

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.