Rassegna Stampa

settembre 2026

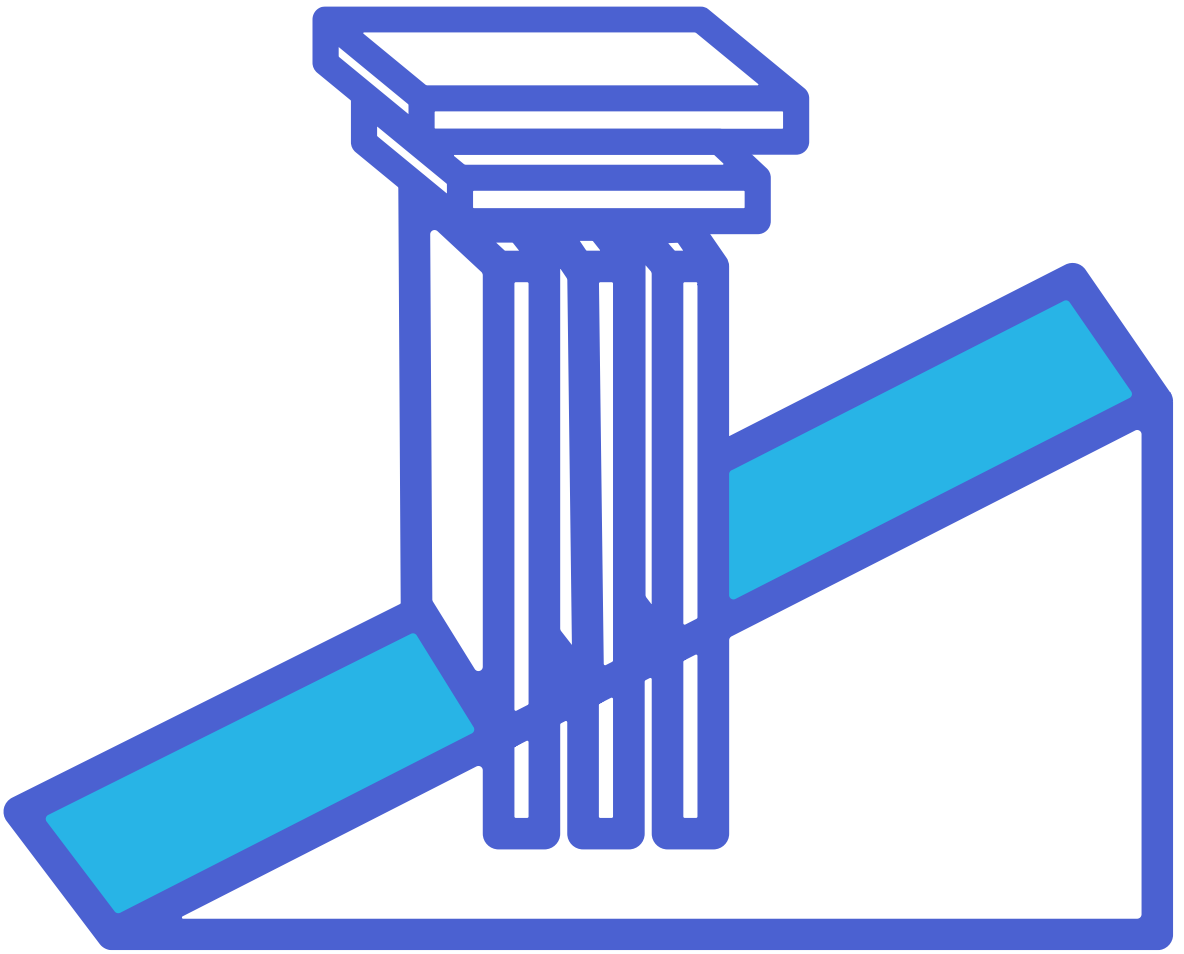


IMAGE BUILDING
BENEFIT CORPORATION

Elenco articoli

TESTATA	DATA	ARGOMENTO
Interni	ottobre 2026	Uscita prodotto: cucina ITALIANA
AD – Architectural Digest	ottobre 2026	Uscita prodotto: madia ONDA
Elle Decoration (Francia)	ottobre 2026	Uscita prodotto: sistema ORIGINA
Ambiente Cucina	ottobre 2026	Uscita prodotto: sistema ORIGINA
Brico Magazine	ottobre 2026	Articolo relativo ai nuovi opening Febal Casa
Bricomagazine.com	5 ottobre 2026	Articolo dedicato ai nuovi opening Febal Casa
Il Sole 24 Ore (Rapporto Design)	20 ottobre 2026	Uscita prodotto: sistema ORIGINA
Corriere della Sera	26 ottobre 2026	Articolo relativo ai nuovi opening Febal Casa
Design.pambianconews.com	29 ottobre 2026	Articolo dedicato alla proposta pet friendly Febal Casa
Engage.it	29 ottobre 2026	Articolo dedicato alla proposta pet friendly Febal Casa
Youmark.it	29 ottobre 2026	Articolo dedicato alla proposta pet friendly Febal Casa
Globalmedianews.info	29 ottobre 2026	Articolo dedicato alla proposta pet friendly Febal Casa
Touchpoint Today	30 ottobre 2026	Articolo dedicato alla proposta pet friendly Febal Casa

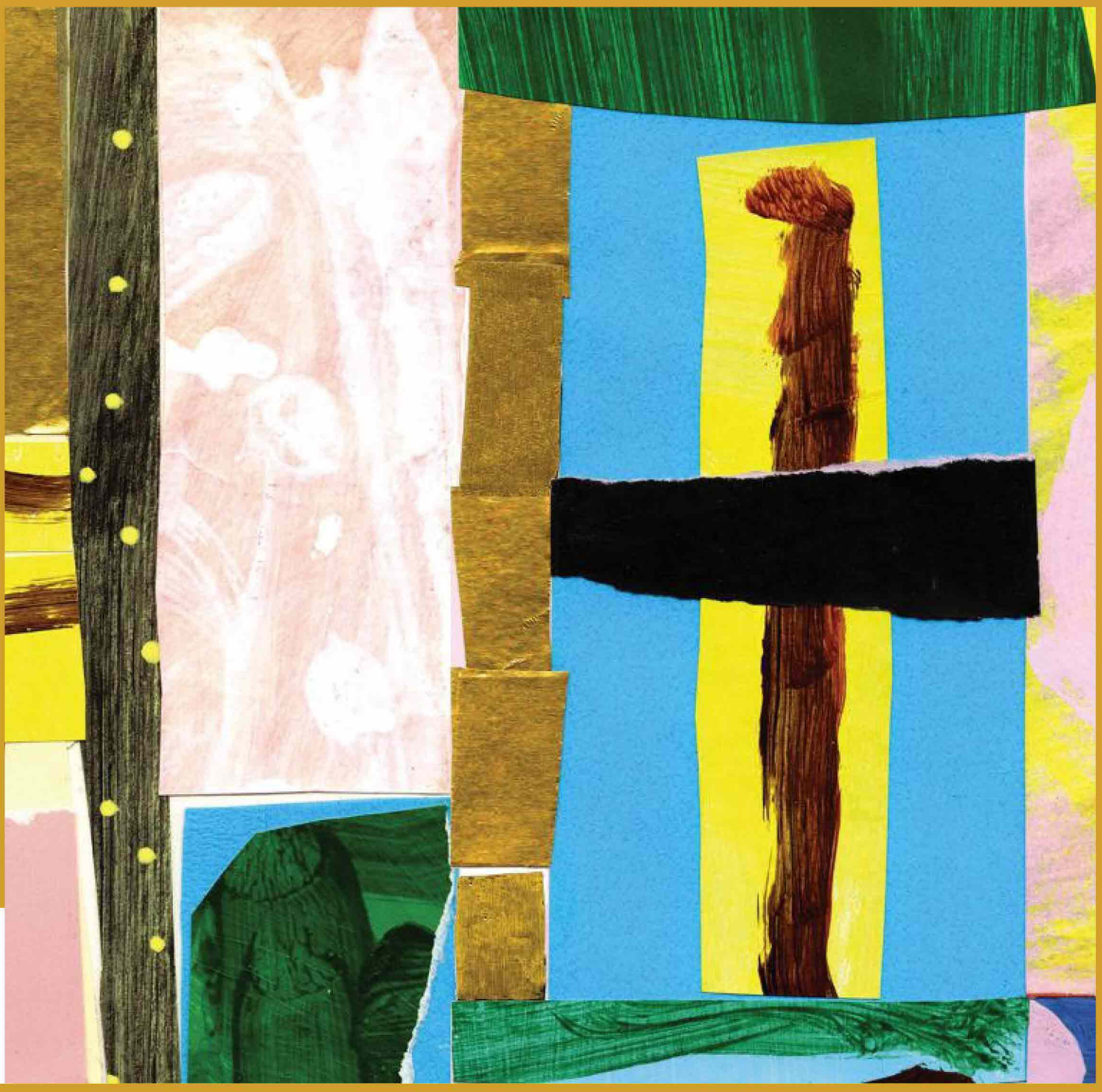
Elenco articoli

TESTATA	DATA	ARGOMENTO
Crisalidepress.it	30 ottobre 2026	Articolo dedicato alla proposta pet friendly Febal Casa
Italia Oggi	31 ottobre 2026	Articolo dedicato alla proposta pet friendly Febal Casa

INTERNI

THE MAGAZINE OF INTERIORS AND CONTEMPORARY DESIGN

N° 10 OTTOBRE/OCTOBER 2026



Mensile Italia/ Monthly Italy € 10 Distribution 19 settembre/September 2026
BE € 19,50 - CH Chf 23,90 - DE € 25,50 - E € 18 - F € 22,50 - PT € 19 - US $ 34,50
Poste Italiane SpA - Sped. in A.P.D.L. 353/03 art1, comma1, DCB Verona

9 771122 365100 62610

The materic touch

GRUPPO MONDADORI



Connotata da un rigoroso equilibrio formale, Italiana, la cucina firmata da Massimo Iosa Ghini per **Febal Casa**, reinterpreta l'anta a telaio attraverso una nuova gerarchia compositiva, in cui i traversi orizzontali assumono maggiore evidenza rispetto a quelli verticali, trasformando la struttura in un segno grafico contemporaneo. Un inserto in metallo, in continuità con la maniglia integrata, è stato inserito per amplificare il dialogo tra materia e funzione.

ARCHITECTURAL DIGEST. LE PIÙ BELLE CASE DEL MONDO

NUMERO 529. OTTOBRE 2026

AD



ARTIGIANI CONTEMPORANEI.

INTERNI D'AUTORE.

TRADIZIONI FUTURE.

Materia viva

Nuove affinità elettive

Il vetro e l'argento, l'alluminio e l'acciaio, il legno e il tessuto: elementi diversi che plasmano figure e strutture per creare un insieme

A CURA DI Marilena Pitino

2



2. Si ispira alle increspature del mare Adriatico la madia *Onda* di Zaha Hadid Architects per Febal Casa, con il frontale in vetro fuso retroverniciato effetto metallo.

ELLE DECORATION

GLASGOW
La belle Écossaise en 25 adresses trendy

Vexin, Pays basque, Vendée...

LA CAMPAGNE AUTREMENT

4 MAISONS APAISANTES À VIVRE EN FAMILLE

MODE & DESIGN
LE DÉCOR DES DÉFILÉS FAIT LE SHOW

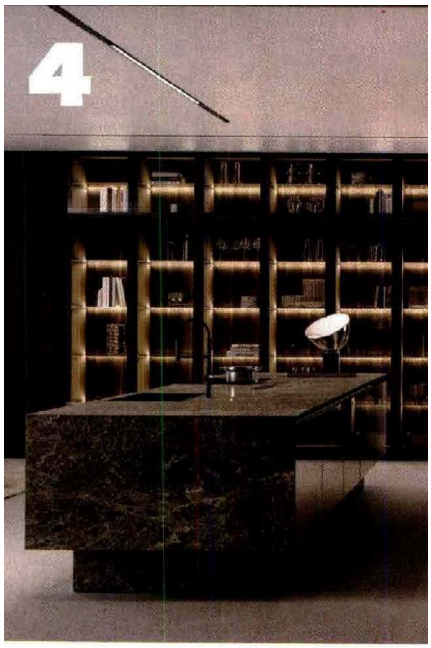
TENDANCES
15 TAPIS À L'ÉNERGIE POP
CUISINES LE GOÛT DES MATIÈRES BRUTES
L'ANGLE, POINT FORT DU DÉCOR

L 14126 - 337 - F: 5,90 € - RD
CMI FRANCE
N°337 OCTOBRE 2026
FRANCE MÉTRO : 5,90€ - ANDORRE : 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 : 11,95CAD CH : 9,70CHF
MAR : 80MAD - TUN : 29TND

CUISINE DE SAISON

Envie de changer de décor ? Par ici, les nouvelles recettes ! Ā l'instar des chefs qui choisissent avec soin leurs ingrédients, designers et agenceurs explorent avec gourmandise toutes sortes de matériaux. Avec eux, pierre, métal et laque se consomment sans modération.

par **Bettina Lafond**



4/Monolithique
Avec ses lignes minimalistes, sa surface minérale imitant la pierre jusque dans sa texture ("Emperador Extra Polished", Laminam) et ses portes en miroir bronze ultra-chics, l'îlot "Atlas" est un élément architectural à part entière. Complété par des colonnes de rangement vitrées et rétroéclairées, l'ensemble efface les limites entre la cuisine et le séjour. **FEBAL.**

ambientecucina

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

ANNO 50 **SETTEMBRE** | **OTTOBRE** 2026

294

SPECIALE
COMPONENTI
D'AUTORE

50 Anni

NATURAL HI-TECH





ALTERNANZA TRIDIMENSIONALE

FEBAL CASA

L'ambiente arredato con **Origina** - con cassa Over - si distingue per le due isole simmetriche definite dai nuovi **elementi Inserto**. Questi si caratterizzano per le raffinate ante **legno impiallacciato opaco a righe verticali Rovere Terra**, che si alternano a inserti in **ceramica Travertino Silver Bocciardato** creando un gioco di profondità generato dai diversi livelli. A collegare i due blocchi, il piano snack in legno di Rovere Caffè.



OTTOBRE 2026- Anno 23 - N° 7

Brico magazine

bricomagazine.com

INSEGNA IN PRIMO PIANO

CIPIR 1930-UTILITY: LA CRESCITA PASSA DALLA SPERIMENTAZIONE DI NUOVI FORMAT



Le ricerche presentate a Bricoday 2026 mostrano ancora spazi di crescita per il nostro canale, sia in termini di vendite che di nuove aperture

Quali opportunità di sviluppo per il retail del bricolage?

VISITATI PER VOI

- UTILITY INDUNO
- TECNOMAT PADOVA
- BRICOWARE OTTAVIANO

EVENTI

BRICODAY SI CONSOLIDA E DIVENTA 'INTERNAZIONALE'

RICERCHE

- VOLANTINI BRICO
- PRIVATE LABEL DIY
- MOTOR GARDEN

Febal Casa accelera sul retail: 23 nuove aperture in Italia e all'estero

Ventitré nuove aperture e una rete che sale a 283 punti vendita monomarca: Febal Casa spinge sullo sviluppo retail in Italia e all'estero, con 10 nuovi store sul territorio nazionale e 13 oltreconfine. La presenza conta oggi 200 negozi in Italia e 83 negli altri mercati. La strategia punta a consolidare una presenza sempre più capillare in Italia e a presidiare in modo selettivo nuovi mercati internazionali. Le nuove aperture estere interessano Stati Uniti, Nigeria, Spagna, Francia, Grecia, Svizzera e Gibilterra. In Italia, tra gli store più significativi figurano lo showroom di Ercolano (Na) e quello di Rieti, in aree a vocazione residenziale e commerciale. Ad Azzate (Va) è stato inaugurato il più ampio tra i nuovi negozi italiani del semestre; seguono Lamezia Terme (Cz) e, in programma, Olbia. All'estero spiccano Las Vegas, nel quartiere di Summerlin, l'ingresso a Taiwan con lo showroom di Taichung e, in Cina, quello di Shanghai, nel Cimen International Building Materials Brand Center.



Bricomagazine



FEBAL CASA ACCELERA SUL RETAIL: 23 NUOVE APERTURE IN ITALIA E ALL'ESTERO

Con 10 nuovi store sul territorio nazionale e 13 sui mercati stranieri, la rete monomarca raggiunge quota 283 punti vendita.

Ventitrè nuove aperture e una rete che sale a **283 punti vendita monomarca**: **Febal Casa** spinge sullo sviluppo retail in Italia e all'estero, con **10 nuovi store** sul territorio nazionale e 13 oltreconfine, rafforzando una presenza che oggi conta **200 negozi in Italia** e 83 negli altri mercati.

I nuovi punti vendita si inseriscono nella strategia di sviluppo retail di Febal Casa, orientata a consolidare una presenza sempre più capillare in Italia e, parallelamente, a presidiare in modo selettivo nuovi mercati internazionali. Nella fattispecie, le nuove aperture estere interessano: Stati Uniti, Nigeria, Spagna, Francia, Grecia, Svizzera e Gibilterra.

L’espansione (locale e globale) è sostenuta anche dalla **collaborazione con partner locali**, scelti per la profonda conoscenza dei rispettivi contesti commerciali e per la condivisione dei valori del marchio.

In Italia, tra le nuove aperture più significative figura lo **showroom di Ercolano** (Na), che si sviluppa nel cuore della città, in un’area a vocazione residenziale e commerciale. Una collocazione analoga caratterizza il **punto vendita di Rieti**, nel Lazio. Ad Azzate, in Lombardia **in provincia di Varese**, è stato invece inaugurato **il più ampio tra i nuovi store italiani del semestre**. In Sardegna è in programma l’apertura di un nuovo **showroom a Olbia**. Completa il quadro nazionale l’apertura di **Lamezia Terme**, in Calabria in provincia di Catanzaro.
Sul fronte internazionale, l’apertura più rilevante del periodo è quella di **Las Vegas**, in Nevada nel quartiere residenziale di Summerlin. Febal Casa ha fatto il proprio ingresso a **Taiwan** con uno showroom in apertura a Taichung. In Asia il piano di sviluppo prevede anche uno showroom in Cina, a **Shanghai**, all’interno del centro espositivo Cimen International Building Materials Brand Center.

I nuovi punti vendita propongono **soluzioni per tutti gli ambienti della casa** – cucina, living e zona notte – in spazi studiati per valorizzare le collezioni e offrire un’esperienza d’acquisto coinvolgente e personalizzata. Grazie al supporto di consulenti specializzati, i clienti vengono accompagnati dalla scelta di materiali e finiture fino alla progettazione di soluzioni d’arredo su misura, potendo inoltre consultare un’ampia selezione di campionari e configurazioni personalizzabili.

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.

Supplemento al numero odierno del Sole 24 Ore
Poste italiane Sped. in A.P. - D.L. 353/2003
conv. L. 46/2004, articolo 1, comma 1, DCB Milano

Design

Rapporti
Il Sole 24 ORE
20/10
2026

Luci
Lampadari scenografici e lampade portatili tecnologiche e materiche
—pagine 4 e 5

Artigianalità
Quando applicata alla produzione rende gli arredi pezzi unici e inimitabili
—pagina 9

Benessere.
La sauna Oasi di Mengius



Il legno
Texture tattili, stratificazioni e patchwork di essenze tornano protagonisti
—pagina13

ILLUSTRAZIONE DI STEFANO PIETRAMALA



Estero e innovazione, leve di competitività

Lo scenario. L'export di arredo è diminuito del 5,7% nei primi sette mesi dell'anno e le attese non sono positive per il 2026. Per restare produttive, le imprese dell'arredamento devono investire nella diversificazione geografica e nella transizione digitale, ma anche accelerare le strategie di trasformazione aziendale

Giovanna Mancini

L'internazionalizzazione come via obbligata per la crescita e, al tempo stesso, come sfida che richiede dimensioni aziendali, strutture di governance e investimenti adeguati. Il settore italiano dell'arredamento rappresenta un patrimonio industriale di oltre 20mila aziende, con quasi 140mila addetti, che nel 2025 ha generato un fatturato di 27,7 miliardi di euro (dati FederlegnoArredo). Un patrimonio che negli ultimi dieci anni ha fatto proprio dell'export la principale leva di sviluppo (oggi vale oltre il 50% dei ricavi complessivi del comparto), ma che deve fare i conti con un contesto globale dei mercati radicalmente mutato e di profonda incertezza. «È difficile oggi essere ottimisti, parlando di prospettive per i prossimi mesi – ammette Claudio Feltrin, presidente di FederlegnoArredo (Fla) –. Le incognite sono troppe: dalle guerre in Ucraina e Iran alle elezioni americane di mid-term, a quelle in Brasile e in Spagna. Questa instabilità impatta sugli investimenti delle aziende, ma anche sui consumi delle famiglie, che rimandano acquisti consistenti, come quelli per i mobili». Nei primi sette mesi dell'anno, le esportazioni di mobili hanno raggiunto un valore di quasi 6,4 miliardi di euro secondo il centro studi Fla, segnando una flessione del 5,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, causato principalmente dalla brusca frenata dei principali mercati, come Francia, Germania e Stati Uniti, ma anche di geografie emergenti e dinamiche come il Medio Oriente. Difficilmente si vedrà un'inversione di rotta tale da consentire un recupero entro fine anno: per questo, aggiunge Feltrin, è probabile che il 2026 chiuderà con il segno meno per il comparto, sebbene non manchino aziende che, anche in questa fase critica, riescono a crescere, come testimoniato nelle pagine interne di questo inserto.

Ma non c'è solo la tenuta dei mercati esteri (di cui scriviamo nel dettaglio a pagina 2) a preoccupare le aziende del design. Il settore deve infatti affrontare problematiche condivise con tutta la manifattura italiana, a cominciare da un costo dell'energia tra i più cari d'Europa. «L'arredo non è un comparto particolarmente energivoro, ma all'interno della filiera del legno-arredo ci sono anche i produttori di pannelli, che sono colpiti pesantemente e in modo diretto dai rincari soprattutto del gas», spiega Feltrin, precisando che, a cascata, anche le imprese a monte della filiera risentono di questi aumenti, così come dell'impennata dei costi per il trasporto e la logistica. Per non parlare della crescente concorrenza dei prodotti cinesi, che intercettano una crescente domanda della classe media italiana ed europea colpita dall'inflazione e dalla perdita di potere d'acquisto dei salari. In breve: «Viviamo un periodo di grande confusione, ma non bisogna perdere la bussola», dice Feltrin. E di bussole questo settore ne ha numerose: una per tutte, il Salone del Mobile di Milano, che ogni anno porta oltre 300mila operatori da più di 160 Paesi a conoscere i prodotti made in Italy e che, per l'edizione 2027, punta sul segmento dei grandi progetti, dando il via al Salone Contract, un nuovo spazio progettato dallo studio OMA per favorire l'incontro tra le aziende italiane e i protagonisti di questo settore in forte crescita in tutto il mondo. E se diversificare i mercati e riorganizzare le catene di approvvigionamento sono le priorità indicate dalla maggior parte delle imprese nelle indagini periodiche condotte da Intesa Sanpaolo tra le proprie aziende clienti, fondamentale è anche investire nell'innovazione dei processi, non solo dei prodotti, accelerando nella trasformazione digitale e ambientale, come sottolinea Anna Roscio, executive director sales&marketing Imprese della divisione Banca dei Territori di Intesa Sanpaolo. «Al primo posto, per questo settore più che in altri, c'è la necessità di proseguire sulla strada dell'internazionalizzazione, ma in un'ottica di maggiore diversificazione rispetto a quanto fatto finora – spiega Roscio –. Inoltre, occorre continuare a investire sulla qualità perché, nonostante le difficoltà, l'alto di gamma rimane una leva vincente sui mercati internazionali». Tutto questo richiede però investimenti importanti e, alla base, anche un cambio di mentalità in un settore per certi versi ancora molto legato a schemi del passato. «In larga maggioranza, si tratta di imprese familiari, guidate da board con un numero di membri under 40 inferiore alla media della manifattura italiana – osserva Roscio –. C'è un ritardo del settore rispetto al rinnovamento aziendale, ma accelerare il ricambio generazionale è una delle leve per aumentare la competitività». Infine, il tema delle aggregazioni: un contesto geopolitico, commerciale, produttivo e tecnologico così complesso richiede dimensioni maggiori e azioni trasformative dal punto di vista della governance e della struttura aziendale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Benessere.
La sauna Oasi di Mengius



Il legno
Texture tattili, stratificazioni e patchwork di essenze tornano protagonisti
—*pagina13*

Colori caldi

La scelta naturale: l'eleganza del legno

Texture tattili, venature evidenti, stratificazioni e patchwork di essenze diverse: noce, faggio, rovere tornano protagonisti. Le forme sono lineari, la matericità organica prevale sull'ornamento

Pagina a cura di **HTSI**



Febal Casa. Cucina Origina con piano in rovere caffè e ante square cannettato

LUNEDÌ 26 OTTOBRE 2026 www.corriere.it In Italia (con L'Economia) EURO 2,20 | ANNO 65 - N. 42

CORRIERE DELLA SERA

RCS

Milano, Via Solferino 28 - Tel. 02 62821
Roma, Via Campania 59/C - Tel. 06 688281

150 anni 1876

DEL LUNEDÌ

Servizio Clienti - Tel. 02 63797510
mail: servizioclienti@corriere.it

Bergader



Il campionato

Inter, la solita rimonta Bene Juve e Milan

di **Bocci**, **Nerozzi**, **Passerini** e **Tomaselli** alle pagine 39, 41 e 43



Nuova chance in Messico

Kimi trionfa in Texas Il Mondiale a un passo

di **Daniele Sparisci** e **Giorgio Terruzzi** alle pagine 36 e 37

Bergader

Le tensioni sociali Timori per lo sciopero dei sindacati di base. Il Viminale: non è finita, prevenzione continua

Cortei, i controlli non si fermano

Milano, i pm e l'accusa di eversione per Siher: «Voleva terrorizzare la popolazione»

di **Rinaldo Frignani** e **Pierpaolo Lio**

Non si abbassa la guardia per le manifestazioni. Il ministero dell'Interno fa sapere che continueranno i controlli, il rischio di altri episodi di violenza non è finito. La nuova allerta è per venerdì. Timori alimentati per l'annuncio di iniziative di protesta organizzate in più città a margine dello sciopero dei sindacati di base. Accusa di eversione per Siher, amministratore delle chat del Movimento 17 ottobre. Secondo i magistrati di Milano «voleva terrorizzare la popolazione».

da pagina 2 a pagina 6

Campaniello, **Fagnani**, **Logroscino**

FATTORE TEMPO

di **Paolo Mieli**

Tanto tuonò che non piovve. Quantomeno non venne giù l'atteso uragano di fuoco che avrebbe dovuto sommergere le principali città italiane, mandare in frantumi migliaia di vetrine per consentire il saccheggio di altrettanti negozi. Dopo una settimana di eccessivo nervosismo governativo, di ennesimi decreti antisommossa, di un interminabile dibattito su come venire a capo di un'insurrezione di ragazzi mobilitati da chi sa chi, Milano e le principali città italiane hanno vissuto un fine settimana piuttosto tranquillo. Pur contrassegnati, i suddetti weekend, da manifestazioni conclusesi con non inediti scontri con la polizia.

Chiariamo: nessuno qui considera normale amministrazione un conflitto tra manifestanti e forze dell'ordine. Ma è qualcosa che, guardando al resto d'Europa, possiamo tenere nel conto del fisiologico. In particolare, per quel mix tra irruenza giovanile, impoverimento causato da errori di politica economica o dalle guerre, complicazioni derivate dalla mancata integrazione degli immigrati e decine di altri fattori.

continua a pagina 28

I DIRITTI, LA VIOLENZA

I ragazzi e le proteste

di **Dacia Maraini**

a pagina 28

DENUNCIATI E IDENTIFICATI

Anarchici, ultrà, estrema destra: chi era in piazza

di **Matteo Castagnoli**

a pagina 3

INTERVISTA CON VIOLANTE

«Punire i reati, ma i giovani vanno ascoltati»

di **Virginia Piccolillo**

a pagina 6

GIANNELLI



Le elezioni Sconfitto il candidato della destra Bolsonaro



ALEXANDRE SCHNEIDER/GETTY IMAGES

I sostenitori del presidente del Brasile Luiz Inácio Lula da Silva urlano e festeggiano per la storica vittoria lungo le strade di San Paolo

Il Brasile a sorpresa riconferma Lula presidente

Sara Gandolfi alle pagine 12 e 13

Festa per le strade a Belgrado



ANDREJ ČUKIĆ/EPA

Ilija Srdanovic, 56 anni, capolista della «Lista Studentesca»

Svolta in Serbia, la lista degli studenti ha battuto Vucic

di **Francesco Battistini**

Elezioni in Serbia: vince la Lista degli Studenti. Dopo 14 anni finisce l'era dell'ex presidente Vucic. La gioia di Belgrado esplode nella notte, con cortei d'auto e clacson. I nuovi vincitori restano comunque un'incognita. Vaghe anche le posizioni internazionali. Il loro capolista è un cardiologo, Ilija Srdanovic. Non si sa se sarà il premier. a pagina 11

Lega Il caso dell'attacco ai giornali

Salvini vince e preme «Basta armi a Kiev No al voto anticipato»

di **Marco Cremonesi** e **Cesare Zapperi**

Salvini resta alla guida della Lega con il 76% dei voti. Il segretario dice «no al voto anticipato» e «stop a soldi e armi a Kiev». E attacca la stampa. Il presidente dell'Ordine dei giornalisti: «Ci divide in servi e amici, come in Urss». alle pagine 8 e 9 **Canettieri**

DATAROOM

Chi paga, chi è premiato Le «trappole» del Fisco

di **Milena Gabanelli** e **Simona Ravizza**

Con il Fisco, c'è chi ci rimette e non lo sa. Ecco come le norme penalizzano alcuni e premiano altri. Solo la percezione di equità spinge i cittadini a pagare. a pagina 23

LA RICREAZIONE
di **Alessandro D'Avenia**

Che cosa vuoi dalla vita?



«Non sappiamo perché siamo qui, sono venuti tutti e quindi sono venuto anche io». Così ha detto un ragazzino coinvolto nelle devastazioni milanesi. Queste parole mi hanno ricordato le righe del diario di una delle più grandi pianiste del '900, Marija Judina, che decise di diventare anche maestra elementare grazie a un campo estivo da volontaria: «C'era un ragazzino di otto-nove anni senza famiglia, viveva da parenti che non amava e da cui non era amato; era indisponente e si azzuffava con tutti. Lo esortavamo con la parola e l'esempio. Ma una volta passò tutti i limiti — picchiò un compagno, insultò noi, commise un furto — e fu decretata la sua espulsione. Quando fu eseguita la condanna, io scoppiai a piangere. Così avvenne la sua seconda nascita! Scoppiò a piangere anche lui; chiese perdono, restituì la refurtiva e cominciò a seguirmi ovunque. Diceva che non aveva mai visto una maestra piangere per un alunno e, con le sue parole, "sull'anima e sulla vita" di un monello». I ragazzi cercano a chi appartenere: per vivere non basta essere procreati, bisogna essere ricreati, ricevere la propria vita come un destino buono. Chi non prova questa ricreazione nei legami primari è preda di squilibri, rabbia e violenza. E della massa. Ho assistito alla seconda nascita di tanti adolescenti non grazie a prediche e punizioni ma al sentirsi voluti. Per questo Raymond Carver, morto di tumore a 50 anni, volle sulla lapide i versi che lui stesso aveva scritto: «E hai ottenuto quello che/ volevi dalla vita, nonostante tutto?/ Sì. E cos'è che volevi?/ Potermi dire amato, sentirmi/ amato sulla terra».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MAGNESIO COMPLETO
4 fonti di Magnesio per un'azione completa
MIGLIORE BREVETTO N° EP3928764 ASSORBIMENTO
PRINCIPIUM
BIOS LINE
In Farmacia, Parafarmacia ed Erboristeria.
principiumlife.com



Poste Italiane Sped. in A.P. - D.L. 353/2003 conv. L.46/2004, art. 1, c1, DCB Milano
61026
9 771120 498008

FEBAL CASA

VENTITRÉ APERTURE nella rete monomarca: dieci nuovi store in Italia e tredici all'estero

Febal Casa rafforza la propria presenza in Italia e sui mercati internazionali con l'apertura di 23 nuovi punti vendita monomarca: 10 sul territorio nazionale e 13 all'estero, negli Stati Uniti, in Nigeria, in Spagna, in Francia, in Grecia, in Svizzera, a Gibilterra. Un risultato che conferma la capacità attrattiva del brand di Colombini Group e la solidità del suo percorso di crescita. Con queste inaugurazioni Febal Casa raggiunge il traguardo di 283 punti vendita monomarca di cui 200 in Italia e 83 in altri Paesi. In Italia, tra le nuove aperture più significative figura lo showroom di Ercolano, in provincia di Napoli, che si sviluppa nel cuore della città. Una collocazione analoga caratterizza il punto vendita di Rieti, nel Lazio. Ad Azzate, in Lombardia in provincia di Varese, è stato invece inaugurato il più ampio tra i nuovi store italiani del semestre. In Sardegna è in programma l'apertura di un nuovo showroom a Olbia. Completa il quadro nazionale l'apertura di Lamezia Terme, in Calabria in provincia di Catanzaro. Sul fronte internazionale, l'apertura più rilevante del periodo è quella di Las Vegas, in Nevada.



PAMBIANCOnews
design



Febal Casa entra nel mondo pet con due nuovi tessuti ad alte prestazioni

Febal Casa intercetta la crescente centralità degli animali domestici nella vita quotidiana e amplia la propria proposta con **Pet Friendly**, un progetto che combina design, comfort e prestazioni tecniche. L'iniziativa introduce **Oasis** e **Daytona**, due tessuti dedicati ai divani

delle collezioni ***SOFAS. Atelier*** **ed** ***Essential***, pensati per rispondere alle esigenze delle famiglie che condividono gli spazi di casa con gli animali da compagnia.
Realizzati in microfibra ad alte prestazioni, i nuovi rivestimenti puntano su resistenza all'usura, proprietà antibatteriche e facilità di pulizia. Daytona supera i 200mila cicli di abrasione, mentre Oasis arriva a 180mila. Entrambi presentano inoltre una buona resistenza al pilling e alla luce, caratteristiche studiate per preservare nel tempo estetica e colore.
I tessuti sono certificati OEKO-TEX Standard 100 e PFC free, mentre Daytona dispone anche della certificazione vegan V-Label. Attraverso la tecnologia Safefront, i rivestimenti garantiscono inoltre una riduzione dell'attività virale superiore al 91% dopo due ore di contatto continuo. Le piccole macchie causate da vino, caffè e alimenti possono essere trattate con acqua.

"Con questa campagna, Febal Casa amplia il proprio sguardo sul mondo dell'abitare e si apre a nuove esigenze e stili di vita, riconoscendo nelle famiglie pet un target sempre più rilevante", ha dichiarato **Erika D'Amico**, brand and communications director di Colombini Group. "Vogliamo rafforzare la capacità del brand di interpretare i cambiamenti della società e tradurli in proposte capaci di creare valore per le persone, senza mai rinunciare a design, qualità ed estetica".

FEBAL CASA LANCIA IL TESSUTO PET FRIENDLY CON UNA CAMPAGNA FIRMATA TWENTY8 STUDIOS

La nuova proposta, che coniuga design e usabilità, è al centro di una comunicazione realizzata con l'AI, declinata sui canali social e sul sito web del brand attraverso una landing page dedicata



Un tessuto Pet Friendly, pensato per chi vive il salotto con il proprio animale da compagnia. È la novità presentata da **Febal Casa** attraverso le due proposte **Oasis e Daytona,** destinate a vestire i divani del catalogo **SOFAS. Atelier ed Essential**. Due soluzioni che consentono di non dover scegliere tra design e usabilità. Grazie a questi nuovi tessuti, infatti, i divani diventano superfici in grado di conciliare qualità ed estetica, comfort e prestazioni per assecondare una convivenza più libera e spontanea grazie alle caratteristiche di resistenza, antibattericità e antimacchia.
A supporto della novità, l'azienda scende in comunicazione con una campagna che valorizza il legame tra design, comfort e vita quotidiana, raccontando una nuova dimensione di condivisione degli spazi domestici con gli animali da compagnia. Declinata sui canali social e sul sito web del brand attraverso una landing page dedicata, l'operazione si distingue per una produzione interamente realizzata con l'intelligenza artificiale, scelta che interpreta in chiave contemporanea la visione Febal Casa. Strategia e creatività sono curate da **TWENTY8 Studios.**
Il progetto è stato presentato in occasione di un evento esclusivo presso il flagship store Febal Casa Brera di Milano, realizzato in collaborazione con **SAMY**, agenzia

globale social-first specializzata in social media e comunicazione digitale, che ha curato la strategia di influencer marketing e il coordinamento dei brand partner coinvolti nell'iniziativa.
All'esperienza hanno poi contribuito **Pawtrait Milano**, brand di shooting fotografici che ha realizzato ritratti dedicati agli ospiti e ai loro amici a quattro zampe, e **United Pets**, brand specializzato in accessori di design per animali domestici, che ha offerto una selezione di omaggi, tra cui il gift Pasta al Dente. Infine, all'iniziativa ha preso parte anche **Edgard & Cooper**, brand premium nel settore dell'alimentazione per animali domestici, con una selezione dei propri prodotti.

«Con questa campagna – dichiara **Erika D'Amico**, Brand & Communications Director di Colombini Group –, Febal Casa amplia il proprio sguardo sul mondo dell'abitare e si apre a nuove esigenze e stili di vita, riconoscendo nelle famiglie pet un target sempre più rilevante. Vogliamo rafforzare la capacità del brand di interpretare i cambiamenti della società e tradurli in proposte capaci di creare valore per le persone, senza mai rinunciare a design, qualità ed estetica. Perché oggi l'abitare è un'esperienza sempre più personale e condivisa, e saperne cogliere l'evoluzione significa costruire una relazione più forte e attuale con il nostro pubblico».

TWENTY8 Studios firma il racconto Pet Friendly di Febal Casa

La proposta comprende due tessuti in microfibra ad alte prestazioni, Daytona e Oasis, progettati per garantire resistenza all'usura, proprietà antimacchia e antibatteriche



L'obiettivo è conciliare estetica e funzionalità, rendendo i divani adatti a una quotidianità in cui gli animali sono parte integrante della vita domestica.

I due rivestimenti si distinguono per le prestazioni di resistenza all'abrasione: oltre 200.000 cicli per Daytona e 180.000 per Oasis, spiega una nota. Entrambi offrono inoltre una buona resistenza alla formazione di pallini (pilling) e una buona tenuta del colore alla luce, caratteristiche pensate per preservare nel tempo l'aspetto del tessuto.

La campagna

La campagna valorizza il legame tra design, comfort e vita quotidiana, raccontando una nuova dimensione di condivisione degli spazi domestici con gli animali da compagnia. Declinata sui canali social e sul sito web del brand attraverso una landing page dedicata, vede una produzione interamente realizzata con l'intelligenza artificiale. La strategia e la creatività sono curate da twenty8#.

L'evento al flagship store di Milano

Il progetto è stato presentato durante un evento presso il flagship store Febal Casa Brera di Milano, realizzato in collaborazione con SAMY, agenzia globale social-first specializzata

in social media e comunicazione digitale, che ha curato la strategia di influencer marketing e il coordinamento dei brand partner.

All’iniziativa hanno partecipato anche Pawtrait Milano, che ha realizzato ritratti fotografici dedicati agli ospiti e ai loro animali, United Pets, con una selezione di omaggi tra cui il gift Pasta al Dente, ed Edgard & Cooper, che ha contribuito con una selezione dei propri prodotti per animali domestici.

Erika D’Amico, Brand & Communications Director Colombini Group

“Con questa campagna, Febal Casa amplia il proprio sguardo sul mondo dell’abitare e si apre a nuove esigenze e stili di vita, riconoscendo nelle famiglie pet un target sempre più rilevante. Vogliamo rafforzare la capacità del brand di interpretare i cambiamenti della società e tradurli in proposte capaci di creare valore per le persone, senza mai rinunciare a design, qualità ed estetica. Perché oggi l’abitare è un’esperienza sempre più personale e condivisa, e saperne cogliere l’evoluzione significa costruire una relazione più forte e attuale con il nostro pubblico”.

GlobalMediaNews.info

Il design si condivide: Febal Casa apre le porte al mondo pet. Un nuovo elemento nel linguaggio del brand: Febal Casa presenta il tessuto Pet Friendly per chi vive il salotto con il proprio animale da compagnia



La casa contemporanea è uno spazio sempre più aperto, flessibile e condiviso, che evolve insieme alle abitudini e alle relazioni di chi lo vive. Tra i cambiamenti che stanno trasformando il modo di abitare c'è anche la presenza sempre più significativa degli animali da compagnia, oggi parte integrante della quotidianità domestica.

C'è sempre un momento quotidiano in cui la nostra vita rallenta. È il momento del divano. E per chi vive con un amico a quattro zampe, è anche il momento in cui chiede di salire. Per anni abbiamo creduto di dover scegliere: o un divano di design, o un divano da usare.

La proposta **Pet Friendly** di **Febal Casa** coniuga entrambe le esigenze. Nascono così **Oasis e Daytona, i due tessuti per i divani del catalogo SOFAS. Atelier ed Essential.** I divani diventano superfici in grado di conciliare qualità ed estetica, comfort e prestazioni per assecondare una convivenza più libera e spontanea grazie alle caratteristiche di resistenza, antibattericità e antimacchia.

"Con questa campagna, Febal Casa amplia il proprio sguardo sul mondo dell'abitare e si apre a nuove esigenze e stili di vita, riconoscendo nelle famiglie pet un target sempre più rilevante. Vogliamo rafforzare la capacità del brand di interpretare i cambiamenti della società e tradurli in proposte capaci di creare valore per le persone, senza mai rinunciare a design, qualità ed estetica. Perché oggi l'abitare è un'esperienza sempre più personale e condivisa, e saperne cogliere l'evoluzione significa costruire una relazione più forte e attuale con il nostro pubblico", dichiara **Erika D'Amico, Brand & Communications Director di Colombini Group**.

I tessuti

Daytona e Oasis, in microfibra ad alte prestazioni, offrono un'elevata resistenza all'usura, con oltre 200.000 cicli di abrasione per Daytona e 180.000 per Oasis. A queste caratteristiche si aggiungono un'ottima resistenza alla formazione di pallini (pilling) e una buona tenuta del colore alla luce, per preservare nel tempo la bellezza del rivestimento.

Entrambi i tessuti sono certificati OEKO-TEX Standard 100 e PFC free, a conferma dell'attenzione alla scelta dei materiali. Daytona inoltre è certificato vegan V-Label. Grazie alla tecnologia Safefront, i tessuti sono protetti da virus e batteri, con una riduzione dell'attività virale di oltre il 91% dopo due ore di contatto continuo. Caratteristiche che insieme alla facilità di pulizia – le piccole macchie di vino, caffè e cibo possono essere trattate facilmente con acqua – contribuiscono a rendere più semplice e piacevole la vita quotidiana, anche in compagnia degli animali domestici. Le elevate prestazioni tecniche si integrano armoniosamente con la ricerca estetica, senza rinunciare a texture, colore e comfort. Una combinazione che valorizza il design degli imbottiti Febal Casa, pensati per essere vissuti ogni giorno con naturalezza.

La campagna di comunicazione

La campagna di comunicazione Pet Friendly valorizza il legame tra design, comfort e vita quotidiana, raccontando una nuova dimensione di condivisione degli spazi domestici con gli animali da compagnia. Declinata sui canali social e sul sito web del brand attraverso una landing page dedicata, la campagna si distingue per una produzione interamente realizzata con l'intelligenza artificiale, scelta creativa che interpreta in chiave contemporanea la visione Febal Casa. La strategia e la creatività sono curate da **TWENTY8 Studios.**

Il progetto è stato presentato in occasione di un evento esclusivo presso il flagship store Febal Casa Brera di Milano, realizzato in collaborazione con **SAMY**, agenzia globale social-first specializzata in social media e comunicazione digitale, che ha curato la strategia di influencer marketing e il coordinamento dei brand partner coinvolti nell'iniziativa. A rendere ancora più speciale l'esperienza ha contribuito **Pawtrait Milano,** brand di shooting fotografici che ha realizzato ritratti dedicati agli ospiti e ai loro amici a quattro zampe, e **United Pets**, brand specializzato in accessori di design per animali domestici, che ha offerto una selezione di omaggi, tra cui il gift Pasta al Dente. All'iniziativa ha preso parte anche **Edgard & Cooper**,

brand premium nel settore dell'alimentazione per animali domestici, con una selezione dei propri prodotti.

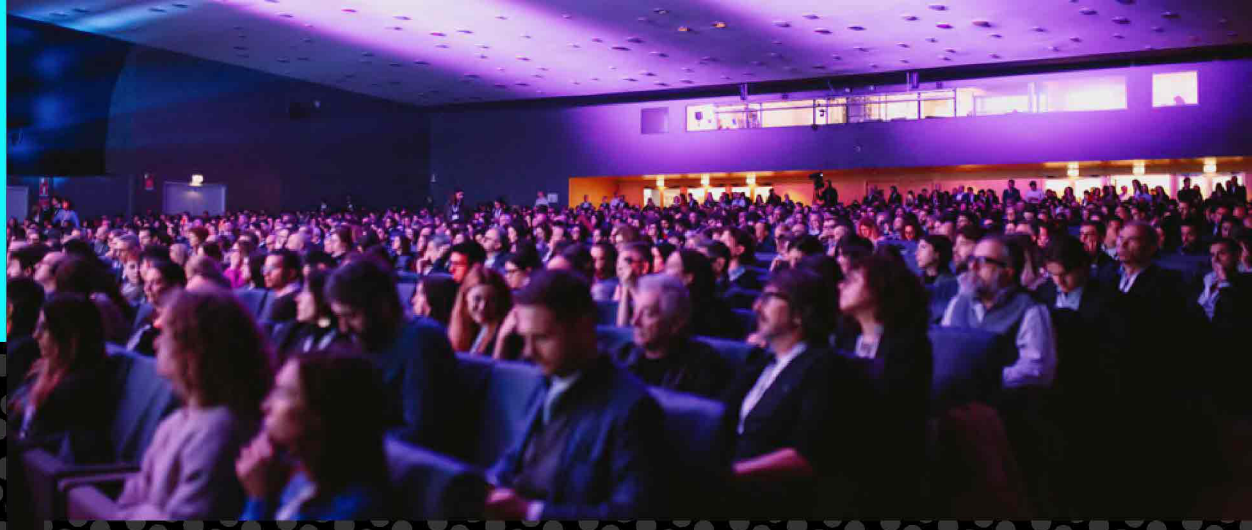
Febal Casa è il brand con cui Colombini Group, attraverso i punti vendita monomarca distribuiti sul
territorio nazionale e internazionale, commercializza programmi di arredo completi per tutta la casa, dalle soluzioni cucina alle proposte living e notte.

Colombini Group, fondato nel 1965 dall'omonima famiglia nella Repubblica di San Marino, è oggi leader in Italia nel settore dell'arredamento con i propri marchi Febal Casa, Bontempi, Snaidero, Colombini Casa, Colombini Office, Colombini Group Contract, struttura specializzata nella progettazione e realizzazione di soluzioni chiavi in mano in ambito residenziale, hôtellerie e commerciale.

touch point
CREATIVITY & BUSINESS

TODAY

30 Ottobre 2026 | n°186 | ISSN 2612-7598



Intersections 2026 chiude i battenti con oltre 20 mila partecipanti p. 10

p. 11 FCP-Asso TV: focus sulla nuova centralità della TV
p. 12 Kantar guarda al futuro tra AI, comunità e identità fluide
p. 13 "The Sport Dome": Sky Media racconta il valore dello sport oltre l'evento
p. 14 WPP Media: dai dati all'influence per comprendere i consumatori
p. 15 ADCI Awards 2026: il Grand Prix a "Dark Mode Ads" di LePub Milan per Plenitude
p. 15 SportMediaset e Publitalia '80 alle Nitto ATP Finals


p.4
CINDY ROSE

WPP MEDIA RIPARTE, WPP PRODUCTION A +2,5%

WPP, NEL TERZO TRIMESTRE I RICAVI TORNANO A CRESCERE

Confermate le stime per l'anno. Il CEO Cindy Rose: «Il piano Elevate28 entra nella fase decisiva»


p.8

DOPO UNA GARA

BMW CONFERMA I SOCIAL MEDIA GLOBALI A LIGANOVA MASH!

L'incarico triennale verrà esteso anche al brand MINI. All'agenzia la gestione delle community digitali di entrambi i marchi



p.16

FIRMATA DA FUTUREBRAND MILANO

SAPORI PRESENTA LA SUA NUOVA VISUAL IDENTITY

Lo storico brand si riposiziona con "Sapori da esplorare", un invito a vivere ogni prodotto come un viaggio verso nuovi mondi



OGGI DALLE 9:30 SU TOUCHPOINTCHANNEL.TV

GUARDA DUE PUNTI LIVE FOOD MARKETING

Disponibile in prima visione l'evento integrale che si è svolto lo scorso 30 settembre a Milano

ALL'INTERNO

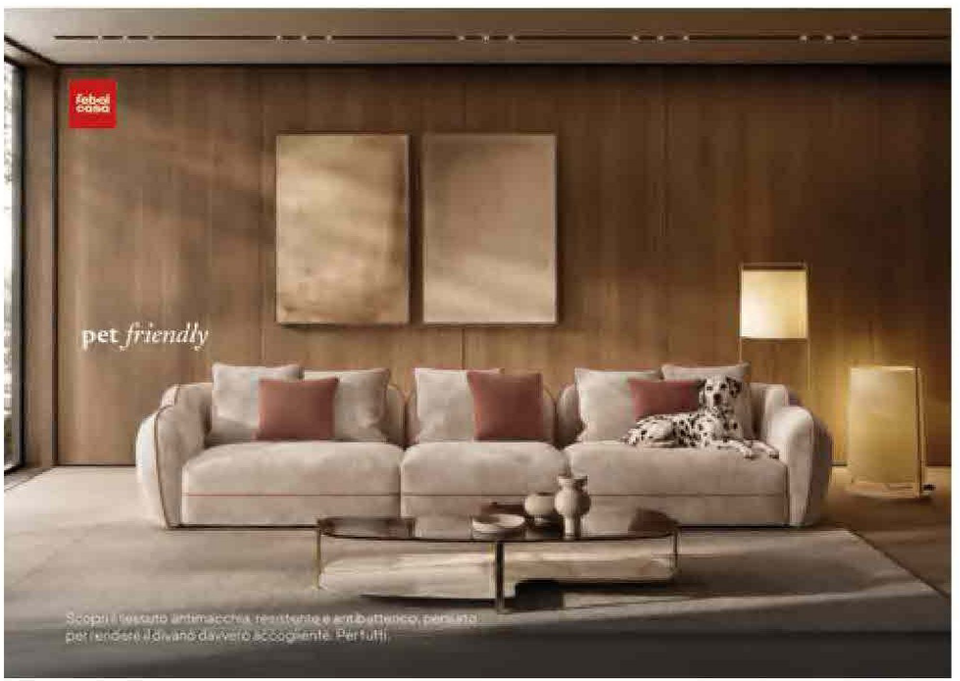
p.2 Forum Retail, focus su beauty e pharma
p.19 Zero. riunisce WeHub sotto un'unica identità
p.20 BDF Industries: nuovo posizionamento con AT Design

L'ELEFANTE NELLA STANZA

IL DIVANO CONDIVISO

FEBAL CASA APRE IL SALOTTO AGLI AMICI A QUATTRO ZAMPE

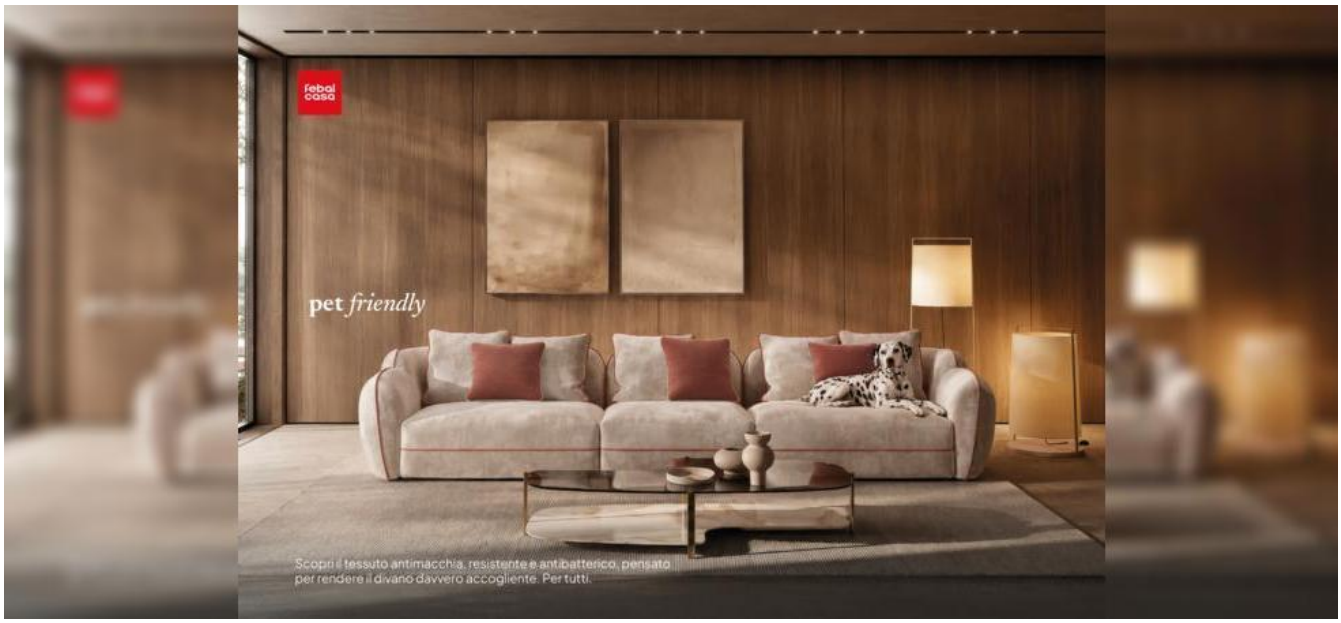
Febal Casa presenta Pet Friendly, la proposta pensata per chi divide il divano con il proprio animale domestico. Nascono così **Oasis** e **Daytona**, due tessuti in microfibra per i divani Atelier ed Essential del catalogo SOFAS: resistono all'usura, con oltre 200.000 cicli di abrasione per Daytona e 180.000 per Oasis, sono antibatterici e antimacchia, e le piccole macchie di vino, caffè e cibo si trattano con acqua. Entrambi sono certificati OEKO-TEX Standard 100 e PFC free, Daytona anche vegan V-Label. Grazie alla tecnologia Safefront, inoltre, i tessuti riducono l'attività virale di oltre il 91% dopo due ore di contatto continuo. Le prestazioni tecniche si integrano con la ricerca estetica, senza rinunciare a texture, colore e comfort.



«Con questa campagna, Febal Casa amplia il proprio sguardo sul mondo dell'abitare e si apre a nuove esigenze e stili di vita, riconoscendo nelle famiglie pet un target sempre più rilevante», ha dichiarato **Erika D'Amico**, Brand & Communications Director di **Colombini Group**. La campagna, con strategia e creatività di **TWENTY8 Studios**, è stata prodotta interamente con l'intelligenza artificiale ed è declinata sui social e su una landing page del sito. Il progetto è stato presentato con un evento nel flagship store Febal Casa Brera di Milano, organizzato con **SAMY**, che ha curato l'influencer marketing e il coordinamento dei brand partner: **Pawtrait Milano** ha realizzato ritratti degli ospiti con i loro animali, **United Pets** ha offerto una selezione di omaggi ed **Edgard & Cooper** ha partecipato con i propri prodotti per l'alimentazione animale.

CHI È CHI

DESIGN, HOSPITALITY & LIFESTYLE



FEBAL CASA DIVENTA PET FRIENDLY: IL DESIGN DEL DIVANO SI ADATTA AGLI AMICI A QUATTRO ZAMPE

Chi ha detto che bisogna scegliere tra un divano di design e un divano da condividere con il proprio cane o gatto? Febal Casa risponde con Pet Friendly, una nuova proposta di tessuti pensati per conciliare estetica, comfort e praticità, interpretando un modo di abitare sempre più attento alla presenza degli animali domestici.

Il salotto è il cuore della casa, il luogo in cui ci si rilassa e si trascorre il tempo insieme. E per chi vive con un animale da compagnia, il divano è spesso uno spazio condiviso. Da questa consapevolezza nasce la nuova proposta **Pet Friendly di Febal Casa**, che introduce due rivestimenti ad alte prestazioni, **Oasis e Daytona**, per i divani delle collezioni SOFAS Atelier ed Essential.

L'obiettivo è superare il tradizionale compromesso tra bellezza e funzionalità, offrendo tessuti capaci di resistere alle sollecitazioni della vita quotidiana senza rinunciare alla qualità estetica degli imbottiti.

Daytona e Oasis sono realizzati in microfibra ad alte prestazioni, con una resistenza all'abrasione che supera rispettivamente i 200.000 e i 180.000 cicli. Entrambi garantiscono inoltre una buona resistenza al pilling e alla luce, contribuendo a preservare nel tempo l'aspetto dei rivestimenti.

Tra le caratteristiche più interessanti figurano le proprietà antimacchia e la facilità di pulizia: piccole macchie di vino, caffè e cibo possono essere trattate semplicemente con acqua.

I tessuti sono inoltre **certificati OEKO-TEX Standard 100 e privi di PFC**, mentre Daytona dispone anche della certificazione vegan V-Label. La tecnologia Safefront contribuisce alla protezione contro virus e batteri, con una riduzione dell'attività virale superiore al 91% dopo due ore di contatto continuo, secondo i dati comunicati dal brand.

«Con questa campagna, Febal Casa amplia il proprio sguardo sul mondo dell'abitare e si apre a nuove esigenze e stili di vita, riconoscendo nelle famiglie pet un target sempre più rilevante», spiega **Erika D'Amico, Brand & Communications Director di Colombini Group**. «Vogliamo rafforzare la capacità del brand di interpretare i cambiamenti della società e tradurli in proposte capaci di creare valore per le persone, senza mai rinunciare a design, qualità ed estetica».

La novità è accompagnata da una campagna di comunicazione interamente realizzata con l'intelligenza artificiale, sviluppata da TWENTY8 Studios e declinata sui canali social e sul sito del marchio.

Il progetto è stato presentato durante un evento nel **flagship store Febal Casa Brera a Milano**, realizzato in collaborazione con SAMY, che ha curato la strategia di influencer marketing e il coinvolgimento dei partner.

Tra i protagonisti dell'iniziativa anche **Pawtrait Milano**, con ritratti fotografici dedicati agli ospiti e ai loro animali, **United Pets**, specializzato in accessori di design per gli amici a quattro zampe, ed **Edgard & Cooper**, marchio premium di alimentazione per animali domestici.

Con Pet Friendly, Febal Casa intercetta una trasformazione sempre più evidente dell'abitare contemporaneo: la casa non è più soltanto uno spazio da arredare, ma un ambiente da condividere con tutti i membri della famiglia, animali compresi.

Perché il vero lusso, oggi, è potersi godere un bel divano senza dover dire continuamente al cane di scendere.

Sabato 31 Ottobre 2026
Nuova serie - Anno 36 - Numero 258 - Spedizione in A.P. art. 1 c.1 L. 4604, DCB Milano

Uk £ 1,40 - Ch fr. 3,50
Francia € 2,50 **€ 2,00***



Giulio Tremonti: «Stiamo vivendo la vigilia di una crisi che è simile a quella del 1929»

Antonino D'Anna a pag. 7



ItaliaOggi
QUOTIDIANO ECONOMICO, GIURIDICO E POLITICO

TRIBUNALE LOSANNA

Schermare i conti svizzeri con un trust non li salva dal fisco italiano

Guadagnolo e Valente a pag. 24

Manovra 2027, c'è il testo

Fondazioni bancarie, il reddito imponibile ai fini Ires sale dal 50 al 55%. Cedolare secca al 10% su locazioni commerciali nei comuni capoluogo di città metropolitane

ORSI & TORI

DI PAOLO PANERAI

Onore delle armi a **Luigi Lovaglio**! Perché forse c'era qualcuno che pensava, nel momento in cui sono scesi in campo **Carlo Messina** e **Intesa Sanpaolo**, cioè il miglior banchiere italiano nella storia degli ultimi 30 anni e la più importante banca italiana, che il vivacissimo e preparatissimo Lovaglio potesse fare il secondo miracolo, dopo aver salvato il **Monte dei Paschi di Siena** dal fallimento, conquistando definitivamente addirittura **Mediobanca**? Lovaglio è un indomito e sicuramente meriterebbe (meriterà) un encomio solenne da parte della **Banca d'Italia** per aver salvato la più antica e secolare banca italiana dal fallimento.

La partita con Intesa era chiaramente impari. Soprattutto per un motivo: per l'abilità e l'esperienza di Messina, per il suo tempismo nell'aver avviato la partita per la conquista del Monte al momento giusto, cioè appena prima che il

continua a pag. 2

La legge di bilancio per il 2027 è stata bollinata dalla Ragioneria di Stato e inoltrata dal Mef alla Presidenza del Consiglio dei ministri per l'invio alla Presidenza della Repubblica. Tra le novità: gli utili delle fondazioni bancarie concorreranno alla formazione del reddito imponibile ai fini Ires nella misura del 55% invece che del 50% come finora previsto e cedolare secca sulle locazioni commerciali nei comuni capoluogo di città metropolitane.

alle pagine 21 e 22

DA LUNEDÌ IN EDICOLA, DA DOMANI IN VERSIONE DIGITALE



L'ampliamento del regime forfettario salva anche l'Iva

Cerisano e Ricca a pag. 21



DIRITTO & ROVESCIO

Il governo britannico ha lanciato nei giorni scorsi la campagna "Be Ready" ("Siate pronti"), con un sito e una checklist scaricabile per preparare la popolazione a circa tre giorni di interruzione di luce, acqua, telefonia e internet. Si spiega che bisogna essere pronti a fronteggiare attacchi cyber, calamità naturali, terrorismo e anche una guerra: eventi considerati ormai nuove sfide quotidiane (!). Perciò bisogna attrezzarsi con: almeno 3 litri di acqua al giorno per persona, più l'acqua per cucinare e lavarsi. Cibo non deperibile che non richieda cottura o frigorifero. Radio FM a batteria o a manovella. Contanti in banconote e monete. Torcia e batterie, power bank, coperte o sacchi a pelo, kit di primo soccorso, medicinali, copie dei documenti, prodotti per l'igiene, eventualmente cibo per animali e forniture per neonati. Apocalypse now?

THYMOS
NURTURING BUSINESS

Trasformiamo le emozioni in dati strategici.

Ogni decisione nasce da un'emozione.

Emotivae™ è la piattaforma di Emotion AI che unisce neuroscienze e intelligenza artificiale per leggerle in tempo reale, con un'**accuratezza superiore al 90%**, da oggi disponibile anche in Italia.

Uno strumento innovativo a supporto di **scelte strategiche consapevoli** in ambito sicurezza predittiva, customer experience, retail e marketing, nel pieno rispetto di GDPR e CCPA.

PRENOTA UNA DEMO
info@thymosinternational.com

*Con La riforma del TUF a € 9,90 in più; con La Trasparenza Retributiva a € 8,90 in più; Con Guida agli ITS Academy a 2,50 in più;
*Solo nelle aree coperte dall'iniziativa, fino ad esaurimento scorte; *Con la Guida Pratica al Risparmio Energetico a € 9,90 in più

Febal apre la sua casa alle famiglie con pet

Cani, gatti e altri animali da compagnia sono sempre più presenti nelle abitazioni degli italiani fino a influenzarne non solo le abitudini di vita ma pure l'arredamento di casa: ecco perché Febal Casa amplia la sua proposta, in chiave pet friendly, grazie ai tessuti Oasis e Daytona per i divani Atelier ed Essential del catalogo Sofas. Tra i loro valori aggiunti, secondo l'azienda, ci sono maggior resistenza all'usura, maggior protezione del colore e protezione da virus e batteri. Del resto, c'è sempre un momento della giornata quando il cane o il gatto chiede di salire sul divano. Declinata sui social, sul sito di Febal e interamente realizzata con l'IA, la campagna di comunicazione Pet friendly aiuta Febal ad ampliare «il proprio sguardo sul mondo dell'abitare» e ad aprirsi a «nuove esigenze e stili di vita», ha sottolineato Erika D'Amico, brand&communications director di Colombini group (che ha in portafoglio altri marchi tra cui Snaidero).

© Riproduzione riservata