

QUADERNO
TESSILE
INCONTRI

Intervista a
Maria Alberta
Zibetti, attuale
CEO di **Fazzini**,
professionista
che si è sempre
occupata di stile
donando impulso
e progettualità
alle collezioni
ispirate
dalla moda

FAZZINI, TRA ARTE, NATURA E AI: LE NUOVE TRAME DEL TESSILE CASA 2026

di/by Giulia Arrigoni



Quali sono, secondo voi, le tendenze più forti che caratterizzeranno il 2026 in termini di materiali, colori, texture e sostenibilità?

Per il 2026 le tendenze più forti si muovono nel segno di una rinnovata armonia tra natura, arte e moda, dove materiali naturali, colori autentici e texture tattili diventano espressione di benessere e consapevolezza. I materiali privilegiano fibre naturali e pregiate come il raso e il percale di cotone, valorizzate da lavorazioni jacquard, trapuntature leggere e dettagli sartoriali. Le texture diventano più materiche e tridimensionali, come nel ricamo ispirato alla tradizione giapponese sashiko della linea Hidamari, o nelle superfici mosse e sofisticate di Vanitas,

Interview with Maria Alberta Zibetti, current CEO of **Fazzini**, a professional who has always worked in the field of style, bringing drive and creative vision to collections inspired by fashion

che riprende la poetica delle nature morte fiamminghe. La ricerca cromatica si ispira ai fiori e ai giardini: dal nuovo giallo acidato, protagonista della stagione, alle sfumature di lavanda, sandalo, rosa cipria, mattone e verde acqua. Ogni tonalità racconta emozioni e sensazioni diverse,

pensate per creare atmosfere intime e rigenerative. Anche le collezioni Glicine, Nara, Belle Époque, Calle e Frida traducono questa visione in linguaggi differenti: dal romanticismo classico del glicine alle suggestioni orientali, dall'eleganza decorativa di fine Ottocento



alle esplosioni cromatiche ispirate a Gauguin e Frida Kahlo. Le linee Mexico e Kubric portano invece un tocco di modernità grafica, giocando su motivi geometrici e accostamenti vivaci.

Come state interpretando il tema della sostenibilità sia nei processi produttivi sia nella progettazione del prodotto?

Il tema della sostenibilità per noi è centrale e si concretizza, innanzitutto, attraverso la certificazione Ecolabel, che garantisce: l'assenza di elementi tossici per la pelle, il rispetto delle norme ambientali (non inquiniamo) e il rispetto delle norme etiche

(nessuno sfruttamento del lavoro minorile, contributi regolarmente versati, e verifiche anche sui nostri fornitori). Inoltre, nel pieno rispetto dell'ambiente, gli scarti di produzione vengono ceduti ad aziende che li riutilizzano per la creazione di nuovi prodotti, come dischi per la lucidatura dei metalli o componenti semirigidi per l'automotive. Un esempio più recente di economia circolare è la realizzazione di strofinaie a partire da rocche di filato già tinto, provenienti da fine serie di produzione. Invece di riintegriare o scartare questo materiale, selezioniamo e abbiniamo i colori per creare prodotti

FAZZINI, BETWEEN ART, NATURE AND AI: THE NEW THREADS OF HOME TEXTILES FOR 2026

What do you see as the strongest trends that will characterise 2026 in terms of materials, colours, textures and sustainability?

For 2026, the strongest trends are shaped by a renewed harmony between nature, art and fashion, where natural materials, authentic colours and tactile textures become an expression of wellbeing and awareness. Materials favour fine natural fibres such as cotton sateen and percale, enhanced by jacquard

weaves, light quilting and tailored detailing. Textures are becoming more substantial and three-dimensional, as in the embroidery inspired by traditional Japanese sashiko in the Hidamari line, or in the sophisticated, animated surfaces of Vanitas, which echoes the poetics of Flemish still lifes. Colour research is inspired by flowers and gardens: from the new acid yellow, the hero shade of the season, to nuances of lavender, sandalwood, powder pink, brick and aqua green.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

074079

**QUADERNO
 TESSILE**
 INCONTRI

unici, utilizzando i filati fino a esaurimento e riducendo così gli sprechi di energia e risorse.

Come si sta muovendo il mercato dei tessuti per la casa (nazionale e internazionale)? Quali canali stanno offrendo le migliori opportunità di crescita?

Il mercato dei tessuti per la casa, sia nazionale sia internazionale, rimane complesso e sfidante, ma stiamo affrontando questa situazione con nuove proposte e collezioni, e i risultati ci stanno dando soddisfazione. A ottobre abbiamo registrato



Maria Alberta Zibetti (CEO),
 Marco Fazzini (CMO) e Paolo Fazzini (COO).



Each shade conveys different emotions and sensations, designed to create intimate, regenerative atmospheres. The Glicine, Nara, Belle Époque, Calle and Frida collections also translate this vision into different design languages: from the classic romanticism of wisteria to oriental influences, from the decorative elegance of the late nineteenth century to colour explosions inspired by Gauguin and Frida Kahlo. The Mexico and Kubric lines, on the other hand, introduce a touch of graphic modernity, playing with geometric motifs and vibrant combinations.

How are you interpreting the theme of sustainability, both in production processes and in product design?

Sustainability is a central issue for us

and is embodied, first and foremost, through the Ecolabel certification, which guarantees the absence of substances that are toxic for the skin, compliance with environmental regulations (we do not pollute) and compliance with ethical standards (no exploitation of child labour, social contributions regularly paid, and audits carried out also on our suppliers). Moreover, in full respect of the environment, production waste is passed on to companies that reuse it to create new products, such as discs for metal polishing or semi-rigid components for the automotive sector. A more recent example of circular economy is the production of tea towels starting from already-dyed yarn cones from end-of-line production batches. Instead of re-dyeing or discarding this material, we select and

un +13.93% di fatturato rispetto all'anno precedente, un risultato ottenuto grazie alla crescita su tutti i canali commerciali: GDO, grazie a un catalogo di raccolta punti particolarmente riuscito; mercato estero, con buone performance soprattutto in Svizzera e Germania; mercato italiano, tramite la distribuzione tradizionale.

Quali sono oggi le principali sfide per le aziende del settore — dal costo delle materie prime alla digitalizzazione, l'AI — e dove

intravedete le maggiori opportunità?

L'azienda sta approcciando l'intelligenza artificiale, con l'installazione di Copilot sui PC di tutti i collaboratori per supportare e migliorare il lavoro quotidiano. Siamo ancora in una fase esplorativa, ma crediamo molto nelle potenzialità di questo strumento. Allo stesso tempo, pensiamo che il disegno fatto a mano e la sensibilità del nostro ufficio prodotto continuo a rappresentare un elemento distintivo e di valore per la nostra identità. □

combine the colours to create unique products, using the yarns until they are fully exhausted and thus reducing waste of energy and resources.

How is the home textiles market evolving (in Italy and internationally)? Which channels are currently offering the best growth opportunities?

The home textiles market, both in Italy and internationally, remains complex and challenging, but we are tackling this situation with new proposals and collections, and the results are bringing us considerable satisfaction. In October we recorded a 13.93% increase in turnover compared to the previous year, a result achieved thanks to growth across all sales channels: large scale retail (GDO), driven by a particularly successful loyalty

catalogue; export markets, with strong performances especially in Switzerland and Germany; and the Italian market, through traditional distribution.

What are currently the main challenges for companies in the sector — from raw material costs to digitalisation and AI — and where do you see the greatest opportunities?

The company is approaching artificial intelligence by installing Copilot on all employees' PCs to support and enhance their daily work. We are still in an exploratory phase, but we strongly believe in the potential of this tool. At the same time, we believe that hand drawn design and the sensitivity of our product design department will continue to be a distinctive and valuable asset for our identity.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

074079