spazio in cui il progetto costruisce un ritmo più disteso, definito

da una continuità fluida tra gli ambienti. Materiali avvolgenti, tonalità calde e proporzioni accoglienti danno forma a un sistema armonico, in cui l'abitare si sviluppa con naturalezza, seguendo tempi più lenti e instaurando una relazione più continua e profonda con ciò che lo circonda.



MILANO DESIGN WEEK 2026: GLI EVENTI DA NON PERDERE I CONSIGLI DI THE PLAN SUGLI APPUNTAMENTI DA METTERE IN AGENDA AL FUORISALONE, IN SCENA DAL 20 AL 26 APRILE NEL CAPOLUOGO LOMBARDO CON IL TEMA “ESSERE PROGETTO”

La Milano Design Week è ormai alle porte: il **64° Salone del Mobile** si terrà dal 21 al 26 aprile 2026 negli spazi di Rho Fiera con la presenza di oltre 1.900 espositori e il ritorno delle biennali EuroCucina/FTK e Salone Internazionale del Bagno, mentre – fin da lunedì 20 aprile – le strade di Milano saranno animate dal ricco programma del **Fuorisalone**, che propone centinaia di mostre, installazioni, workshop ed eventi di vario genere distribuiti nei vari distretti del design: 5Vie, Brera, Porta Venezia, Tortona, Durini e Isola.

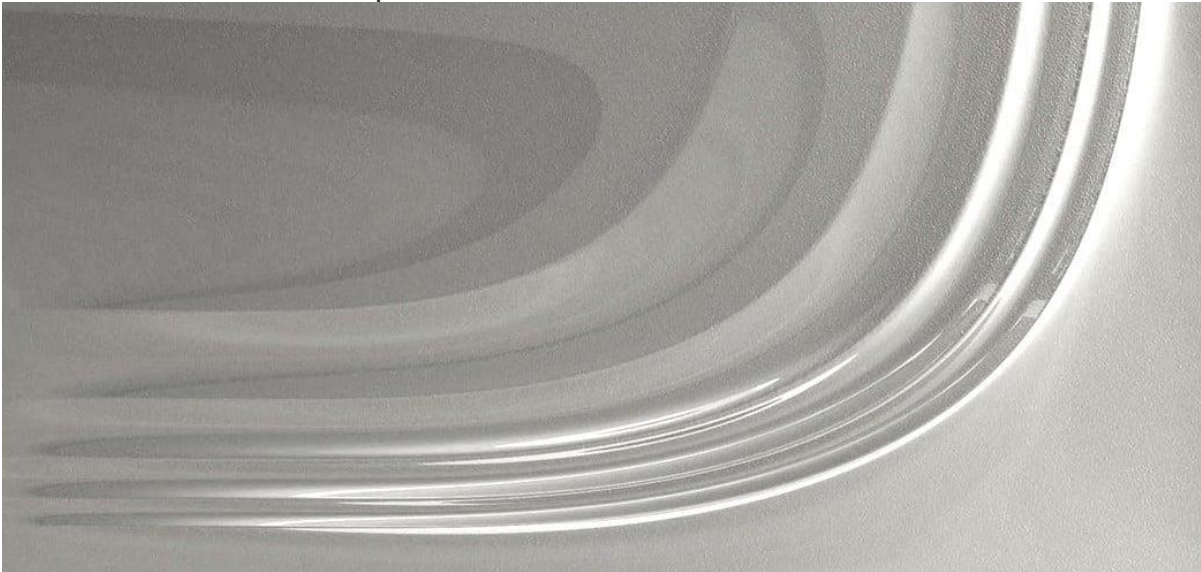
A Matter of Salone è il tema del 64° Salone del Mobile: una riflessione sul significato di progettare oggi che, celebra la materia come origine del processo creativo. Sulla stessa linea, il Fuorisalone 2026 segue il tema *Essere Progetto*, un invito a riscoprire il design come processo dinamico e responsabile, capace di riportare l'essere umano al centro come interprete del cambiamento.

Ecco i consigli di THE PLAN sugli appuntamenti da non perdere nella settimana del design milanese, durante la quale Milano torna a essere fulcro mondiale della *design industry*.

"Onda" di Zaha Hadid Architects per Febal Casa

DOVE: Febal Casa Brera, Via Fatebenefratelli, 18, Milano

QUANDO: dal 20 al 26 aprile



Courtesy Zaha Hadid Architects e Febal Casa

Dall'incontro tra Zaha Hadid Architects e Febal Casa nasce *Onda*, collezione per l'ambiente cucina ispirata alla naturale fluidità dell'acqua e alle morbide increspature del mar Adriatico. La madia e l'isola cucina che compongono la collezione sono definite da forme organiche ottenute grazie a una lavorazione artigianale meticolosa. Disponibili nelle varianti Metal Onda, Metal Bronzo Onda, Metal Champagne Onda e Metal Iridio Onda, i due arredi presentano un carattere rigoroso e leggero al tempo stesso, apparendo plasmati dal vento e dall'acqua.

«Ciò che amiamo di questo progetto – afferma Patrik Schumacher, Principal di ZHA – è realizzare il sogno che designer e artisti hanno coltivato a lungo: ricreare la sottile bellezza della Natura».

MILAN DESIGN WEEK 2026: THE MUST-SEE EVENTS

THE PLAN'S RECOMMENDATIONS FOR THE EVENTS TO PUT ON YOUR AGENDA AT THE FUORISALONE, TAKING PLACE FROM APRIL 20 TO 26 IN MILAN, UNDER THE THEME "BEING A PROJECT"

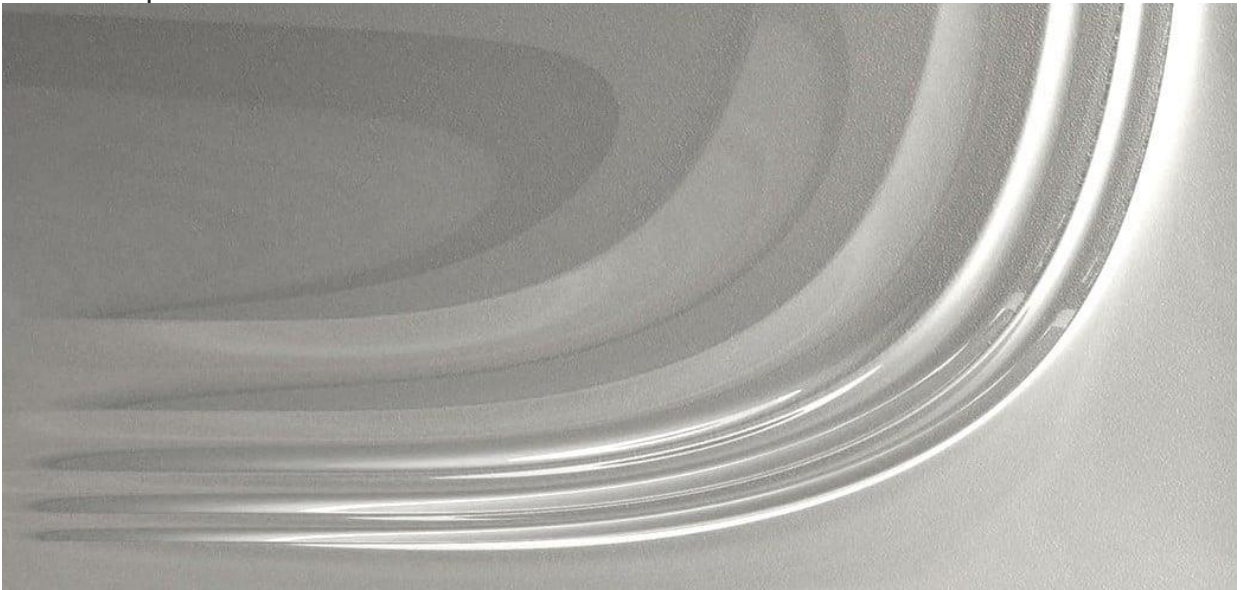
Milan Design Week is just around the corner: the **64th Salone del Mobile** will take place from April 21 to 26, 2026, at Rho Fiera, featuring more than 1,900 exhibitors and the return of the biennial exhibitions EuroCucina/FTK and the International Bathroom Exhibition. Meanwhile—starting Monday, April 20—the streets of Milan will come alive with the rich **Fuorisalone** program, offering hundreds of exhibitions, installations, workshops, and events of all kinds across the city's main design districts: 5Vie, Brera, Porta Venezia, Tortona, Durini, and Isola.

A Matter of Salone is the theme of the 64th Salone del Mobile: a reflection on the meaning of designing today that celebrates material as the origin of the creative process. Along the same lines, Fuorisalone 2026 follows the theme *Being a Project*, an invitation to rediscover design as a dynamic and responsible process, capable of placing human beings back at the center as agents of change.

Here are THE PLAN's recommendations for the must-see events during Milan's design week, when the city once again becomes the global hub of the *design industry*.

"Onda" by Zaha Hadid Architects for Febal Casa

WHERE: Febal Casa Brera, Via Fatebenefratelli, 18, Milano
WHEN: April 20-26



Courtesy of Zaha Hadid Architects and Febal Casa

From the collaboration between Zaha Hadid Architects and Febal Casa comes *Onda*, a kitchen collection inspired by the natural fluidity of water and the soft ripples of the Adriatic Sea. The sideboard and kitchen island that make up the collection are defined by organic forms achieved through meticulous craftsmanship. Available in the variants Metal Onda, Metal Bronzo Onda, Metal Champagne Onda and Metal Iridio Onda, the two pieces of furniture display a character that is both rigorous and light, appearing as if shaped by wind and water.

"What we love about this project – says Patrik Schumacher, Principal at ZHA – is realizing the dream which designers and artists had for a long time: to recreate the subtle beauty of nature".

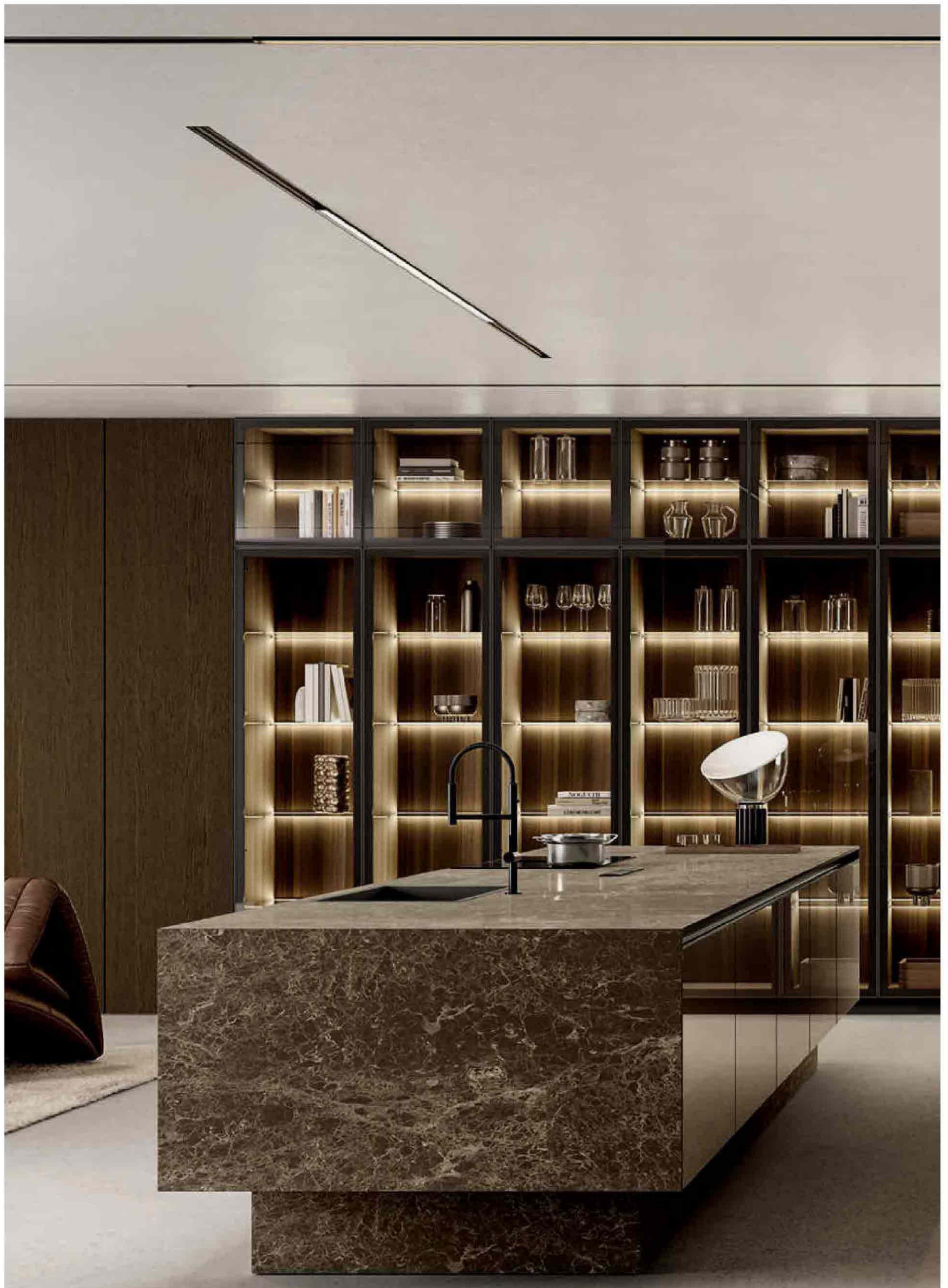


d

L O V E I S L O V E

25 ANNI DI MATRIMONI SAME-SEX

UNA BATTAGLIA DI CIVILTÀ



La modulazione dello spazio

Il sistema Origina di Febal Casa declina al presente una precisa idea dell'abitare, attraverso progetti su misura che dialogano con l'architettura e collegano gli ambienti grazie a un linguaggio coerente



In epoca di spazi fluidi, la cucina contemporanea diventa architettura domestica, esperienza sensoriale, connessione di ambienti. Interpretando luoghi, culture e stili per restituire ogni volta un "progetto casa" di taglio sartoriale.

Così il sistema Origina di Febal Casa traduce il presente, tra volumi sospesi e linee essenziali che dialogano con la luce naturale, mentre le superfici materiche scandiscono il ritmo e sollecitano la percezione. Risultato: la funzionalità sconfinata nel racconto, l'estetica nell'emozione. La composizione è pensata come un insieme coerente di volumi e proporzioni.

Al centro, l'isola Atlas - scultorea e visivamente sospesa - guida lo sguardo e suggerisce percorsi, scandendo lo spazio con misura e leggerezza. Colonne retroilluminate e piani riflettenti modulano profondità e trasparenze, creando un dialogo

costante tra elementi che si succedono in sequenza armonica. Perché non è più tempo di divisioni e fratture rigide, nemmeno tra le zone del fare e quelle del condividere. Il linguaggio progettuale di Febal Casa sarà espresso a EuroCucina dal 21 al 26 aprile a Fiera Milano Rho, durante la 64^a edizione del Salone del Mobile con uno stand di 900 metri quadrati, concepito non come un semplice spazio espositivo, ma come un vero progetto architettonico in cui gli spazi abitativi sono interpretati in sintonia con il contesto e le tendenze dell'abitare contemporaneo.

Una progettazione pensata per dare forma ad atmosfere e *feelings*, nati dall'incontro tra luce, materiali, colori e proporzioni, capaci di influenzare l'esperienza e trasformarsi in veri e propri modi di vivere.

WWWD

Fashion. Beauty. Business.

Joan Burstein Dies

"Mrs. B." as she was known, cofounded the London store Browns and helped grow the businesses of designers from John Galliano to Ralph Lauren. **Pages 6 and 7**

Pucci In Paradise

Artistic director Camille Miceli headed to Syracuse in Sicily to show Emilio Pucci's spring 2026 collection, dubbed Alba, or Italian for "dawn." **Pages 10 and 11**

Salone Preview

As Salone del Mobile begins in Milan, an analysis of the design sector's outlook as well as roundups of launches from fashion, beauty and interior brands. **Pages 13 to 43**

Coming Up Roses

The theme for Tiffany & Co.'s gala at the Park Avenue Armory in Manhattan Thursday night to mark the launch of its new high jewelry collection was "Secret Garden," and "Heated Rivalry" star Connor Storrie managed to surround himself with two Roses during the cocktail hour: Tiffany brand ambassadors Rosé and Rosie Huntington-Whiteley. The celebrity-packed night also drew the likes of Greta Lee, Teyana Taylor, Naomi Watts, Diane Kruger and, that ultimate jewelry lover, Mariah Carey. *For more on the gala, see pages 52 and 53.*

PHOTOGRAPH BY LEXIE MORELAND



WWD SALONE DEL MOBILE PREVIEW

Salone del Mobile 2026 Tackles Global Challenges in Design

Design leaders talk to WWD about the year ahead, as the Salone del Mobile.Milano trade show readies to kick off the 64th edition of the fair. BY SOFIA CELESTE



Arclinea Kora kitchen.



Designer Roberto Lazzeroni unveils Infinitamente 2.0 for Poltrona Frau.

MILAN – The 64th edition of Salone del Mobile.Milano and Milan Design Week 2026 will forever be linked to an era of tariffs, inflation, rising oil prices and conflict.

If Milan Design Week occupancy rates and hotel tariffs are any indicator, the design industry is booming. But the ongoing conflict in the Middle East and the closed Strait of Hormuz have cast a shadow over the week's events, which start Monday and will close here Sunday.

Until now, European furniture and design firms have played a fierce game of defense while navigating the tricky playing field of geopolitics, trade and even a global pandemic. Quick to re-strategize, the industry has used its lobbying prowess to pioneer trade routes and carve out new markets.

The Iran conflict, which ignited in late February and hit key luxury and design hubs like the UAE, including Dubai, and Riyadh adds another blow and will be top of mind for leaders as they prepare for the Salone del Mobile.Milano trade show.

"Regarding the Arab countries, from a medium-term perspective, they certainly retain interest for development. However, it depends greatly on how long this conflict lasts. Hopefully, common sense will prevail," FederlegnoArredo president Claudio Feltrin told WWD in an interview during the Salone del Mobile.Milano preview lunch.custia doluptas postium tiatquasped

The 64th edition of the fair will open its doors at FieraMilano Rho trade grounds on Tuesday and will include two biennials – kitchen expo Euro Cucina and the International Bathroom Exhibition – as well as breakout designer debuts at the annual Salone Satellite curation.

Feltrin, like leaders of many firms here, is cautious on the outlook for 2026 and performance in the Middle East. Many are closely monitoring the situation.

"If the crisis subsides or is resolved, we could consider 2026 to be on track and more or less aligned with 2025. However, it's clear that for now, we're just observing, as there's very little we can do to influence it," Feltrin said.

Middle East Impact at a Glance

The Middle Eastern region accounted for 7 percent of the sector's total exports. By the end of 2025, the region recorded an overall decline of 1.5 percent, despite positive contributions from the United Arab Emirates and Israel, which were not enough to offset the downturn in Saudi Arabia, to which exports from Italy plunged 19.7 percent. These results, from before the outbreak of the war, indicate that the area – excluding Saudi Arabia – grew by 3.3 percent in 2025, FederlegnoArredo said.



Artemest's furniture collection in collaboration with Gachot.

Re-mapping Strategy At the dawn of U.S. President Trump's penalizing trade policy, involving 15 percent tariffs on European imports, luxury firms here were counting on the Middle East market to offset losses from the U.S. Now that the tariff jitters have somewhat subsided and the market has gauged its impact, firms here are once again looking to the U.S. – whose luxury consumers continue to fuel demand of ultra-high-end design goods, to offset the impact of the ongoing war, which includes inflation and rising energy and shipping costs.

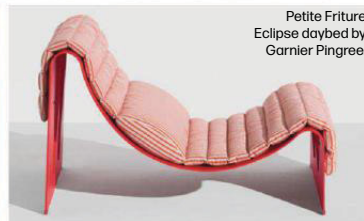
Prices of oil jumped above \$100 a barrel on April 13. Inflation offers no reprieve. According to EU statistics bureau Eurostat, euro area annual inflation is expected to be 2.5 percent in March 2026, up from 1.9 percent in February, according to a flash estimate, still hovering around the historic highs reached after the brink of the Ukraine war.

Another thorny issue is the contract business. According to the 2025-26 branded real estate report by Savills, branded residences are being constructed at an unprecedented rate. Some of those hot spots happen to be Dubai and Abu Dhabi, though Miami is among the highest ranked globally.

Progress there is top of mind for companies throughout the sector. Design platforms like Artemest are also cautiously optimistic.

Until the dawn of the Iran conflict, until geopolitical tensions arose, the Middle East represented nearly 20 percent of Artemest's sales, driven by hospitality and residential projects. "There'll still be projects in the Middle East, less in Dubai maybe, but it's gonna hurt a little bit," CEO Marco Credendino noted.

Salone del Mobile.Milano so far is still planning a satellite fair in Riyadh for 2026. The sector's biggest names – Molteni&C, Minotti, Cassina and Poltrona Frau among



Petite Friture Eclipse daybed by Garnier Pingree.



Frette's Turning Tables Collection for 2026 in collaboration with designer Tara Bernard.

them – have invested in expanding their retail space in the Gulf to tap into the high-net-worth migration to the region over the past decade. It remains to be seen if that event will go ahead as planned.

The Rest of Europe At the European level, the design sector comprised about 295,000 businesses in 2024, with total revenue reaching 31 billion euros, up 3.2 percent year on year, according to the Design Economy report released Thursday and carried out by Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLL.design, and Italy's ADI Industrial Design Association. Employment in the sector also shows positive growth, with over 356,000 workers, up 4.8 percent.

For French manufacturers, the Middle East is a strong market driven by construction, housing, and luxury demand, with a focus on Dubai and Saudi Arabia, said Isabelle Hernio, the international manager of the French Furniture Industry at l'Ameublement français, which is one of the main pillars behind the Design Défilé, French for 'The Design Fashion Show,' a collective of luxury furniture firms that will showcase the best in high-end French design here with a selection of 13 French heritage and contemporary houses and 53 furniture pieces.

The Middle East is a highly significant

market for the French furniture industry due to its booming construction, housing, and luxury demand, particularly in Dubai and Saudi Arabia, she said, but concerns have been raised about rising shipping costs.

"Logistics is not that easy. It costs a lot to transport furniture pieces. That has nothing to do with fashion, cosmetics or tableware – furniture is heavy, and it is very expensive to export and to ship," she said.

Roberto Xompero, the chief executive officer of Italian marble company Margraf, echoed this. "One is quite obviously: unfortunately, with the war in Iran and the issues related to transportation, it is becoming increasingly complicated to work with the Middle East. The number of ships transporting materials is much lower than before, and transportation costs have also risen significantly," he said.

Margram has been extracting and processing premium marble since 1906. He leads the company's strategic expansion in international markets – specifically the Middle East, China, and the U.S.

The 'Unforecastable Year'

This year is what luxury linens maker Frette CEO Filippo Arnaboldi has coined an "unforecastable year."

"It's very difficult to understand the sentiment of the consumer due to all the geopolitical challenges that we are facing.

"Right now, the U.S. market is still the number-one market. It's about 60 percent of our business. So market is still pretty stable despite everything that is happening in the world. And luckily enough, the so-called the GCC, the Gulf Countries market, is still a very small market for us."

Colombini Group CEO Giovanni Battista Vacchi said the industry needs to be careful to concentrate on the big picture, the globe as a whole and areas of opportunity such as younger generations who are ever more interested in buying high-end furniture.

Colombini Group is home to Italian furniture-to-kitchens-maker Febal Casa, which counts Matteo Thun and Daniel Libeskind among its key design collaborators, is placing big bets on the U.S. market. The firm has recently expanded into new territories like South Africa, and Lagos, Nigeria.

"For 2026, we clearly need to somewhat isolate what is happening in the Middle East; otherwise, we risk focusing too much on short-term events – hopefully, they are short-term," he said.

Angelo Monaco, CEO of design kitchens firm Arclinea, said that 2026 started off better than 2025. "Obviously, everything that has been happening in recent days is creating a bit more fog, a bit more uncertainty. It cannot be denied that this situation is troubling. However, looking at it from a quarterly perspective, the current situation is not, at this time, creating a barrier to our goals for 2026."

Federlegno Arredo said the value of the wood supply chain reached 52.3 billion euros in 2025.

To ignite growth, Salone del Mobile.Milano organizers will unfurl a new initiative and a narrative installation in the form of an imaginary hotel that is intended to showcase new possibilities for luxury hospitality decor. The project has been conceived by Maison Numéro 20, the Parisian agency founded by Oscar Lucien Ono, a designer known for embracing Art Deco style who is considered a master of haute couture decoration. About 1,900 exhibits and around 300,000 visitors are expected at the fair.

Starting in September, the project will continue with an international tour of key markets, gradually building an international audience. In 2027, Salone Contract will be present as a structured, non-generalist exhibition, with companies selected for their design quality, industrial capacity and operational reliability.

ONDA: la forma dell'acqua, un dialogo tra luce e materia



Onda by Febal Casa, design Zaha Hadid Architects

L'isola **ONDA** scorre come una corrente attraverso lo spazio della cucina, unendo la visione di **Febal Casa** alla sensibilità architettonica di **Zaha Hadid Architects**.

Le superfici delle ante in vetro verniciato sul retro con effetto metallico catturano la luce, mentre le sottili ondulazioni evocano il movimento del mare, rendendo l'isola protagonista di un ambiente sospeso tra dinamismo e armonia. L'isola fa parte di una collezione completata dalla credenza, elementi complementari in cui design e funzionalità si fondono perfettamente.



L'isola ONDA costituisce il punto focale dello spazio: integra piano cottura, lavello e moduli personalizzabili, mantenendo al contempo ritmo e leggerezza ed evitando qualsiasi rigidità formale. La credenza riprende il linguaggio stilistico dell'isola, con proporzioni e texture equilibrate, offrendo continuità visiva con l'ambiente circostante e accentuando profondità e luminosità. La firma di Zaha Hadid Architects è evidente nelle linee fluide e nelle ispirazioni naturali. Le superfici metalliche e i frontali ondulati diventano una narrazione visiva, evocando

il movimento dell'acqua e la percezione mutevole della luce all'interno dello spazio. Ogni dettaglio, dall'alluminio alle finiture delle basi e dei piani, contribuisce a trasformare i gesti quotidiani in momenti sensoriali e visivamente gratificanti. I materiali – dall'alluminio alle superfici in vetro metallico, fino al gres, al **Laminam** o al **Neolith** per i piani e le basi – offrono ampie possibilità di personalizzazione, mentre le proporzioni calibrate e la fluidità delle forme creano un perfetto equilibrio tra estetica e funzionalità.

Febal Casa sarà protagonista della Milano Design Week 2026 (21-26 aprile) al Salone del Mobile.Milano EuroCucina (Fiera Milano, Rho), Padiglione 4, Stand C04–C08, con uno stand che non sarà solo uno spazio espositivo, ma un vero e proprio progetto architettonico. Contemporaneamente, il marchio sarà presente nel cuore del Brera Design District, presso il proprio flagship store in Via Fatebenefratelli 18. ONDA si inserisce in questo percorso come manifesto della materia e del movimento, un progetto in cui il design non si limita all'uso quotidiano, ma racconta piuttosto una visione contemporanea dello spazio, fatta di ritmo, riflessi e armonia sensoriale.

Eurocucina: Hall 4/C04-C08

MDW25: Via Fatebenefratelli 18

AD

Tutte le novità di arredi dalla Milano Design Week 2026: divani, poltrone, letti, tavoli, sedie e complementi. Il meglio scelto per voi

Creatività, artigianato e innovazione animano la Milano Design Week, tra forme inedite, ricerca sui materiali e cromie insolite. Perché il design non smette mai di stupire.

Divani, poltrone, letti, tavoli, sedie e complementi: ecco tutte le novità di arredi in diretta dalla Milano Design Week.

Inizia il nostro viaggio alla scoperta delle novità di arredi presentate alla Milano Design Week 2026, al Salone del Mobile e al Fuorisalone, appuntamento imperdibile che ogni anno ridefinisce linguaggi e visioni dell'**abitare contemporaneo**, sempre più fluido e mutevole. In questa edizione, l'arredo si racconta attraverso la costante ricerca di un equilibrio tra estetica, funzionalità e innovazione, dove ogni elemento contribuisce a costruire ambienti fluidi, accoglienti e in costante dialogo con chi li vive. Il **soggiorno** si conferma ancora una volta il cuore pulsante della casa: **divani e sistemi imbottiti** evolvono in configurazioni modulari e dinamiche, capaci di adattarsi a spazi in continuo mutamento. **Linee morbide, volumi generosi e forme avvolgenti** definiscono **paesaggi domestici pensati per il comfort e la convivialità**, mentre **poltrone e chaise longue** si trasformano in vere e proprie sculture, capaci di caratterizzare l'ambiente con personalità.

Accanto agli imbottiti, anche **tavoli, sedute e complementi** si rinnovano profondamente. Il **legno torna protagonista**, spesso lavorato con tecniche artigianali che ne esaltano autenticità e matericità, mentre **metalli, vetri e superfici innovative** dialogano tra loro, creando eleganti giochi di contrasti. **Le sedie**, in particolare, diventano **terreno di sperimentazione formale**, tra richiami alla tradizione e slanci verso un design più leggero, confortevole e sostenibile.

La **ricerca sui materiali** è uno dei fili conduttori più evidenti: **tessuti tattili, finiture ricercate e lavorazioni sartoriali** raccontano una nuova idea di lusso, discreto e consapevole. Parallelamente, la **sostenibilità** si consolida come valore imprescindibile, non solo nella scelta di **materiali riciclati o riciclabili**, ma anche nei processi produttivi e nella progettazione di **arredi pensati per durare** nel tempo ed essere facilmente disassemblati.

Così, per la Design Week, Milano si trasforma ancora una volta in un **laboratorio creativo a cielo aperto**, dove aziende e designer provenienti da tutto il mondo presentano nuove soluzioni che interpretano i cambiamenti dello stile di vita contemporaneo. Il risultato è un panorama ricco e stimolante, in cui design, cultura e industria si intrecciano dando vita a nuove prospettive per l'abitare del futuro.



courtesy Febal Casa

Febal Casa

Grazie all'uso del vetro, l'armadiatura *Aurora* esplora l'idea di leggerezza. È dotata di anta battente e l'interno, studiato nei dettagli, combina finiture materiche a un'ergonomia intuitiva. A destra, la libreria *Lapis* scandisce lo spazio con pieni e vuoti.

DESIGN

CUCINA + OUTDOOR + LA MILANO DEL FUORISALONE



La maestria
del saper fare

Illustrazione
di **Antonio Colomboni**

ESPERIENZE DOMESTICHE

Febal mette in mostra il suo mondo, che dalla cucina si è allargato verso il soggiorno e la camera da letto
Il presidente Emanuel Colombini: «Ogni spazio abitativo nasce dalla relazione tra architettura e materia»

Perché uscire? In casa c'è tutto

di PEPPE AQUARO

Come dare torto a quella giovane coppia dello spot: pronta a prefiggersi continue uscite in città, ma con pochissima voglia di mettere il naso fuori di casa. Soprattutto quando ciò che hai intorno ti rappresenta: dalla cucina al soggiorno, dalla stanza da letto alla zona living. E parlando di Febal Casa, l'azienda di San Marino, brand di Colombini Group, disegna alla perfezione questo desiderio da «pigrizia contemplativa», motivi per non uscire ce ne sarebbero, eccome. A partire dalla cucina, cuore del mondo Febal (ma, come scopriremo, ormai «allargato» al resto della casa), il cui nome è Origina.

Dunque, a costo di ripeterci: voglia di oltrepassare quella porta per conoscere la metropoli con i suoi infiniti segreti? A dire il vero, girando intorno ad Atlas, l'isola di Origina, già si respira tutta l'atmosfera di una metropoli. Con un progetto caratterizzato sia da un'orizzontalità (l'isola), sia da verticalità: le colonne con ante in vetro e ripiani retroilluminati. Sopra, due immagini della nuova campagna pubblicitaria Febal Casa



Atlas, l'isola di Origina, di Febal Casa, l'azienda di San Marino, brand di Colombini Group, a destra. Il progetto Origina è caratterizzato sia da un'orizzontalità (l'isola), sia da verticalità: le colonne con ante in vetro e ripiani retroilluminati. Sopra, due immagini della nuova campagna pubblicitaria Febal Casa



Colonne in vetro e ripiani retroilluminati

e funzioni che si incontrano», spiega Emanuel Colombini, presidente e cdo di Colombini Group, che aggiunge: «Proprio per questo, Febal Casa progetta sistemi domestici capaci di dare forma a queste connessioni per restituire uno stile riconoscibile in ogni parte del mondo». E dove nulla è lasciato al caso, neppure le finestre, a nastro, che occupano gran parte delle pareti della casa-allestimento, o l'intonaco, molto materico, delle superfici: tutto contribuisce a una linearità in perfetto equilibrio tra pieni e vuoti.

Del resto, Razionalismo docet, o meglio, «Natural Rationalism», perché quell'organicità progettuale

la ritroviamo subito nel pezzo forte del lifestyle «Wellbeing & Vitality», il primo ambiente: la collezione Onda-Zaha Hadid Architects. Con un'altra isola, l'isola Onda, appunto. Qui, l'intera collezione è un continuo richiamo alle onde del mare Adriatico lungo la Riviera Romagnola, per poi ritornare al concetto iniziale: ispirazione metropolitana, con gusto newyorkese.

Proseguendo, «Life & Motion», mood di «Tech City», vede al centro Origina, sintesi perfetta tra cucina e living. Ma ne abbiamo già parlato. Via, allora, verso un altro spazio abitativo, intimo e contemplativo («Cozy & Quiet», appunto),

dove la protagonista indiscussa del living è l'anta Libeskindo22, integrata alla libreria Sessanta.

Libeskind, Zaha Hadid e lo stesso Massimo Iosa Ghini (è sua la cucina Origina in versione Italiana: la troveremo nell'ultimo ambiente, «Comfort Way»), per citare alcuni dei grandi architetti che hanno collaborato o collaborano con Febal Casa, realizzando progetti in sintonia con le tendenze dell'abitare contemporaneo. Come dare torto alla giovane coppia dello spot: non c'è niente di più bello di uscire fuori di casa, restandosene comodamente a casa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

GENERAZIONI

Da «Felicità» a «la Bomba»: 50 anni di comunicazione

«Quando la casa è così accogliente che non vorresti più uscire». È il leitmotiv dell'ultimo spot di Febal Casa, con una giovane coppia pronta a godersi ogni angolo dell'arredamento della propria abitazione. Salvo poi scoprire, alla fine dello spot, che quell'appartamento è in realtà uno showroom Febal Casa. Però, che importa: «Perché se è Febal, è Casa. In ogni luogo».

Un lungo passo indietro nel tempo ed eccoci allo slogan, «Auguro a tutti una Febal, perché una Febal è felicità»: erano gli anni '80 del secolo scorso e Romina Power, testimonial perfetto per una giornata tra fornelli, bambini e tavole imbandite, si divertiva a ripetere la parola «Felicità»,



La campagna pubblicitaria degli anni '80 con Romina Power e lo slogan «Felicità è anche una cucina Febal»

dalla canzone vincitrice a Sanremo nell'82, un classico del repertorio Al Bano-Romina.

Magari, fino agli anni '90, c'era più effetto famiglia classica che ironia, ma all'inizio del 2000, le cose cambieranno: basti pensare alla reclame con protagonista una donna di charme, probabilmente al ritorno da una serata importante, che si aggira in cucina, posa la borsa sul tavolo, si toglie gli orecchini, prende un calice di cristallo e poi apre il frigo. Voglia di champagne? Macché: c'è un succo di frutta da gustare con la cannuccia prima di esibirsi nel tipico suono del risucchio finale. E mentre la donna sorride soddisfatta, una voce fuori campo racconta: «Solo in una cucina così posso fare tutto quello che voglio». Una decina d'anni dopo, sarà la volta dei selfie

in ogni angolo della casa, con il jingle: «Voglio chiedere a Febal di posare con me».

Infine, tre anni fa, l'ironia dello spot «Che bomba Febal Casa!», dove ogni movimento di vita naturale tra le pareti domestiche si trasforma in un incidente di percorso: dal ragazzo che, camminando a piedi scalzi nel salotto, finisce per urtare il mignolo alla gamba del tavolino (la reazione? Prima grida: «Aaaahh!!!» poi inizia a ballare al ritmo de «La Bomba»), alla mamma che brucia l'arrosto in cucina. Ma anche qui, nessun dramma: meglio ballare al ritmo del brano tormentone portato al successo dai King Africa.

Pe.Aq.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il Design siamo noi

Idee da vivere e abitare
design.repubblica.it



Mentre la Settimana dell'arredamento di Milano è in corso
vi raccontiamo e vi mostriamo le persone che lavorano senza visibilità
sconosciute ai più, ma indispensabili. Con le loro voci



➔ **Il prossimo numero**
Design sarà di nuovo in edicola
con Repubblica il 20 maggio
e nei giorni successivi a richiesta

Supplementi de la Repubblica del 21/04/2026 da vendersi obbligatoriamente con la Repubblica
al prezzo complessivo di € 1,90: Repubblica € 1,40 + Design n.1 e n. 2 € 0,30 + Libro "Satira" € 0,20.
Dal giorno successivo Design n.1 e n. 2 opzionali a € 0,30 più il prezzo del quotidiano.
Sped.abbon.post.-articolo1 Legge46/04 del 27/02/2004-Roma



Finestra dell'anno
Con Prolux+ più luce
e più isolamento acustico

Più luce negli ambienti e maggiore comfort domestico: Prolux+ di Oknoplast, finestra in pvc premiata Prodotto dell'Anno per l'undicesima volta consecutiva, ridefinisce il ruolo dell'infisso. Il telaio ridotto al minimo, l'anta ultrasottile e il nodo centrale di soli 111

mm aumentano la superficie vetrata con più luminosità e isolamento termoacustico. L'assenza di fermavetri restituisce un'estetica essenziale, mentre la tripla guarnizione e le elevate prestazioni energetiche contribuiscono al benessere abitativo.



◀ **Monolite**

L'isola Atlas: un monolite domestico dove materia, luce e riflessi creano ritmo e profondità nello spazio. A sinistra, un dettaglio delle colonne contenitive

mestici saranno sempre più interconnessi e diventeranno parte integrante di un ecosistema intelligente e reattivo. In questo scenario, cresce l'attenzione verso la ricerca e sviluppo di materiali sempre più resistenti, performanti ed evoluti tecnologicamente, capaci non solo di garantire durabilità e affidabilità nel tempo, ma anche di offrire nuove possibilità espressive. La cucina si evolve quindi in un sistema aperto e identitario, capace di interpretare in modo autorevole i nuovi scenari domestici».

Non stupisce quindi che il brand abbia sviluppato un sistema casa completo che connette cucina, living e zona notte: «La capacità di interpretare l'abitare contemporaneo in maniera integrata è ciò che rende riconoscibile Febal Casa», commenta. Come emerge da Ambassador, «che rappresenta il manifesto del nostro modo di intendere il design: uno spazio in cui servizi evoluti, progettazione personalizzata e strumenti di supporto alla vendita si integrano per rispondere, da un lato, alle esigenze di un consumatore sempre più consapevole e, dall'altro, accrescere il business dell'imprenditore che condivide la nostra visione». Ciò si potrà vedere concretamente a EuroCucina su un'area di oltre 900 metri quadrati: «Qui daremo forma a un vero progetto architettonico, pensato per raccontare la nostra idea di casa: uno spazio capace di dialogare con il contesto e interpretare le nuove sensibilità della dimensione abitativa moderna», conclude Colombini.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Non ha bisogno di pareti, eppure definisce l'ambiente con forza. È la cucina a isola che organizza senza barriere e condensa materia e tecnologia in un blocco autonomo in grado di trasformare l'operatività in presenza architettonica. Ne è un esempio Atlas della cucina Origina, la nuova proposta di Febal Casa «dal carattere deciso, un fulcro visivo e progettuale», descrive Emanuel Colombini, presidente e chief design officer di Colombini Group, di cui il marchio fa parte. «La nostra idea è stata quella di creare un volume compatto e materico, dove la continuità delle superfici non è solo estetica ma espressiva». Ecco, quindi, che l'armonia tra materia, luce e riflessi diventa centrale.

«La scelta del materiale non è casuale, nasce dalla volontà di definire un corpo monolitico, in cui riflessi e profondità materica dialogano con lo spazio circostante trasformando un elemento funzionale in esperienza estetica», precisa. Questa cornice invita a una riflessione più ampia: «Oggi l'isola non è solo un componente tecnico, ma un gesto architettonico e sociale che contribuisce a trasformare l'abitare quotidiano in un sistema di spazi fluidi e interconnessi, dove la cucina evolve da ambiente operativo a luogo di relazione, esperienza e stile riconoscibile». Non si tratta più di un modulo isolato e infatti il futuro di questa stanza «sarà un equilibrio fluido tra funzione, spazio e socialità. Anche gli elettrodo-

Anche se organizzata come sistema aperto, la cucina può proporsi come un centro di gravità di forte attrazione intorno al quale ruotano operatività e relazioni. Come per Atlas di Origina. Firmata Febal Casa

di **Valentina Ferlazzo**

L'isola si conferma attrazione fatale

Rinnovato il progetto di Marc Sadler

Poesia dei materiali e rigore tecnico in Sei di Euromobil

Nasce da una misura minima e rigorosa: sei millimetri. Un gesto tecnico che, nella sua precisione, diventa linguaggio su piani, fianchi, mensole e accessori in generale. E oggi Sei, la cucina di Marc Sadler per Euromobil, viene reinterpretata con lo scopo di ribadire come industria e sensibilità artigianale possono convivere nello stesso gesto

progettuale. «Un corpo sculturale caratterizzato dall'assemblaggio a vite dei pannelli verticali, a testimonianza del carattere artigianale e artistico di una cucina che, nel suo nucleo, è realizzata da una realtà produttiva che opera con macchinari e tecniche d'avanguardia e con personale



▲ **Vene e viti**

Sei di Marc Sadler nella nuova versione: venature continue e viti a vista esaltano il valore della materia

altamente qualificato in ogni fase della filiera», commenta Sadler. Il risultato è un volume monolitico che prende la forma di un'isola dall'identità decisa: «Dal 2018 si caratterizza per il connubio fra laminati e materiali nobili in un linguaggio estetico che fa del contrasto e della versatilità il suo punto di forza», sottolinea il designer: «Quest'anno viene presentata al Salone del mobile in una nuovissima variante acciaio inox invecchiato attraverso un raffinato processo artigianale che riproduce le venature naturali passanti dei blocchi di marmo».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Rapporti

il Sole
24 ORE

21/04

2026

Il trend dei distretti

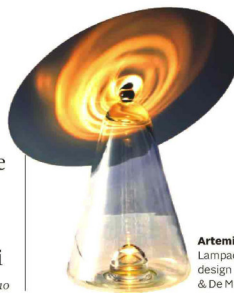
Aree in flessione e in crescita sul territorio nazionale. Le vie del rilancio

Laura Cavestri — a pag. 8

Il Fuorisalone

La manifestazione coinvolge tutta Milano con debutti, aperture ed eventi

Rossella Savojarjo — a pag. 10



Artemide.
Lampada Boltsons,
design Herzog
& De Meuron

In vetrina

Le novità esposte in fiera e in città per la Design Week, scelte dalla redazione di HTSI

— pagine 42-47

ALLEGRA MUSSATO / CONTEST HIMMASTER - FONDAZIONE ARNOLDO E ALBERTO MONDADORI, 2026



L'export rallenta, ma la produzione tiene

Scenari. Dopo un 2025 chiuso con un fatturato in aumento, gennaio ha segnato cali molto significativi sui mercati esteri, senza contare i possibili effetti della crisi nel Golfo. Feltrin (FederlegnoArredo): «Fiducia in una ripresa nei prossimi mesi, grazie a diversificazione geografica e investimenti in innovazione»

Giovanna Mancini

La speranza è che, come ogni anno, il Salone del Mobile di Milano che inaugura oggi a Rho Fiera porti una sferzata di energia e fiducia – l'ottimismo della volontà – alle imprese dell'arredamento, in un momento in cui tutto farebbe prevalere il pessimismo della ragione. Dopo una chiusura d'anno inaspettatamente positiva, grazie soprattutto alla spinta del mercato interno, il 2026 si è aperto con più di una nube per l'industria del mobile, confermando il rallentamento dei mercati esteri, che rappresentano oltre metà del fatturato complessivo del settore, con 14,2 miliardi (-0,8% nel 2025 rispetto al 2024, secondo i dati di Federlegno-Arredo) su un valore totale della produzione di 27,7 miliardi di euro (+0,9% rispetto al 2024). Il buon andamento delle vendite in Italia (+2,7%) è stato dunque determinante per la tenuta del comparto. Il quadro, tuttavia, è in peggioramento e non ci riferiamo solo agli effetti della guerra di Stati Uniti e Israele contro l'Iran, che in numeri ancora non sono in grado di quantificare. Già nel mese di gennaio, infatti, i dati dell'export di mobili elaborati da FederlegnoArredo (Fla) descrivono uno scenario in

forte peggioramento, a cominciare dagli Stati Uniti. «Il calo complessivo a fine 2025 era tutto sommato contenuto, attorno al 4,9%. Ma eravamo consapevoli che quel dato nascondeva diminuzioni molto più consistenti a partire dalla fine dell'estate, con l'entrata in vigore ufficiale dei dazi voluti dal presidente Trump», spiega il presidente di Fla, Claudio Feltrin. La conferma è un crollo del 28,5% a gennaio 2026 rispetto a gennaio 2025, con vendite di mobili congelate a causa non solo delle nuove tariffe doganali al 15%, ma anche, e forse soprattutto, della svalutazione del dollaro sull'euro. Non va molto meglio in Europa: la Francia (primo mercato di destinazione dell'arredo italiano) cede il 6,1%, la Germania (che nell'ultimo scorcio del 2025 aveva dato timidi segnali di ripresa) addirittura il 18,4%, portando la Ue nel complesso a un -9 per cento. Né va meglio sulle piazze extra-europee, con il Regno Unito (che lo scorso anno aveva registrato una crescita sostenuta) in calo del 6,7% e la Cina che segna un tonfo del 46,6 per cento. Nell'insieme, a gennaio le esportazioni segnano quindi un -13,1 per cento. «E ancora non si vedono gli effetti della guerra in Iran, che impatta soprattutto sui Paesi del Golfo, l'area da cui era arrivato uno dei principali contributi

alla crescita negli ultimi anni, soprattutto dagli Emirati Arabi Uniti», aggiunge Feltrin. Che mette in guardia, tuttavia, da una lettura allarmista di questi dati: «Si tratta solo del primo mese dell'anno, un mese tradizionalmente breve e su cui dunque è più facile registrare forti fluttuazioni, in un senso e nell'altro. Siamo preoccupati, ovviamente, e lo siamo ancora di più considerando i possibili effetti della guerra in Iran. Ma siamo fiduciosi che il conflitto possa trovare presto una soluzione e, anche se gli strascichi saranno lunghi, l'anno possa chiudersi senza troppi danni per le nostre imprese». Ci sono due dati, in particolare, che confortano le aziende: il numero dei visitatori statunitensi al Salone del Mobile è aumentato in modo significativo, tanto che questo Paese è passato dal nono al quinto posto tra i più rappresentati a Milano. Anche la Cina si conferma salda al primo posto tra i Paesi presenti e questi due dati, insieme, confermano l'interesse di questi mercati importantissimi, a dispetto dei dati di gennaio. Inoltre, se si considera la produzione industriale, il settore del mobile a gennaio ha tenuto (+0,1% su base annua e +2,3% rispetto a dicembre), mentre l'Istat rileva per la manifattura nel suo complesso un -2,3% rispetto al gennaio 2025 e un

-0,7% rispetto a dicembre. A febbraio si rileva una lieve flessione, pari allo 0,5% su febbraio 2025. «Segno che, evidentemente, il mercato interno cresce», osserva il presidente Fla. E che le aziende più dinamiche, grazie anche a importanti investimenti in innovazione e digitalizzazione, sostenibilità ed efficienza energetica, diversificazione delle geografie, stanno dimostrando una efficace capacità di risposta e adattamento alle continue crisi che si succedono da ormai sei anni. Molte di queste aziende sono protagoniste del nostro racconto, nelle pagine seguenti, e saranno presenti al Salone del Mobile di Milano, piattaforma irrinunciabile per l'internazionalizzazione dell'industria italiana dell'arredo, oltre che alla Design Week che si svolge in città, con le sue migliaia di iniziative. Un ecosistema industriale che, come dimostrano i recenti studi pubblicati da soggetti autorevoli come Intesa Sanpaolo, Mediobanca, Sace, Fondazione Symbola e Crif, nonostante le tante difficoltà, riesce a mantenere la sua leadership produttiva in Europa e a confermarsi fra i primi tre esportatori mondiali di mobili, alle spalle della Cina e in un perenne testa a testa con la Germania.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La cucina al centro dello spazio abitativo con soluzioni creative

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

Antonella Galli

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.

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.

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».

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

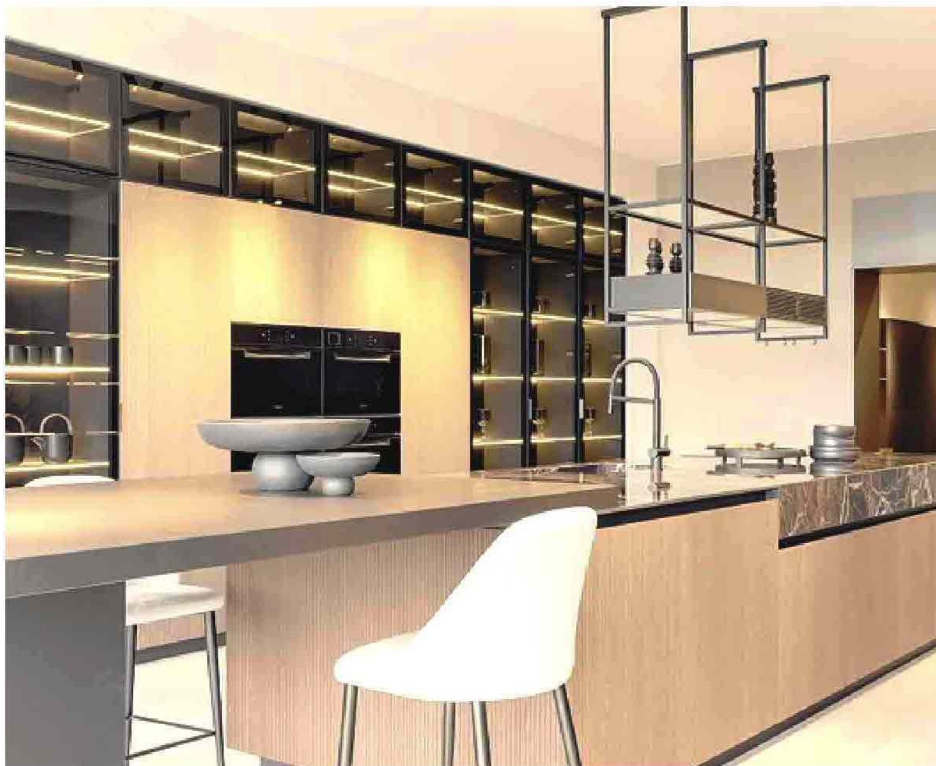
brand con l’obiettivo di raddoppiare il fatturato nei prossimi anni. Al centro della strategia c’è un consolidamento selettivo e qualitativo della rete distributiva, sia in Italia che all’estero, con un focus principale sullo sviluppo internazionale». Il piano prevede sia aperture mirate nelle aree a maggiore crescita come India, South Arabia, Indonesia, Cambogia, Vietnam, Filippine, sia un rafforzamento nei mercati consolidati come Usa, Regno Unito, Francia, Spagna e Australia.

Novità anche per Franke Home Solution con la nuova generazione di sistemi lavello integrati Mythos Supernova e Mythos Atlantic, 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».

80 anni

STILNOVO

L'azienda è tra le principali interpreti del linguaggio dell'illuminazione fin dalla sua fondazione, avvenuta nel 1946 a opera di Bruno Gatta.



New York. Showroom Boffi|De Padova



Innovazioni.

In alto, lo showroom Febal a San Marino con in primo piano la cucina Origina. A fianco, Franke, la nuova colonna attrezzata Mythos Supernova. Sotto, un'immagine della cucina Snaidero Sistema Frame



Rapporti

Il Sole
24 ORE

21/04

2026

Il trend dei distretti

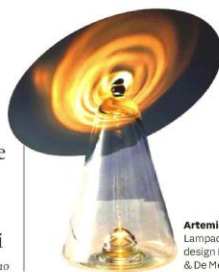
Aree in flessione e in crescita sul territorio nazionale. Le vie del rilancio

Laura Cavestri — a pag. 8

Il Fuorisalone

La manifestazione coinvolge tutta Milano con debutti, aperture ed eventi

Rossella Savojarlo — a pag. 10



Artemide.
Lampada Boltions,
design Herzog
& De Meuron

In vetrina

Le novità esposte in fiera e in città per la Design Week, scelte dalla redazione di HTSI

— pagine 42-47

ALLEGRA MUSSATO / CONTEST MHAESTER - FONDAZIONE ARNOLDO E ALBERTO MONDADORI, 2026



L'export rallenta, ma la produzione tiene

Scenari. Dopo un 2025 chiuso con un fatturato in aumento, gennaio ha segnato cali molto significativi sui mercati esteri, senza contare i possibili effetti della crisi nel Golfo. Feltrin (FederlegnoArredo): «Fiducia in una ripresa nei prossimi mesi, grazie a diversificazione geografica e investimenti in innovazione»

Giovanna Mancini

La speranza è che, come ogni anno, il Salone del Mobile di Milano che inaugura oggi a Rho Fiera porti una sferzata di energia e fiducia – l'ottimismo della volontà – alle imprese dell'arredamento, in un momento in cui tutto farebbe prevalere il pessimismo della ragione. Dopo una chiusura d'anno inaspettatamente positiva, grazie soprattutto alla spinta del mercato interno, il 2026 si è aperto con più di una nube per l'industria del mobile, confermando il rallentamento dei mercati esteri, che rappresentano oltre metà del fatturato complessivo del settore, con 14,2 miliardi (-0,8% nel 2025 rispetto al 2024, secondo i dati di Federlegno-Arredo) su un valore totale della produzione di 27,7 miliardi di euro (+0,9% rispetto al 2024). Il buon andamento delle vendite in Italia (+2,7%) è stato dunque determinante per la tenuta del comparto. Il quadro, tuttavia, è in peggioramento e non ci riferiamo solo agli effetti della guerra di Stati Uniti e Israele contro l'Iran, che i numeri ancora non sono in grado di quantificare. Già nel mese di gennaio, infatti, i dati dell'export di mobili elaborati da FederlegnoArredo (Fla) descrivono uno scenario in

forte peggioramento, a cominciare dagli Stati Uniti. «Il calo complessivo a fine 2025 era tutto sommato contenuto, attorno al 4,9%. Ma eravamo consapevoli che quel dato nascondeva diminuzioni molto più consistenti a partire dalla fine dell'estate, con l'entrata in vigore ufficiale dei dazi voluti dal presidente Trump», spiega il presidente di Fla, Claudio Feltrin. La conferma è un crollo del 28,5% a gennaio 2026 rispetto a gennaio 2025, con vendite di mobili congelate a causa non solo delle nuove tariffe doganali al 15%, ma anche, e forse soprattutto, della svalutazione del dollaro sull'euro. Non va molto meglio in Europa: la Francia (primo mercato di destinazione dell'arredo italiano) cede il 6,5%, la Germania (che nell'ultimo scorcio del 2025 aveva dato timidi segnali di ripresa) addirittura il 18,4%, portando la Ue nel complesso a un -9 per cento. Né va meglio sulle piazze extra-europee, con il Regno Unito (che lo scorso anno aveva registrato una crescita sostenuta) in calo del 6,7% e la Cina che segna un tonfo del 46,6 per cento. Nell'insieme, a gennaio le esportazioni segnano quindi un -13,1 per cento. «E ancora non si vedono gli effetti della guerra in Iran, che impatta soprattutto sui Paesi del Golfo, l'area da cui era arrivato uno dei principali contributi

alla crescita negli ultimi anni, soprattutto dagli Emirati Arabi Uniti», aggiunge Feltrin. Che mette in guardia, tuttavia, da una lettura allarmista di questi dati: «Si tratta solo del primo mese dell'anno, un mese tradizionalmente breve e su cui dunque è più facile registrare forti fluttuazioni, in un senso o nell'altro. Siamo preoccupati, ovviamente, e lo siamo ancora di più considerando i possibili effetti della guerra in Iran. Ma siamo fiduciosi che il conflitto possa trovare presto una soluzione e, anche se gli strascichi saranno lunghi, l'anno possa chiudersi senza troppi danni per le nostre imprese». Ci sono due dati, in particolare, che confortano le aziende: il numero dei visitatori statunitensi al Salone del Mobile è aumentato in modo significativo, tanto che questo Paese è passato dal nono al quinto posto tra i più rappresentati a Milano. Anche la Cina si conferma salda al primo posto tra i Paesi presenti e questi due dati, insieme, confermano l'interesse di questi mercati importantissimi, a dispetto dei dati di gennaio. Inoltre, se si considera la produzione industriale, il settore del mobile a gennaio ha tenuto (+0,1% su base annua e +2,3% rispetto a dicembre), mentre l'Istat rileva per la manifattura nel suo complesso un -2,3% rispetto al gennaio 2025 e un

-0,7% rispetto a dicembre. A febbraio si rileva una lieve flessione, pari allo 0,5% su febbraio 2025. «Segno che, evidentemente, il mercato interno cresce», osserva il presidente Fla. E che le aziende più dinamiche, grazie anche a importanti investimenti in innovazione e digitalizzazione, sostenibilità ed efficienza energetica, diversificazione delle geografie, stanno dimostrando una efficace capacità di risposta e adattamento alle continue crisi che si succedono da ormai sei anni. Molte di queste aziende sono protagoniste del nostro racconto, nelle pagine seguenti, e saranno presenti al Salone del Mobile di Milano, piattaforma irrinunciabile per l'internazionalizzazione dell'industria italiana dell'arredo, oltre che alla Design Week che si svolge in città, con le sue migliaia di iniziative. Un ecosistema industriale che, come dimostrano i recenti studi pubblicati da soggetti autorevoli come Intesa Sanpaolo, Mediobanca, Sace, Fondazione Symbola e Crif, nonostante le tante difficoltà, riesce a mantenere la sua leadership produttiva in Europa e a confermarsi fra i primi tre esportatori mondiali di mobili, alle spalle della Cina e in un perenne testa a testa con la Germania.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Finiture

Geometrie per la casa: tutto in linea

Superfici attrezzate e personalizzabili, rivestimenti in materiali ecologici, maniglie e ante a scomparsa: il rigore e l'essenzialità si sposano a una tattilità levigata, dal legno all'alluminio a specchio

Pagina a cura di HTSI



Febal Casa. L'isola Atlas della cucina Origina abbina Laminam Emperador Extra Lucidato per piano e basamento, alluminio specchio bronzo per zoccolo e anta

MFF

f a s h i o n

Beccari: «La sfida lifestyle di Vuitton»

«Creiamo esperienze che vanno oltre la moda», spiega a *MFF* il numero uno della maison, presente alla *Design week* con una mostra a Palazzo Serbelloni. Protagonista è Pierre Legrain figura di spicco dell'Art déco che creò il primo mobile del marchio nel 1921, oggi rieditato negli Objets nomades. «Il lusso tornerà. Se fossi uno scommettitore, punterei su Lvmh»

«**C**ontinuiamo a investire in progetti che vanno oltre la moda. Non ci fermiamo mai, guardiamo sul lungo termine perché attraversiamo una fase geopolitica mondiale. Se fossi uno scommettitore, punterei su Lvmh». Pietro Beccari, presidente e ceo di Louis Vuitton e numero uno di Lvmh fashion group, usa queste parole alla vigilia di un importante appun-

to della maison ammiraglia del gruppo, quello con la Milano Design week. Un evento che la casa di moda celebra ogni anno in maniera speciale. Per il 2026, nello specifico, Vuitton presenta la nuova collezione di Objets nomades attraverso una mostra a Palazzo Serbelloni dedicata a Pierre Legrain, decoratore, illustratore, rilegatore ed ebanista francese, figura di spicco dell'Art déco.

Collaboratore assiduo della maison, Legrain creò nel 1921 il primo elemento di arredo della maison: la coiffeuse, una toeletta in ebano laccato, che viene oggi rieditata nella Collection hommage Pierre Legrain. Arricchita da una proposta di sedute, paraventi, tappeti, scatole, tessuti e oggetti di decoro che riprendono i celebri motivi realizzati da Legrain.

continua a pag. 11



IN EDICOLA CON MF

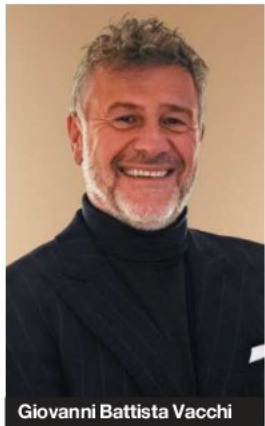
THE WOWNESS: **MERYLL ROGGE**. PROTAGONISTA DI UNA COVER STORY ESCLUSIVA, LA DESIGNER BELGA ALLA GUIDA DI **MARNI** RACCONTA IL SUO DEBUTTO E I PROGETTI PER IL BRAND. IN EQUILIBRIO TRA SPERIMENTAZIONE E RISCOPERTA DEI CODICI D'ARCHIVIO. FOTO **ALMA LIBERA**

Sfoggia la digital edition su mobile, tablet e pc. Scarica l'app MFFashion oppure accedi al sito shop.milanofinanza.it

Class ditori

Febal casa spinge il retail tra Italia e Far east

La controllante Colombini group mira a 300 milioni nel 2026 e il brand prepara 25 opening. All'estero vola a Taiwan, Shanghai e Jakarta. «Rimaniamo aperti ad acquisizioni», ha detto a *MFF* l'ad Vacchi. **Alice Merli**



Giovanni Battista Vacchi

L'espansione italiana ed estera entra nel mirino di **Febal casa**, forte dei risultati della controllante **Colombini group**. Mentre la società, che tiene in portafoglio altri brand tra cui **Bontempi** e **Colombini casa**, mira ai 300 milioni di fatturato per il 2026, per Febal casa è in vista una ricca schedule di opening. Intanto al **Salone del mobile** il marchio racconta l'abitare contemporaneo attraverso quattro progetti: Natural rationalism, Tech city, Nordic ease e Comfort way, dove ogni dettaglio, materiale e finitura creano un'esperienza immersiva e unica. A spiegare le novità a *MFF* è l'amministratore delegato del gruppo, **Giovanni Battista Vacchi**.

Che piani avete per Febal casa?

Puntiamo a rafforzare la rete monomarca di Febal casa in Italia e all'estero. Nella penisola abbiamo schedate tra le 20 e 25 aperture per il 2026. Tra queste ci sono Napoli, Roma

e Lucca. All'estero, gli Stati Uniti e il Nord America rimangono aree di grande interesse per il brand. Abbiamo appena aperto a Las Vegas e stiamo valutando punti vendita in Canada e nelle principali città americane. In Asia Pacific faremo opening in Taiwan, Shanghai, Jakarta, Hong Kong e Bangkok, mentre in Europa stiamo progettando aperture tra la Francia, la Svizzera e la Spagna.

Come è andato il 2025 per il gruppo?

L'anno si è chiuso a 290 milioni di euro di fatturato, con un'ottima performance in cui l'ebitda è cresciuto del 12%. Anche l'ordinato, in salita del +5%, ha confermato la solidità dei nostri marchi. Nel 2026 vorremmo toccare i 300 milioni di business (+3,4%), dipenderà molto dal contesto macroeconomico.

Quali sono i mercati che state maggiormente sviluppando?

L'export vale circa il 15% del fatturato di gruppo, l'obiettivo è raggiungere una quota del

20-25%. L'Italia rimane la roccaforte, vogliamo continuare a crescere qui, sia a livello di monomarca con il marchio Febal casa, sia con i multi-marca e il contract. In Europa ci stiamo focalizzando su Francia, Svizzera e l'area del Sud Europa con la Spagna, Grecia e Malta. Stiamo mettendo in pancia ordini anche per il Middle East e abbiamo un piano di sviluppo non solo negli Emirati e in Oman, ma anche in Qatar, Arabia Saudita e Kuwait.

Siete ancora aperti a potenziali acquisizioni?

Sì, continuiamo a ricevere dossier. Guardiamo a realtà del design italiano, a settori che possano essere simili al nostro mondo, dalla cucina, alle armadiature, fino ai complementi di gamma. Ma anche verso player produttivi che possano ampliare la nostra capacità di offerta. Inoltre, stiamo cercando nuove figure manageriali sui mercati internazionali. (riproduzione riservata)

MILANO
FINANZA

MF fashion

Febal casa spinge il retail tra Italia e Far east

La controllante Colombini group mira a 300 milioni nel 2026 e il brand prepara 25 opening. All'estero vola a Taiwan, Shanghai e Jakarta. «Rimaniamo aperti ad acquisizioni», ha detto a MFF l'ad Vacchi



Giovanni Battista Vacchi, amministratore delegato Gruppo Colombini (courtesy Gruppo Colombini)

L'espansione italiana ed estera entra nel mirino di **Febal casa**, forte dei risultati della controllante **Colombini group**. Mentre la società, che tiene in portafoglio altri brand tra cui **Bontempi** e **Colombini casa**, mira ai 300 milioni di fatturato per il 2026, per Febal casa è in vista una ricca schedule di opening. Intanto al **Salone del mobile** il

marchio racconta l'abitare contemporaneo attraverso quattro progetti: Natural rationalism, Tech city, Nordic ease e Comfort way, dove ogni dettaglio, materiale e finitura creano un'esperienza immersiva e unica. A spiegare le novità a *MFF* è l'amministratore delegato del gruppo, **Giovanni Battista Vacchi**.

Che piani avete per Febal casa?

Puntiamo a rafforzare la rete monomarca di Febal casa in Italia e all'estero. Nella penisola abbiamo schedate tra le 20 e 25 aperture per il 2026. Tra queste ci sono Napoli, Roma e Lucca. All'estero, gli Stati Uniti e il Nord America rimangono aree di grande interesse per il brand. Abbiamo appena aperto a Las Vegas e stiamo valutando punti vendita in Canada e nelle principali città americane. In Asia Pacific faremo opening in Taiwan, Shanghai, Jakarta, Hong Kong e Bangkok, mentre in Europa stiamo progettando aperture tra la Francia, la Svizzera e la Spagna.

Come è andato il 2025 per il gruppo?

L'anno si è chiuso a 290 milioni di euro di fatturato, con un'ottima performance in cui l'ebitda è cresciuto del 12%. Anche l'ordinato, in salita del +5%, ha confermato la solidità dei nostri marchi. Nel 2026 vorremmo toccare i 300 milioni di business (+3,4%), dipenderà molto dal contesto macroeconomico.

Quali sono i mercati che state maggiormente sviluppando?

L'export vale circa il 15% del fatturato di gruppo, l'obiettivo è raggiungere una quota del 20-25%. L'Italia rimane la roccaforte, vogliamo continuare a crescere qui, sia a livello di monomarca con il marchio Febal casa, sia con i multimarca e il contract. In Europa ci stiamo focalizzando su Francia, Svizzera e l'area del Sud Europa con la Spagna, Grecia e Malta. Stiamo mettendo in pancia ordini anche per il Middle East e abbiamo un piano di sviluppo non solo negli Emirati e in Oman, ma anche in Qatar, Arabia Saudita e Kuwait.

Siete ancora aperti a potenziali acquisizioni?

Sì, continuiamo a ricevere dossier. Guardiamo a realtà del design italiano, a settori che possano essere simili al nostro mondo, dalla cucina, alle armadiature, fino ai complementi di gamma. Ma anche verso player produttivi che possano ampliare la nostra capacità di offerta. Inoltre, stiamo cercando nuove figure manageriali sui mercati internazionali. (riproduzione riservata)

SPECIALE

DESIGN

SUPPLEMENTO AL NUMERO ODIERNO DI **IL GIORNO** *il Resto del Carlino* **LA NAZIONE**



L'EVENTO

Salone del Mobile Connessioni globali

Da oggi Milano si trasforma nella capitale del Design
Protagonisti oltre 1.900 espositori da 32 Paesi
Tra le novità il debutto di Salone Raritas, l'installazione Aurea
e l'avvio del progetto Salone Contract (al via nel 2027)

Crediti: ©Diego Ravier

Eleganza e sostenibilità I trend di EuroCucina

Superfici di marmo e domotica invisibile per creare isole tecnologiche di design

L'ambiente della convivialità diventa un living fluido sempre più accogliente

di **Marco Principini**

Nato nel 1974 EuroCucina si è affermato come il Salone di riferimento a livello internazionale per quest'ambiente, radunando, negli anni pari, circa un centinaio di espositori, accumulati dall'ampia offerta e dall'elevata qualità dei prodotti esposti. La Manifestazione, edizione dopo edizione, attesta l'importanza e la centralità di questo spazio nell'abitare contemporaneo.

Le tendenze che emergono da EuroCucina 2026 delineano un ambiente in cui il confine tra zona tecnica e spazio living svanisce definitivamente. Il cuore pulsante di questa rivoluzione è l'uso magistrale dei materiali, con il marmo che si riprende il ruolo di protagonista assoluto, evolvendosi da semplice superficie di lavoro a elemento scenografico e scultoreo. La pietra naturale non è più solo una scelta estetica, ma un ritorno alla materia pura. Si assiste a una ricerca cromatica sofisticata. Dal prestigioso Bianco di Carrara scelto da Abimis per contesti alpini contemporanei, al profondo Rosso Levante di Binova, caratterizzato da venature bianche e sfumature verdi. Mediterraneo

Interior propone isole monolitiche in marmo opaco, dove la pietra diventa una vera e propria "scultura abitabile".

Per chi cerca praticità senza rinunciare all'eleganza, si consolidano i materiali 'marble-effect' (Grès porcellanato, quarzo composito, laminati), che garantiscono estrema resistenza a macchie e calore pur mantenendo un aspetto sofisticato. L'isola centrale non è più statica, ma un concentrato di ingegneria. Ad esempio la cucina Vela introduce piani in marmo che scorrono tramite telecomando, svelando lavelli e piani a induzione solo quando necessario. La collaborazione tra Febal Casa e lo studio Zaha Hadid Architects dà vita a Onda, un'isola dalle forme fluide personalizzabile con materiali tecnici come Abitum, Laminam o Neolith.

I colori del 2026 abbandonano i contrasti netti per abbracciare i toni della terra e dei minerali. Arrex propone finiture riciclabili suddivise in quattro mood elementali: Aria, Acqua, Terra e Fuoco, prediligendo toni cipria e superfici minerali compatte. Il PET ardesia e il laccato ecologico si fondono con legni dalle micro-texture intrecciate, creando ambienti accoglienti e tattili.



Materiali tattili,
palette cromatiche
minerali
e sistemi
d'avanguardia,
sono queste
le tendenze
che guidano
EuroCucina,
tra eleganza
e rispetto
per l'ambiente

© RIPRODUZIONE RISERVATA

QUOTIDIANO NAZIONALE

DESIGN WEEK

Eleganza e sostenibilità I trend di EuroCucina

Nato nel 1974 EuroCucina si è affermato come il Salone di riferimento a livello internazionale per quest'ambiente, radunando, negli anni...

Nato nel 1974 EuroCucina si è affermato come il Salone di riferimento a livello internazionale per quest'ambiente, radunando, negli anni pari, circa un centinaio di espositori, accumulati dall'ampia offerta e dall'elevata qualità dei prodotti esposti. La Manifestazione, edizione dopo edizione, attesta l'importanza e la centralità di questo spazio nell'abitare contemporaneo.

Le **tendenze** che emergono da **EuroCucina 2026** delineano un ambiente in cui il confine tra zona tecnica e spazio living svanisce definitivamente. Il cuore pulsante di questa rivoluzione è l'uso magistrale dei materiali, con il **marmo** che si riprende il ruolo di protagonista assoluto, evolvendosi da semplice superficie di lavoro a elemento scenografico e scultoreo. La pietra naturale non è più solo una scelta estetica, ma un ritorno alla materia pura. Si assiste a una ricerca cromatica sofisticata. Dal prestigioso Bianco di Carrara scelto da Abimis per contesti alpini contemporanei, al profondo Rosso Levante di Binova, caratterizzato da venature bianche e sfumature verdi. Mediterraneo Interior propone isole monolitiche in marmo opaco, dove la pietra diventa una vera e propria "scultura abitabile".

Per chi cerca praticità senza rinunciare all'eleganza, si consolidano i materiali 'marble-effect' (Grès porcellanato, quarzo composito, laminati), che garantiscono estrema resistenza a macchie e calore pur mantenendo un aspetto sofisticato. L'isola centrale non è più statica, ma un concentrato di ingegneria. Ad esempio la cucina Vela introduce piani in marmo che scorrono tramite telecomando, svelando lavelli e piani a induzione solo quando necessario. La collaborazione tra Febal Casa e lo studio Zaha Hadid Architects dà vita a Onda, un'isola dalle forme fluide personalizzabile con materiali tecnici come Abitum, Laminam o Neolith.

I colori del 2026 abbandonano i contrasti netti per abbracciare i toni della terra e dei minerali. Arrex propone finiture riciclabili suddivise in quattro mood elementali: Aria, Acqua, Terra e Fuoco, prediligendo toni cipria e superfici minerali compatte. Il PET ardesia e il laccato ecologico si fondono con legni dalle micro-texture intrecciate, creando ambienti accoglienti e tattili.



Amid Middle East Conflict and Inflation, Design Pillars Gear Up for Year of Uncertainties

Design leaders talk to WWD about the year ahead, as the Salone del Mobile.Milano trade show readies to kick off the 64th edition of the fair with two biennials — kitchen expo Euro Cucina and the International Bathroom Exhibition.

MILAN — The 64th edition of **Salone del Mobile.Milano** and **Milan** Design Week 2026 will forever be linked to an era of tariffs, inflation, rising oil prices and conflict.

If Milan **Design** Week occupancy rates and hotel tariffs are any indicator, the design industry is booming. But the ongoing conflict in the Middle East and the closed Strait of Hormuz have cast a shadow over the week's events, which start Monday and will close here Sunday.

Until now, European furniture and design firms have played a fierce game of defense while navigating the tricky playing field of geopolitics, trade and even a global pandemic. Quick to re-strategize, the industry has used its lobbying prowess to pioneer trade routes and carve out new markets.

Younger People Are Opting for Iconic Design Objects, Lighting and Furniture, Amid Fashion Slowdown

The **Iran** conflict, which ignited in late February and hit key luxury and design hubs like the UAE, including Dubai, and Riyadh adds another blow and will be top of mind for leaders as they prepare for the **Salone del Mobile**.Milano trade show.

“Regarding the Arab countries, from a medium-term perspective, they certainly retain interest for development. However, it depends greatly on how long this conflict lasts. Hopefully, common sense will prevail,”

FederlegnoArredo president Claudio Feltrin told WWD in an interview during the [Salone del Mobile](#) Milano preview lunch.



Following the two limited editions of the Poltrona Frau Infinito table, created in 2021, and the Infinitamente table, produced in 2023, designer Roberto Lazzeroni will unveil Infinitamente 2.0 for Milan Design Week 2026. [POLTRONA FRAU](#)

The 64th edition of the fair will open its doors at FieraMilano Rho trade grounds on Tuesday and will include two biennials – kitchen expo Euro Cucina and the International Bathroom Exhibition – as well as breakout designer debuts at the annual Salone Satellite curation.

Feltrin, like leaders of many firms here, is cautious on the outlook for 2026 and performance in the Middle East. Many are closely monitoring the situation.

“If the crisis subsides or is resolved, we could consider 2026 to be on track and more or less aligned with 2025. However, it’s clear that for now, we’re just observing, as there’s very little we can do to influence it,” Feltrin said.

Middle East Impact at a Glance

The Middle Eastern region accounted for 7 percent of the sector’s total exports. By the end of 2025, the region recorded an overall decline of 1.5 percent, despite positive contributions from the United Arab Emirates and Israel, which were not enough to offset the downturn in Saudi Arabia, to which exports from Italy plunged 19.7 percent. These results, from before the outbreak of the war, indicate that the area — excluding Saudi Arabia — grew by 3.3 percent in 2025, FederlegnoArredo said.

Re-mapping Strategy

At the dawn of U.S. President Trump’s penalizing trade policy, involving 15 percent tariffs on European imports, luxury firms here were counting on the Middle East market to offset losses from the U.S. Now that the tariff jitters have somewhat subsided and the market has gauged its impact, firms here are once again looking to the U.S. — whose luxury consumers continue to fuel demand of ultra-high-end design goods, to offset the impact of the ongoing war, which includes inflation and rising energy and shipping costs.

Prices of oil jumped above \$100 a barrel on April 13. Inflation offers no reprieve. According to EU statistics bureau Eurostat, euro area annual inflation is expected to be 2.5 percent in March 2026, up from 1.9 percent in February, according to a flash estimate, still hovering around the historic highs reached after the brink of the Ukraine war.

Another thorny issue is the contract business. According to the 2025-26 branded **real estate** report by Savills, **branded residences** are being constructed at an unprecedented rate. Some of those hot spots happen to be Dubai and Abu Dhabi, though Miami is among the highest ranked globally.



Artemest's furniture collection in collaboration with Gachot. TOMMASO LISCA

Progress there is top of mind for companies throughout the sector. Design platforms like Artemest are also cautiously optimistic.

Until the dawn of the Iran conflict, until geopolitical tensions arose, the Middle East represented nearly 20 percent of **Artemest's** sales, driven by hospitality and residential projects. "There'll still be projects in the Middle

East, less in Dubai maybe, but it's gonna hurt a little bit," CEO Marco Credendino noted.

Salone del Mobile.Milano so far is still planning a satellite fair in Riyadh for 2026. The sector's biggest names – Molteni&C, Minotti, Cassina and Poltrona Frau among them – have invested in expanding their retail space in the Gulf to tap into the high-net-worth migration to the region over the past decade. It remains to be seen if that event will go ahead as planned.

The Rest of Europe



Petite Friture Eclipse daybed by Garnier Pingree. CLÉMENT BRANDELY

At the European level, the design sector comprised about 295,000 businesses in 2024, with total revenue reaching 31 billion euros, up 3.2 percent year on year, according to the Design Economy report released Thursday and carried out by Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, and Italy's ADI Industrial Design Association. Employment in the sector also shows positive growth, with over 356,000 workers, up 4.8 percent.

For French manufacturers, the Middle East is a strong market driven by construction, housing, and luxury demand, with a focus on Dubai and Saudi

Arabia, said Isabelle Hernio, the international manager of the French Furniture Industry Ameublement. Ameublement français is one of the main pillars behind the Design Défilé, French for The Design Fashion Show, a collective of luxury furniture firms that will showcase the best in high-end French design here with a selection of 13 French heritage and contemporary houses and 53 furniture pieces.

The Middle East is a highly significant market for the French furniture industry due to its booming construction, housing, and luxury demand, particularly in Dubai and Saudi Arabia, she said, but concerns have been raised about rising shipping costs.

“Logistics is not that easy. It costs a lot to transport furniture pieces. That has nothing to do with fashion, cosmetics or tableware — furniture is heavy, and it is very expensive to export and to ship,” she said.

Roberto Xompero, the chief executive officer of Italian marble company Margraf, echoed this. “One is quite obvious: unfortunately, with the war in Iran and the issues related to transportation, it is becoming increasingly complicated to work with the Middle East. The number of ships transporting materials is much lower than before, and transportation costs have also risen significantly,” he said.

Margram has been extracting and processing premium marble since 1906. He leads the company’s strategic expansion in international markets — specifically the Middle East, China, and the U.S.



During Milan Design Week, Margraf will unveil a project designed by Hannes Peer Architecture. **MARGRAF**

The ‘Unforecastable Year’

This year is what luxury linens maker **Frette** CEO Filippo Arnaboldi has coined an “unforecastable year.”

“It’s very difficult to understand the sentiment of the consumer due to all the geopolitical challenges that we are facing.

“Right now, the U.S. market is still the number-one market. It’s about 60 percent of our business. So market is still pretty stable despite everything that is happening in the world. And luckily enough, the so-called the GCC, the Gulf Countries market, is still a very small market for us.”



Frette's Turning Tables Collection for 2026 in collaboration with designer Tara Bernerd.

Colombini Group CEO Giovanni Battista Vacchi said the industry needs to be careful to concentrate on the big picture, the globe as a whole and areas of opportunity such as younger generations who are ever more interested in buying high-end furniture.

Colombini Group is home to Italian **furniture**-to-kitchens-maker **Febal Casa**, which has collaborated with **Matteo Thun**, Daniel Libeskind, Zaha Hadid Architects and most recently Massimo Iosa Ghini among its key design collaborators, is placing big bets on the U.S. market. The firm has recently expanded into new territories like South Africa, and Lagos, Nigeria.

“For 2026, we clearly need to somewhat isolate what is happening in the Middle East; otherwise, we risk focusing too much on short-term events — hopefully, they are short-term,” he said.



Febal's Origina Kitchen system. FEBAL

Angelo Monaco, CEO of design kitchens firm Arclinea, said that 2026 started off better than 2025. “Obviously, everything that has been happening in recent days is creating a bit more fog, a bit more uncertainty. It cannot be denied that this situation is troubling. However, looking at it from a quarterly perspective, the current situation is not, at this time, creating a barrier to our goals for 2026.”

Federlegno Arredo said the value of the wood supply chain reached 52.3 billion euros in 2025.

To ignite growth, Salone del Mobile.Milano organizers will unfurl a new initiative and a narrative installation in the form of an imaginary hotel that is intended to showcase new possibilities for luxury hospitality decor. The project has been conceived by Maison Numéro 20, the Parisian agency founded by Oscar Lucien Ono, a designer known for embracing Art Deco style who is considered a master of haute couture decoration. About 1,900 exhibits and around 300,000 visitors are expected at the fair.

Starting in September, the project will continue with an international tour of key markets, gradually building an international audience. In 2027, Salone Contract will be present as a structured, non-generalist exhibition, with companies selected for their **design** quality, industrial capacity and operational reliability.

INTERNI



CUCINA | KING SIZE 2026

Atlas by Febal Casa



BRAND **Febal Casa**
DESIGNER **Ufficio Progetti**

L'isola Atlas della cucina Origina by **Febal Casa** si afferma come presenza scultorea e fulcro dell'ambiente. La combinazione di materiali di grande effetto cattura l'attenzione. Il materiale scelto per piano, fianchi e basamento, aggiunge un tocco materico e avvolgente, esaltando la continuità monolitica del volume. Lo zoccolo con giunzioni a 45 gradi e i riflessi dell'anta telaio alluminio specchio bronzo amplificano luce e profondità. Le colonne con ante in vetro e ripiani retroilluminati conferiscono ritmo e leggerezza, componendo un equilibrio tra materia, luce e architettura.



21/04/2026

Edizione delle ore 13:30



21 aprile 2026 – [in diretta dal Salone del Mobile.Milano](#)





FEBAL CASA AL SALONE DEL MOBILE.MILANO 2026. HOME, WHEREVER YOU ARE



Un percorso immersivo tra quattro visioni dell'abitare contemporaneo che raccontano la casa come sistema

Febal Casa annuncia la propria partecipazione al Salone del Mobile.Milano 2026, in programma dal 21 al 26 aprile presso Fiera Milano Rho, con un progetto espositivo che racconta la casa come sistema integrato, coerente e con un'identità riconoscibile.

Pensato per tradurre in spazio abitativo la visione progettuale del brand, il concept sviluppato per il Salone del Mobile.Milano 2026 interpreta l'abitare contemporaneo come un insieme fluido di ambienti, funzioni e relazioni, capace di adattarsi a contesti, culture e stili di vita differenti, mantenendo sempre una precisa identità espressiva.

“In questi anni abbiamo investito nella ricerca e nello sviluppo per elaborare progetti che dessero un forte valore aggiunto al brand Febal Casa. Oggi, così come in futuro la nostra attenzione è concentrata sull'essere distintivi nel mercato dell'arredamento e accrescere attraverso tecnologia, concept e studio del prodotto l'impatto del brand presso tutti i nostri stakeholders. Dalla visione di Sistema integrato deriva il concept presentato al Salone del Mobile: Se è Febal, è Casa. Ovunque.

Un principio che definisce un approccio progettuale continuo e coerente applicato a tutti gli “spazi abitativi”: dagli showroom, alle fiere, al contract, fino alle case dei nostri clienti. È così che Febal Casa progetta sistemi domestici in grado di dare forma alle connessioni tra luoghi, culture e stili di vita con finiture e materiali abbinati per restituire uno stile riconoscibile in ogni parte del mondo.” Emanuel Colombini, Presidente e Chief Design Officer Colombini Group.

Lo stand (Padiglione 04, Stand C04–C08), di oltre 900 mq, è stato progettato dallo studio A++ di Carlo Colombo e Paolo Colombo in collaborazione con il dipartimento R&D di Colombini Group. Lo spazio espositivo nasce da una ricerca approfondita su materiali, superfici e luce, che contribuiscono a definire un linguaggio sofisticato, armonico e senza tempo, pienamente coerente con l'identità di Febal Casa. L'architettura richiama i principi del razionalismo italiano tra gli anni '30 e '50, dove proporzione, linearità ed equilibrio tra pieni e vuoti danno forma a un contenitore essenziale e riconoscibile, capace di valorizzare la qualità progettuale delle collezioni.

“Febal Casa è il marchio retail del Gruppo Colombini, con un'identità pienamente contemporanea che, grazie al suo posizionamento high-end, mantiene un accesso competitivo sul mercato, garantendo qualità e design assimilabili ai segmenti premium. Nel rispetto della forte vocazione del brand verso il retail, negli ultimi anni abbiamo implementato l'offerta dei servizi alla rete di dealer, con l'obiettivo di consolidare le partnership con gli imprenditori locali attraverso forme di collaborazione strategica e investimenti congiunti. Febal Casa può inoltre vantare una competenza distintiva a livello internazionale anche nella realizzazione di grandi progetti: questo ci ha consentito di integrare l'offerta contract con la professionalità dei nostri partner locali.” Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato Colombini Group.

All'interno dello stand la visione Febal Casa prende forma attraverso quattro lifestyle – Wellbeing & Vitality, Life & Motion, Cozy & Quiet, Relax & Slow Living – tradotti in altrettante interpretazioni dell'abitare contemporaneo: Natural Rationalism, Tech City, Nordic Ease e Comfort Way. Quattro atmosfere diverse ma unite da una stessa grammatica progettuale, che raccontano modi differenti di vivere lo spazio domestico. La scelta dei materiali si inserisce in un percorso di ricerca coerente con l'evoluzione del brand: superfici effetto travertino, pavimentazioni a spina, elementi verticali e finiture materiche concorrono a costruire un'estetica uniforme e riconoscibile. Un approccio che si sviluppa in continuità con il progetto Ambassador e riflette una visione più ampia, capace di estendersi anche agli spazi retail e contract.

In dettaglio: Natural Rationalism interpreta il lifestyle Wellbeing & Vitality attraverso uno spazio in cui la razionalità del progetto incontra la matericità naturale, definendo un equilibrio tra rigore e sensorialità; Tech City esprime il mood Life & Motion, traducendo il dinamismo urbano in uno spazio vibrante, scandito da materiali tecnologici e da un ritmo compositivo deciso. Qui la casa diventa luogo di relazione e movimento, dove cucina e living dialogano in un continuo gioco di rimandi. Nordic Ease dà forma all'atmosfera Cozy & Quiet attraverso un linguaggio fatto di sottrazione, equilibrio e silenzio visivo. Legni chiari, tessuti morbidi e tonalità neutre costruiscono un ambiente intimo e contemplativo, dove ogni elemento contribuisce a una sensazione diffusa di calma; Comfort Way definisce il lifestyle Relax & Slow Living, attraverso uno spazio in cui il progetto costruisce un ritmo più disteso, definito da una continuità fluida tra gli ambienti. Materiali avvolgenti, tonalità calde e proporzioni accoglienti danno forma a un sistema armonico, in cui l'abitare si sviluppa con naturalezza, seguendo tempi più lenti e instaurando una relazione più continua e profonda con ciò che lo circonda.

La partecipazione di Febal Casa al Salone del Mobile.Milano 2026 si traduce, dunque, in un progetto espositivo che supera la logica della semplice presentazione di nuovi prodotti per restituire una visione più ampia dell'abitare contemporaneo. Al centro la qualità dello spazio, il dialogo tra gli ambienti e un'esperienza di visita pensata per essere pienamente immersiva.

VANITY FAIR

Torna EuroCucina: elettrodomestici intelligenti e pensili salvaspazio, ecco come cambiano le cucine

Forme fluide, curve e matericità: la cucina diventa sempre più un'oasi di convivialità e accoglienza. Senza dimenticare la componente hi-tech, come il robot tuttofare che debutta proprio a EuroCucina, all'interno del Salone del Mobile.Milano

al suo debutto nel 1974, EuroCucina è il punto di riferimento mondiale per chi vuole scoprire il futuro dell'ambiente **cucina**. Ogni due anni, il **Salone del Mobile.Milano** riunisce i migliori produttori del settore, garantendo un'esposizione di altissima qualità.

La manifestazione non è solo una vetrina, ma **un racconto di come cambiano le nostre case**: le nuove tendenze in fatto di forme e materiali riflettono il modo in cui viviamo oggi lo spazio domestico. La **cucina** viene qui reinterpretata come un luogo che unisce tecnologia e senso di comunità, modernizzando tradizioni antiche.

All'interno della fiera spicca **FTK (Technology For the Kitchen)**, lo spazio dedicato dal 2004 all'avanguardia tecnologica. Qui, tra **cappe di design** ed elettrodomestici intelligenti, è possibile toccare con mano le innovazioni che trasformeranno il nostro modo di cucinare e conservare gli alimenti.

Febal Casa

Pensato per tradurre in spazio abitativo la visione progettuale del brand, il concept sviluppato per il Salone del Mobile.Milano 2026 di **Febal Casa** interpreta l'abitare contemporaneo come un insieme fluido di ambienti, funzioni e relazioni, capace di adattarsi a contesti, culture e stili di vita differenti, mantenendo sempre una precisa identità espressiva.

All'interno dello stand - di oltre 900 mq e progettato dallo **studio A++ di Carlo Colombo e Paolo Colombo** in collaborazione con il dipartimento **R&D di Colombini Group** - la visione Febal Casa prende forma attraverso **quattro lifestyle – Wellbeing &**

Vitality, Life & Motion, Cozy & Quiet, Relax & Slow Living – tradotti in altrettante interpretazioni dell’abitare contemporaneo: **Natural Rationalism, Tech City, Nordic Ease e Comfort Way**. Quattro atmosfere diverse ma unite da una stessa grammatica progettuale, che raccontano modi differenti di vivere lo spazio domestico.

La scelta dei materiali si inserisce in un percorso di ricerca coerente con l’evoluzione del brand: superfici effetto travertino, pavimentazioni a spina, elementi verticali e finiture materiche concorrono a costruire un’estetica uniforme e riconoscibile.

Dove: Pad. 04, Stand C04 – C08



Courtesy of Febal Casa



internimagazine 



Come cambia la cucina: le novità dal Salone del Mobile tra stile e tecnologia



Disegnata da **Zaha Hadid Architects**, **Onda** si caratterizza per le ante segnate da onde leggere, che ricordano l'acqua che si increspa.



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 Atlantic, 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».



Mahalsa.it
Le Principali Notizie Dall'Italia

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 Atlantic, 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».

Cucine, i gruppi italiani spingono su export, innovazione e integrazione degli spazi

Al Salone del Mobile e a Eurocucina la cucina si conferma il fulcro dello spazio abitativo, con progetti che si aprono al living e rafforzano il posizionamento premium dei marchi. Le aziende del settore accompagnano questa evoluzione con piani di crescita internazionale, nuovi showroom, investimenti di prodotto e obiettivi su sostenibilità e automazione.

In evidenza

- Colombini Group chiude il 2025 con 290 milioni di euro di fatturato, export al 15% e obiettivo di 25-30% entro il 2030, puntando su Middle East e U.S.
- Boffi|De Padova registra nel 2025 un fatturato consolidato di 123 milioni di euro, con il 75% generato all'estero e crescita del 20% in Asia.
- Il gruppo Boffi|De Padova apre due nuovi spazi monomarca a Wuhan e Shenzhen nel novembre 2025 ed espande gli showroom di Pechino e Shanghai.

Strategie di crescita tra Salone ed export

Come riporta Il Sole 24 Ore, Febal Casa presenta al Salone e a Eurocucina un progetto pensato per estendere la visione della cucina all'intera casa, mentre il gruppo accelera il percorso di espansione nei mercati esteri a maggiore potenziale.

Emanuel Colombini, presidente e cdo di Colombini Group, afferma che la cucina si evolve in un sistema aperto e identitario capace di interpretare i nuovi scenari domestici. Il gruppo chiude il 2025 con 290 milioni di euro di fatturato e una quota export del 15%, con l'obiettivo di arrivare al 25-30% entro il 2030. Tra le aree in sviluppo figurano Middle East e U.S., dove è prevista a breve

l'inaugurazione di un negozio Febal Casa a Las Vegas, dopo le aperture di Miami, Scottsdale e Orange County.

Per Boffi, marchio del gruppo Boffi|De Padova, il mercato americano resta un riferimento stabile, mentre l'Asia registra una crescita del 20%. Nel novembre 2025 il gruppo inaugura due nuovi spazi monomarca a Wuhan e Shenzhen e amplia gli showroom di Pechino e Shanghai. Il fatturato consolidato 2025 raggiunge 123 milioni di euro, di cui il 75% generato all'estero, mentre il solo marchio Boffi contribuisce per 84,3 milioni.

Roberto Gavazzi, presidente e ceo, punta sulla sinergia tra Boffi, ADL e De Padova per offrire soluzioni integrate per l'intero spazio abitativo. In questa strategia rientra anche l'investimento nella ricerca e sviluppo sulla cucina, che converge nel nuovo modello XPL firmato da Piero Lissoni.

[Nel nostro precedente approfondimento sul segmento del furniture contract al Salone del Mobile](#) abbiamo spiegato come i grandi progetti stiano diventando un motore di crescita per l'arredo italiano, in una fase di rallentamento delle vendite retail. Abbiamo anche ricordato che il Salone lancerà nel 2027 una nuova area espositiva dedicata al contract e che la domanda dai Paesi del Golfo resta solida, continuando a sostenere gli ordini per le aziende del made in Italy.



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 Atlantic, 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».



Gruppo Colombini rafforza la rete monomarca e punta a 300 milioni di fatturato nel 2026

Solidità per il gruppo sammarinese Colombini (marchi Febal Casa, Colombini Casa e Bontempi). “Abbiamo chiuso l’esercizio 2025 con risultati che riteniamo estremamente buoni, dato il contesto macroeconomico e geopolitico non certo ottimale, producendo circa 300.000 ambienti e concludendo l’annata attorno ai 290 milioni di euro di fatturato, quindi in linea con l’anno precedente; però abbiamo migliorato l’EBITDA di un 12% in valore assoluto, segnale di una maggiore efficienza industriale e di una strategia orientata alla marginalità e non solo ai volumi, il che ci ha consentito di continuare a investire sia in capacità produttiva che in sviluppo commerciale”, conferma a Fashion Network Giovanni Vacchi, AD di Colombini Group. “L’ordinato ha registrato un +5%. L’export oggi vale il 15% del turnover totale, ma l’obiettivo è raggiungere il 25–30% di estero entro il 2030, attraverso una crescita strutturata e selettiva nei mercati a maggiore potenziale”.



Febal Casa, isola "Onda" by Zaha Hadid Architects

“Per il 2026 ci aspettiamo un anno di consolidamento, di accelerazione controllata”, prosegue l’Amministratore Delegato. “Ce l’aspettavamo anche prima che accadesse la crisi in Medio Oriente, quindi stimiamo di toccare i 300 milioni di fatturato a livello di gruppo, incrementando la redditività e continuando ad espanderci sia nella nostra roccaforte, che è il mondo italiano, sia in selezionati mercati a livello globale su cui stiamo investendo. In Italia continueremo a consolidare i marchi Colombini Casa e Febal Casa. Per quest’ultimo pensiamo a nuove aperture – dopo che dal 2020 al 2025 i suoi negozi sono passati da quasi 120 a ben 260, circa 200 in Italia e 60 all’estero – per raggiungere i 300 punti vendita nel 2026. Sempre con Febal Casa, ma anche con Bontempi, che è l’ultima azienda acquisita, nel 2021, vogliamo crescere all’estero, dove siamo diffusi in 4 continenti. Investiremo anche in altre tecnologie a

supporto del retail, dalla visualizzazione degli ambienti all'utilizzo dell'intelligenza artificiale nella progettazione, fino alla realizzazione dei processi produttivi”.

In Europa, Colombini si focalizzerà nei mercati che il management ritiene più adatti al prodotto di design italiano premium che propone. "Nel Vecchio Continente stiamo crescendo soprattutto in Francia, Svizzera, Spagna, Grecia, Cipro e Malta, ma guarderemo anche all'Inghilterra, a tutti i Paesi francofoni e al Benelux”, assicura Vacchi. Nell'area MENA (Medio Oriente e Nord Africa) il gruppo vanta partner forti negli Emirati Arabi e in Oman e vuole continuare a espandersi in Qatar, Kuwait, Bahrain e Arabia Saudita. Nell'area Asia-Pacifico sono previste tre nuove aperture Febal Casa a Shanghai, Taiwan e Jakarta, cui seguiranno Hong Kong e Bangkok all'inizio del 2027.



Giovanni Vacchi, AD di Colombini Group

Ma il piano di espansione del Gruppo Colombini prosegue anche negli USA, su cui sta investendo tanto e ha numerose trattative in corso: dopo le aperture a Scottsdale, Orange County, e a Miami, dove possiede una filiale e due negozi a gestione diretta sulla Biscayne (uno come Febal Casa di 600 metri quadrati, uno come Bontempi di 200 metri quadrati, aperti a novembre 2024), è stato inaugurato il 9 aprile uno store Febal Casa a Las Vegas.

PUBBLICITÀ

“Stiamo riscontrando che il nostro concept di *total home furniture* è estremamente apprezzato per gli sviluppi di ville su Miami dal target price del real estate più inclusivo, perché collocato tra i 5 e i 10 milioni di euro”, puntualizza poi Vacchi.



Febal Casa, cucina "Italiana" di Massimo Iosa Ghini

A livello di espansione prodotti, “guardiamo con interesse ad un consolidamento – o ad eventuali altre acquisizioni – nel mondo delle cucine, nell’universo del mobile componibile o, perché no, in quello dei componenti, ovvero tavoli, sedie, oppure luce, divani o imbottiti, in cui al momento in portafoglio, in questi segmenti, non abbiamo produzioni, né aziende attive”, precisa ancora Giovanni Vacchi. “Puntiamo a crescere nel retail, nel wholesale, nel contract. Cerchiamo partner estremamente solidi, sia da un punto di vista di competenze retail, quindi di gestione del punto vendita, ma anche nelle capacità di sviluppo di progetti come torri residenziali, cui possiamo fornire il nostro approccio *total home furniture* per il loro completamento”.

Il Gruppo Colombini produce tutto internamente. Cucine e mobili componibili a San Marino, dove può vantare oltre 250.000 metri quadrati di stabilimento e 1.000 persone di forza lavoro, e tavoli e sedie a Camerano, vicino ad Ancona, con Bontempi, dove è attivo uno stabilimento di 20.000 metri quadrati e circa 200 dipendenti.

INTERNI

EuroCucina: la nostra top 10

La nostra classifica con le proposte più interessanti da vedere fino a domenica 26 aprile a Rho. La tendenza più evidente? Le linee curve

Uno spazio sempre più aperto e quasi senza confini con il **living**, angoli smussati, linee curve, tante penisole con piani snack rotondi, **composizioni modulari** personalizzabili nei minimi dettagli, una palette delicata e una spiccata **matericità**, con ceramiche effetto **pietra** e **marmi** naturali grandi protagonisti. Sono queste le **tendenze** principali che emergono dalle novità dei **106 espositori** (provenienti da 17 Paesi) di **EuroCucina**, la manifestazione biennale del **Salone del Mobile** che dal **1974** è il riferimento per scoprire le tendenze della stanza dedicata al cibo e alla **convivialità**.

Fino a **domenica 26 aprile**, i padiglioni 2 e 4 (sempre affollatissimi) ospitano il **miglior** del settore, includendo al loro interno anche **FTK Technology For the Kitchen**, l'evento collaterale che dal **2004** mette in mostra il presente – ma soprattutto il futuro prossimo – della tecnologia da **incasso** e delle **cappe**.

In totale sono circa **23mila metri quadrati**: li abbiamo girati in lungo e in largo per vedere più modelli possibile – non tutti ovviamente, bisogna essere sinceri – e il risultato è questa nostra **classifica** (personale, non oggettiva) delle **dieci proposte** più **interessanti**.



Isola Onda, Febal Casa, design Zaha Hadid Architects

Febal Casa

Dove: padiglione 4, stand C04-C08

Oltre **900 metri quadrati**, un'architettura che richiama il **razionalismo italiano** degli **anni Trenta e Cinquanta** e quattro visioni dell'abitare contemporaneo per raccontare la casa come sistema. Accoglie così il grande stand di **Febal Casa a EuroCucina**, dove secondo noi spicca la composizione **Isola Onda** della collezione progettata in collaborazione con **Zaha Hadid Architects**: le superfici delle ante, attraversate da onde leggere, evocano la profondità e il riflesso dell'acqua.

La cucina si sgretola in “boiserie” e colonne da 4 metri il nuovo lusso secondo Eurocucina 2026

Milano, salone del Mobile 2026. Nei padiglioni 2 e 4, la biennale Eurocucina non si limita più a esporre mobili, ma assorbe completamente il suo alter ego tecnologico, il FTK (Technology For the Kitchen), fondendo ante e chip in un unico flusso espositivo.

Qui, i 106 brand provenienti da 17 paesi raccontano una cucina che, sebbene mantenga il suo ruolo di “centro” gravitazionale della casa – come ribadito da Emanuel Colombini, presidente del gruppo che controlla Febal Casa – in realtà esplosione fisicamente verso l’alto e si dissolve nei muri.

La vera rivoluzione, infatti, è silenziosa e verticale: si chiama ingegnerizzazione degli spa

Cosa significa questo per chi progetta e per chi, semplicemente, vive? I “cucinieri” abbandonano la concezione del blocco unico per proporre composizioni modulari dove persino la maniglia diventa un oggetto di culto personalizzabile.

La tendenza più radicale, osservata negli stand, vede la proliferazione di vere e proprie architetture domestiche: boiserie che sfiorano i 4 metri di altezza, capaci di nascondere una dispensa o un locale lavanderia, e colonne autoportanti che non hanno bisogno di appoggiarsi al muro.

Tutto questo è reso possibile da materiali resistenti ma sorprendentemente leggeri, un paradosso tecnico che libera il progettista dalla gravità dei pesi. Se l’arredo diventa architettura, la tecnologia prende una strada diametralmente opposta: quella dell’invisibilità o, al contrario, della servitù umana. Nel settore degli elettrodomestici, l’intelligenza artificiale e i sistemi smart non sono più un optional, ma il cardine della nuova esperienza sensoriale.

Si guardi al caso di Smeg, che ha portato a Rho il prototipo “Neo”, un robot-maggiordomo destinato a interagire fisicamente con le superfici: lo abbiamo visto aprendo sportelli e caricando stoviglie.

Una presenza fisica, quasi umanoide, che cozza volutamente contro la tendenza di altri marchi, come quelli del colosso Beko, a mimetizzare l'elettronica in finiture opache o "matt".

A proposito di Beko, la sua presenza a Eurocucina 2026 rappresenta un caso di studio industriale piuttosto chiaro di come si affronta un mercato complesso. Con un fatturato consolidato da 10,7 miliardi di euro e 28 centri di ricerca sparsi per il globo, il gruppo ha scelto di non mettere tutte le uova nello stesso paniere.

Nel padiglione firmato da Mario Cucinella Architects – un organismo sinuoso sormontato da un "velario" tessile destinato a essere riciclato come scenografia teatrale nel carcere di Volterra – coesistono quattro anime distinte.

C'è Whirlpool, che gioca la carta del lusso "mass plus"; Hotpoint, che si tiene calda e rassicurante nel cuore del mercato; Bauknecht, solida e germanica; e Beko stessa, posizionata su un rapporto qualità-prezzo aggressivo.

Una copertura quasi totale dei target, che Massimo Pedrazzini, responsabile del design studio Milano del gruppo, sottolinea essere guidata da un forte investimento nel "made in Italy" progettuale, testato e nato a Cassinetta.



Eleganza e sostenibilità: i trend di EuroCucina

Nato nel 1974 EuroCucina si è affermato come il Salone di riferimento a livello internazionale per quest'ambiente, radunando, negli anni pari, circa un centinaio di espositori, accumulati dall'ampia offerta e dall'elevata qualità dei prodotti esposti. La Manifestazione, edizione dopo edizione, attesta l'importanza e la centralità di questo spazio nell'abitare contemporaneo.

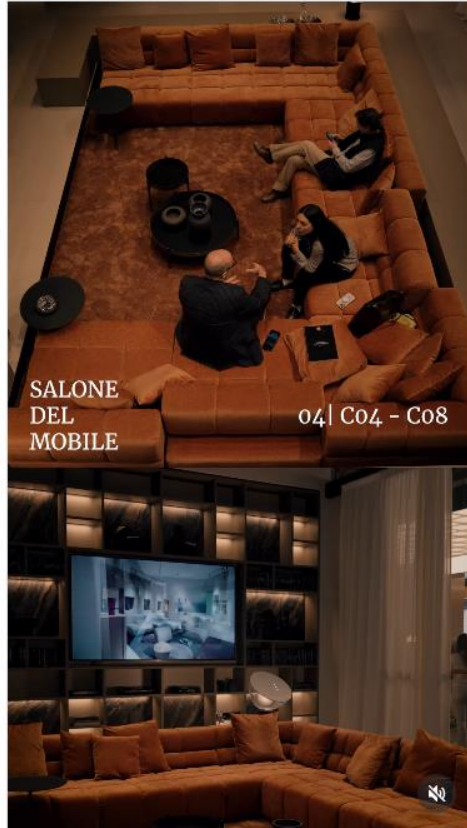
Le **tendenze** che emergono da **EuroCucina 2026** delineano un ambiente in cui il confine tra zona tecnica e spazio living svanisce definitivamente. Il cuore pulsante di questa rivoluzione è l'uso magistrale dei materiali, con il **marmo** che si riprende il ruolo di protagonista assoluto, evolvendosi da semplice superficie di lavoro a elemento scenografico e scultoreo. La pietra naturale non è più solo una scelta estetica, ma un ritorno alla materia pura. Si assiste a una ricerca cromatica sofisticata. Dal prestigioso Bianco di Carrara scelto da Abimis per contesti alpini contemporanei, al profondo Rosso Levante di Binova, caratterizzato da venature bianche e sfumature verdi. Mediterraneo Interior propone isole monolitiche in marmo opaco, dove la pietra diventa una vera e propria "scultura abitabile".

Per chi cerca praticità senza rinunciare all'eleganza, si consolidano i materiali 'marble-effect' (Grès porcellanato, quarzo composito, laminati), che garantiscono estrema resistenza a macchie e calore pur mantenendo un aspetto sofisticato. L'isola centrale non è più statica, ma un concentrato di ingegneria. Ad esempio la cucina Vela introduce piani in marmo che scorrono tramite telecomando, svelando lavelli e piani a induzione solo quando necessario. La collaborazione tra Febal Casa e lo studio Zaha Hadid Architects dà vita a Onda, un'isola dalle forme fluide personalizzabile con materiali tecnici come Abitum, Laminam o Neolith.

I colori del 2026 abbandonano i contrasti netti per abbracciare i toni della terra e dei minerali. Arrex propone finiture riciclabili suddivise in quattro mood elementali: Aria, Acqua, Terra e Fuoco, prediligendo toni cipria e superfici minerali compatte. Il PET ardesia e il laccato ecologico si fondono con legni dalle micro-texture intrecciate, creando ambienti accoglienti e tattili.



elledecoritalia



elledecoritalia Partnership pubblicizzata con febalcasa_official Audio originale

elledecoritalia 4 g PADIGLIONE 4, STAND C04 - C08: sono le coordinate al Salone del Mobile di Milano per scoprire da vicino le ultime novità di @febalcasa_official presentate in fiera.

Visual Hub Audio & Video Hearst Italia | @danielevaselli @lavecks @_peo_nia_ #ElleDecorTheDesignStandAlone #thedesignstandalone



1 MATTINA *in Famiglia*

Uno Mattina in Famiglia

RAI 1

25 aprile 2026





livingcorriere



livingcorriere
Audio originale

Segui



livingcorriere 3 g

Al Salone del Mobile 2026, la cucina è l'ambiente più tecnologico della casa, con forte dialogo tra elettrodomestici e arredi. Domina il touch e l'intelligenza artificiale, ma anche palette nei toni sabbia e perla. Il nostro reportage da Eurocucina e FTK.

Alessandro Mussolini

STUDIO 1 APERTO

MAG

26 aprile 2026 – edizione delle 19.00



Una scultura per la convivialità

La cucina Origina di Febal Casa, con i suoi volumi marcati e l'appeal sensoriale, rappresenta il fulcro della vita domestica



Origina by Febal Casa

Le cucine sono sempre più architetture d'interni fatte per essere ammirate. Un tempo più funzionali che estetiche, confinate a spazi considerati più di servizio che aperti alla quotidianità, oggi la cucina vive di tutt'altra accezione. Sono ricercate nelle forme e nei materiali, sono in dialogo con l'interior domestico, spesso

direttamente parte integrante della zona living, e sono considerate il vero centro della casa, destinato non solo alla preparazione del cibo, ma anche a ricevere, a pranzare, a incontrarsi. La cucina **Origina** di **Febal Casa** interpreta perfettamente questa evoluzione.

Presentata nella cornice del Salone del Mobile, Origina amplia gli orizzonti progettuali del marchio grazie al suo linguaggio minimalista, modulare e materico. La proposta di Febal Casa è infatti pensata come progetto architettonico *tout court*, in grado di creare spazi e connettere al contempo ambienti e persone. Lo fa prima di tutto attraverso l'Isola Atlas che si pone al centro della composizione: la sua espressione rigorosa, dalla geometria essenziale rende la cucina fulcro visivo di ogni contesto abitativo. Attorno ruota la vita domestica con la sua dinamicità.



Le ampie dimensioni dell'isola la rendono ideale sia dal punto di vista funzionale, per chi ama cucinare, sia per contenere, grazie ai suoi generosi spazi di contenimento, sia per accogliere ogni momento della quotidianità con grande trasversalità. Inoltre, la selezione di materiali proposta per piano, fianchi e basamento le conferisce un carattere deciso ed estremamente materico. Dettaglio di stile, lo zoccolo con giunzioni a 45° che alleggeriscono il volume, così le ante con telaio in alluminio specchio bronzo che catturano e riflettono la luce, aggiungono profondità e lucentezza alla composizione.

In questa composizione Origina si accompagna poi a un sistema di colonne che completa la scenografia con grande leggerezza. Le ante in vetro e i ripiani retroilluminati scandiscono le pareti aggiungendo ritmo e una calda atmosfera. E diventano non solo spazi contenitivi, ma anche fortemente decorativi.

Oltre alla zona principale, scenografica e dal forte impatto estetico, il sistema Origina si può abbinare ad altre soluzioni Febal Casa per creare una seconda area operativa più discreta e pensata per le attività quotidiane, senza compromettere la coerenza stilistica dell'ambiente.



pambiancodesign



Febal Casa sempre di più rafforza il concetto, come lo definiamo noi, di total look



pambiancodesign

Segui ...



pambiancodesign 2 g

Emanuel Colombini, Presidente e Chief Design Officer Colombini Group, racconta il progetto espositivo di [@febalcasa_official](#) a [@isaloniofficial](#) che interpreta la casa come sistema integrato

#adv





Home, wherever you are: Febal Casa al Salone del Mobile.Milano 2026

In occasione del **Salone del Mobile.Milano 2026**, **Febal Casa** presenta un concept espositivo che supera l'idea tradizionale di arredo per proporre una visione articolata e coerente dell'abitare contemporaneo. Lo stand, collocato nel Padiglione 04, si sviluppa come un sistema integrato capace di adattarsi a contesti differenti mantenendo una forte identità stilistica, espressione di una progettualità che unisce ricerca, tecnologia e cultura del prodotto. Il principio "Se è Febal, è Casa. Ovunque" sintetizza un approccio che attraversa ogni ambito, dagli spazi retail alle abitazioni private, costruendo un linguaggio riconoscibile e trasversale. Il progetto ha messo in evidenza una visione evoluta del design domestico, dove estetica, funzione e identità dialogano in modo continuo.

Lo spazio espositivo, sviluppato su un'ampia superficie, è stato concepito come un percorso immersivo in cui il visitatore veniva accompagnato attraverso ambienti fluidi e interconnessi. La firma progettuale dello studio A++ di Carlo Colombo e Paolo Colombo, realizzata insieme al team di ricerca del Gruppo Colombini, si è tradotta in un'architettura essenziale e rigorosa, ispirata ai principi del razionalismo italiano, capace di esaltare proporzioni, volumi e relazioni tra pieni e vuoti. La luce ha giocato un ruolo determinante, trasformando superfici e materiali in elementi narrativi e contribuendo a creare profondità e ritmo visivo.

All'interno dello spazio espositivo, Febal Casa ha tradotto la propria idea di abitare in quattro distinti approcci, capaci di interpretare differenti stili di vita e sensibilità contemporanee, che spaziano dal benessere dinamico alla dimensione più intima e rilassata. Queste atmosfere si concretizzano in altrettante visioni progettuali – **Natural Rationalism**, **Tech City**, **Nordic Ease** e **Comfort Way** – ciascuna pensata per restituire un'identità precisa agli ambienti domestici. Non si tratta di semplici scenografie, ma di veri e propri universi narrativi in cui materiali, finiture e

dettagli dialogano tra loro per costruire spazi coerenti, capaci di offrire un'esperienza coinvolgente e profondamente caratterizzata.

Natural Rationalism propone un equilibrio tra rigore progettuale e matericità naturale, dando vita a spazi essenziali in cui superfici organiche e dettagli curati definiscono un'idea di benessere misurato, con la cucina al centro come elemento di connessione tra rappresentazione ed operatività. Questo fulcro si sviluppa attraverso una composizione articolata in due ambiti distinti ma complementari: da un lato una zona più formale e scenografica, caratterizzata da linee pulite e dalla presenza dell'isola **ONDA**, nata dalla collaborazione con **Zaha Hadid Architects**, che introduce un segno fluido e iconico; dall'altro una parte più funzionale e operativa, organizzata con soluzioni tecniche avanzate e materiali raffinati. A collegare questi due mondi è una continuità progettuale fatta di finiture, superfici e dettagli che si estende anche agli ambienti circostanti, come il living, dove il linguaggio ONDA prosegue attraverso elementi che evocano il movimento dell'acqua. Ne deriva uno spazio armonico e coerente, in cui forma, funzione ed emozione convivono, trasformando la cucina in un luogo centrale capace di mettere in relazione estetica e quotidianità.

Tech City traduce invece il ritmo della vita urbana in ambienti dinamici e interconnessi, dove materiali tecnologici, contrasti materici e composizioni articolate rendono la casa un luogo di relazione e movimento continuo. **Nordic Ease** costruisce un'atmosfera intima e silenziosa arricchita da elementi distintivi come l'anta Libeskind022 di Daniel Libeskind integrata nella libreria e il divano Cloud dalle forme avvolgenti, che trasformano lo spazio in un equilibrio tra gesto architettonico e comfort. **Comfort Way**, infine, sviluppa un'idea di abitare più lenta e avvolgente, caratterizzata da materiali caldi, proporzioni accoglienti e una continuità fluida tra gli ambienti, dando forma a spazi armonici che invitano a vivere la casa con naturalezza e comfort.

Lo spazio di allestimento è stato concepito per rendere la capacità del brand di tradurre diversi stili di vita in ambienti concreti, ciascuno portatore di un'identità precisa ma parte di un insieme armonico. Febal Casa ha dato forma a una pluralità di scenari che riflettono le molteplici esigenze dell'abitare contemporaneo, passando da atmosfere essenziali e materiche a contesti più dinamici e urbani, fino a spazi intimi e rilassati. In ogni ambiente, materiali, finiture e soluzioni progettuali

hanno costruito esperienze sensoriali complete, in cui ogni dettaglio contribuiva a definire un equilibrio tra funzionalità ed emozione.

Particolarmente evidente è stata la ricerca sui materiali, elemento chiave per costruire un linguaggio riconoscibile e trasversale. Superfici ispirate alla pietra naturale, lavorazioni raffinate e continuità cromatiche hanno contribuito a creare un'estetica coerente, capace di unire i diversi ambienti in un'unica narrazione. Questo approccio ha evidenziato anche l'evoluzione del brand nel dialogo con il mondo retail e con i progetti contract, rafforzando la sua presenza internazionale e la capacità di adattarsi a mercati differenti mantenendo standard elevati.

Lo spazio espositivo è, inoltre, stato teatro del concept di cucina "Italiana", sviluppata insieme all'architetto **Massimo Iosa Ghini**, che esprime un linguaggio progettuale preciso e bilanciato. La composizione si basa su una simmetria controllata, tratto distintivo del designer, reinterpretata per rispondere alle abitudini del mercato statunitense: sull'isola, elettrodomestici e lavelli integrati vengono replicati, creando una configurazione altamente funzionale. Ne deriva uno spazio efficiente e ben organizzato, in cui ricerca estetica e praticità convivono in modo naturale e coerente.

Con questa partecipazione, Febal Casa ha ribadito il proprio posizionamento nel segmento alto del mercato, dimostrando come il design possa diventare strumento per interpretare nuove modalità di vivere gli spazi. L'esperienza proposta non si limitava all'osservazione, ma invitava a entrare in relazione con gli ambienti, trasformando lo stand in un luogo da attraversare e vivere. Il risultato finale è stato un racconto progettuale maturo e coerente, in cui la casa emerge come un organismo in continua evoluzione, capace di rispecchiare abitudini, desideri e trasformazioni della vita contemporanea.



Per maggiori informazioni visita: www.febalcasa.com



MDW 26, cucine a tutto tondo

L'edizione della MDW 26 ha ribadito il ruolo centrale della cucina, vista nelle proposte fuori e dentro al Salone. Il segno curvo è il linguaggio stilistico più evidente ma le novità strutturali presentano soluzioni architettoniche complesse e una ricerca sui materiali raffinata

Prima impressione dell'edizione MDW 26? Le cucine hanno scelto all'unanimità, o quasi, **il segno stonato, esaltato dai colori chiari e caldi**: nei laccati, nei legni, nei lapidei, naturali e non. Tantissime le proposte in questa direzione, quasi al limite dello scontato, anche se **il segno curvo, pur quando sia solo accennato, non è mai banale nella sua costruzione** e comporta inevitabilmente un innalzamento dei costi. Una scelta che non altera gli equilibri per le cucine premium (vedi **Arclinea, Ernestomeda, Molteni, Poliform, nella foto di apertura, Scic, Schiffini**, solo per citarne alcune) ma che può cambiare il posizionamento delle cucine di gamma media.

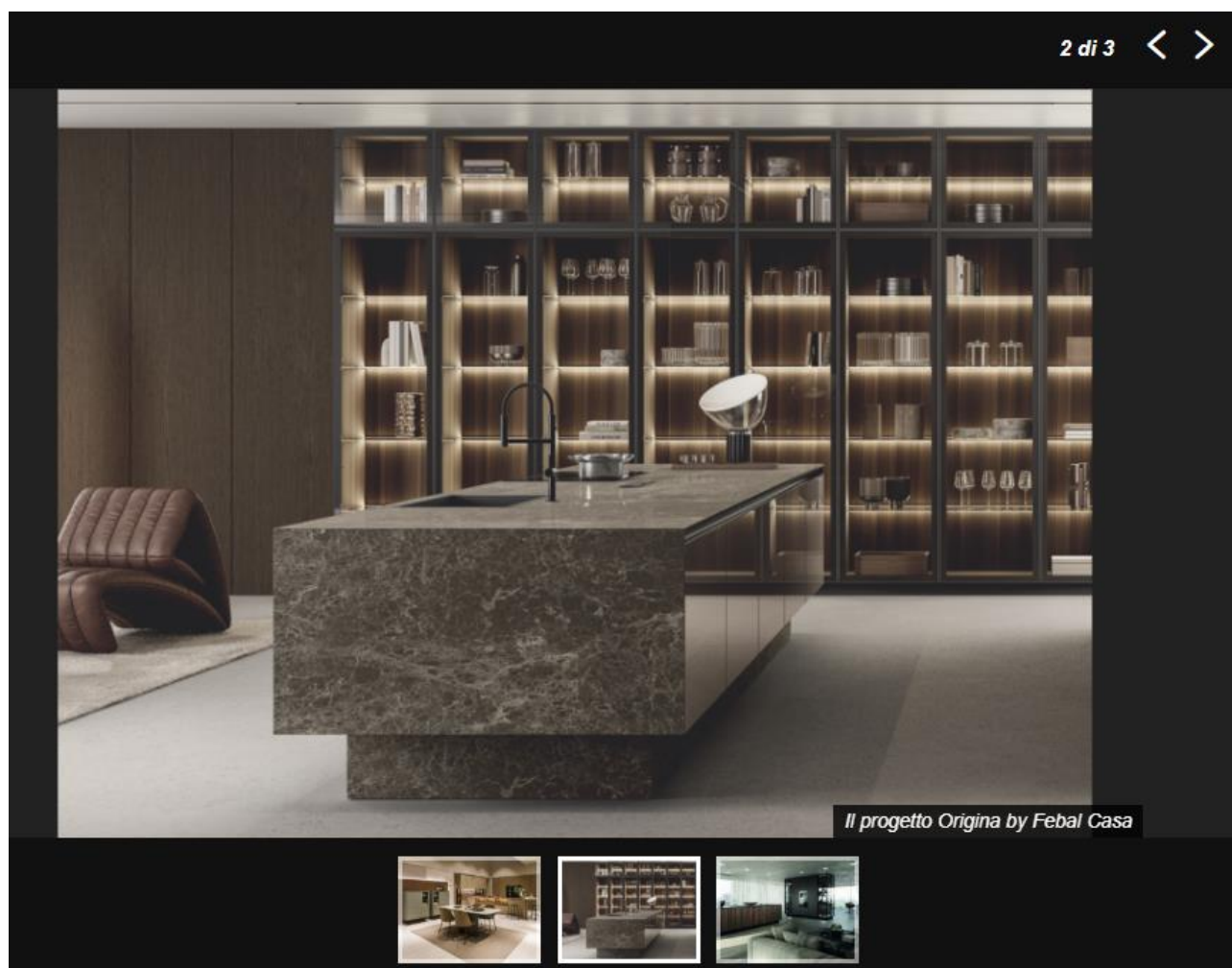
La sfida costruttiva più complessa è stata quella di **minotticucine** by Asso Group che ha affidato a **Claudio Silvestrin** la progettazione di **Etherea**, un'isola monolite in Corian abbinata a colonne caratterizzate da un segno tondo in rilievo. Tutto realizzato in una tonalità calda di bianco che rende ancora più "etera" una cucina dal segno forte, riservata a pochissimi (ogni pezzo sarà numerato come un'opera d'arte).

Sfida tecnologica anche per **Aran Cucine** che in collaborazione con **Massimo Iosa Ghini** ha presentato **Virgola**, una proposta in cui anche la vasca in gres segue la linea curva del bancone che arricchisce la composizione lineare. La sinuosità è pure la cifra stilistica del progetto **Anima 01 della giapponese Meisdel**, che ha debuttato per la prima volta a Milano con l'obiettivo di entrare sul mercato europeo. Una cucina ispirata a un pianoforte a coda che integra tutti gli elementi funzionali con soluzioni innovative e che è realizzata **in acciaio**.

Un materiale che in questa edizione è tornato a far parlare di sé, ad esempio nelle proposte di **Boffi** (suggestiva l'isola **Novanta disegnata da Piero Lissoni** per l'esposizione Sensory Landscape realizzata per Elle Decor Italia con piano a induzione Integrale di V-ZUG sotto top fatto in collaborazione con Inalco) e nelle versioni di uno specialista

come **Abimis** che lo ha proposto anche nella **nuova finitura ramata galvanica per Atelier**.

La sfida architettonica e il total home



Aver trasformato le colonne e le armadiature in **sistemi autoportanti che dividono gli spazi, integrano porte o creano una continuità con lo spazio living** è sicuramente l'evoluzione della cucina più interessante e complessa.

Sulla continuità degli spazi hanno puntato anche marchi storici specializzati in cucina che hanno esteso la gamma in modo sempre più compiuto ad altri ambienti della casa.

Se per alcuni è una conferma, vedi **Scavolini e Febal Casa** tra tutti, per altri è una estensione che in questa edizione si è rafforzata. Citiamo innanzitutto **Stosa**, che nel 1400 metri quadri del Salone ha fatto vedere tutta la sua potenza, e le sue potenzialità, in una ottica total home. Pure **Arrital** punta decisamente ad ampliare il progetto cucina che diventa "un ecosistema domestico completo". Non sono mancati gli sconfinamenti decisi come la **cabina armadio di Binova** e il **sistema armadi di Composit**.

Eurocucina, tra marchi big e debutti

A proposito di stand imponenti in fiera, questa edizione ha dato modo alle big di esprimere con maggiore forza i propri "muscoli", anche attraverso i metri quadri. L'ampio e luminoso stand di **Veneta Cucine** era sicuramente coerente con il primato italiano dell'azienda, che tra le altre cose ha puntato anche su due progetti molto sfidanti: **l'outdoor Oltre di Carlo Ratti** e il bel progetto di **integrazione cromatica con gli elettrodomestici Electrolux**.

Rimanendo sul Salone, l'edizione 26 di Eurocucina ha visto **il debutto/ritorno di due marchi storici**. Parliamo innanzitutto di **Del Tongo**, che ha brillato su tutti grazie al **felice incontro tra un'azienda dinamica e piena di entusiasmo come Kico e il designer Andrea Federici**, che in questo progetto ha portato a compimento tutta la competenza maturata in questi anni sulla cucina proponendo una collezione raffinata e ricca di contenuti.

L'altro marchio storico che rivive una nuova stagione è **Berloni, brand acquistato da Arredissima**, potenza nel mondo del retail, che ora scende in campo anche con la produzione grazie alla collaborazione con aziende importanti e con il **designer Michele Marcon**.

Parlando ancora di "debutti" in senso lato, la partecipazione di **Schüller**, colosso tedesco da oltre 800 milioni di fatturato, quest'anno aveva un ulteriore obiettivo: **scendere in campo sul mercato italiano**. La società è già stata costituita e a dirigerla è **Marco Antonelli**, di comprovata esperienza. Il target è quello della fascia media e l'azienda punta molto sul servizio oltre che sul prodotto.

La dinamica tra Fuorisalone e Salone

Per chiudere queste prime note, è giusto citare il lavoro complesso e pregevole di chi **ha scelto di puntare sull'artigianalità**, vedi **Valcucine** attraverso il rinnovato show room, **Effetti** con la cucina **Trama**, **Key Cucine** con la ricerca sui materiali sempre più raffinata espressa in **Methis**, **Composit** con la nuova versione di **Materia**, **TM Italia** che ha trovato casa a Milano da Garavaglia e **l'Ottocento** che ha inaugurato il suo show room milanese.

Una competenza che racconta molto bene l'eccellenza italiana.

Dispiace solo che non sia più Eurocucina a rappresentare questo fronte di ricerca così importante.

Il Salone, che grazie alla presenza della cucina ha registrato un + 4,5% di visitatori rispetto al 2025, ha perso nel tempo molti pezzi, anche di grande calibro come Molteni

e Poliform.

Aziende che hanno puntato sulle show room in città (non pochi i nuovi indirizzi, **tra cui il nuovo show room Poliform** o i rifacimenti integrali **come il bellissimo spazio di Cesar**) e che non trovano più il giusto rapporto tra investimenti in fiera e ritorno di business.

Peccato davvero, perché il **perno alla base della MDW rimane a nostro avviso il Salone**, senza il quale potrebbe incrinarsi seriamente il sistema del design italiano.

Ma è giusto interrogarsi anche sul perché ci siano così tante defezioni nonostante i numeri dei visitatori sempre molto importanti.

Che non sia la crescita numerica la chiave giusta?

Le lunghe file agli stand, ad esempio, creano irritazione in chi vuole vedere le novità con la giusta concentrazione e attenzione. **Parliamo di retailer, buyer e progettisti, i soli ad interessare veramente alle aziende.**

Su questo e su altre temi è necessario aprire una riflessione strategica da parte degli organizzatori e delle aziende, in un dialogo costruttivo che riesca superare rigidità che oggi potrebbero non avere più senso.

Da parte nostra **rimandiamo i tanti approfondimenti dovuti al prossimo numero di Ambiente Cucina**, dove parleremo più diffusamente di quanto visto in **questa settimana intensa ed entusiasmante che genera bellezza e, per fortuna, anche business.**



ad_italia



ad_italia • Segui

Partnership pubblicizzata con febalcasa_official

Audio originale



ad_italia Febal Casa, al Salone del Mobile, mostra una nuova visione dell'abitare che ha il valore di una promessa: se è Febal è Casa. Ovunque. L'allestimento racconta la capacità del brand di dare forma alle connessioni fra luoghi, culture e modi di vivere. Nello stand, la sua filosofia si esprime attraverso le visioni di Zaha Hadid Architects, Daniel Libeskind e Massimo Iosa Ghini, interpretando lo spazio abitativo come un sistema integrato che mette le persone al centro del loro mondo.

[@febalcasa_official](#)

[#FebalCasa](#) [#SaloneDelMobile](#) [#MilanoDesignWeek](#) [#MDW2026](#)

Febal Casa, at the Salone del Mobile, presents a new vision of living that carries the value of a promise: Home, wherever you are. The installation tells the story of the brand's ability to shape connections between places, cultures, and ways of living. Within the stand, its philosophy is expressed through the visions of Zaha Hadid Architects, Daniel Libeskind, and Massimo Iosa Ghini, interpreting living space as an integrated system that places people at the center of their world.

2 h



Aggiungi un commento...

[Pubblica](#)