

# DēLonghi Group

## De' Longhi e La Marzocco ridisegnano l'esperienza del caffè alla Milano Design Week 2026

*Nel cuore di Brera, il quartiere più iconico di Milano, il Gruppo ha celebrato caffè, design ed innovazione con due spazi immersivi: CASA La Marzocco e The Smallest Coffee Shop at Home con De' Longhi*

Treviso – 5 Maggio 2026. La **Milano Design Week** trasforma ogni anno la città in un palcoscenico globale per la cultura del design e l'estetica funzionale, attirando centinaia di migliaia di visitatori e creativi da tutto il mondo per definire le tendenze principali dell'anno.

Ancora una volta, il Gruppo De' Longhi si è distinto con attivazioni dedicate al mondo del caffè in continua evoluzione, spaziando dai rituali casalinghi agli ambienti professionali fuori casa.

In occasione della Milano Design Week 2026, De'Longhi ha presentato "**The Smallest Coffee Shop at Home**", un'installazione in cui il brand ha reinterpretato le sue macchine più vendute ispirandosi allo stile delle caffetterie di tutto il mondo. L'idea è stata sviluppata in collaborazione con il maestro miniaturista Simon Weisse, celebre per le sue collaborazioni con registi di fama internazionale come Wes Anderson (per "*Grand Budapest Hotel*"), Luca Guadagnino e Wim Wenders. Il progetto prevede cinque facciate di caffetterie realizzate a mano e ispirate a diverse culture del caffè – Parigi, Tokyo, Milano, Copenaghen e Berlino – montate direttamente sulle macchine da caffè De' Longhi. Un'opera che reinterpreta l'esperienza del caffè domestico attraverso una lente di design di altissimo artigianato. Il brand ha coinvolto influencer sui social media su vasta scala per amplificare l'idea e trasmettere il messaggio che una macchina da caffè De'Longhi è davvero un piccolo bar in casa.

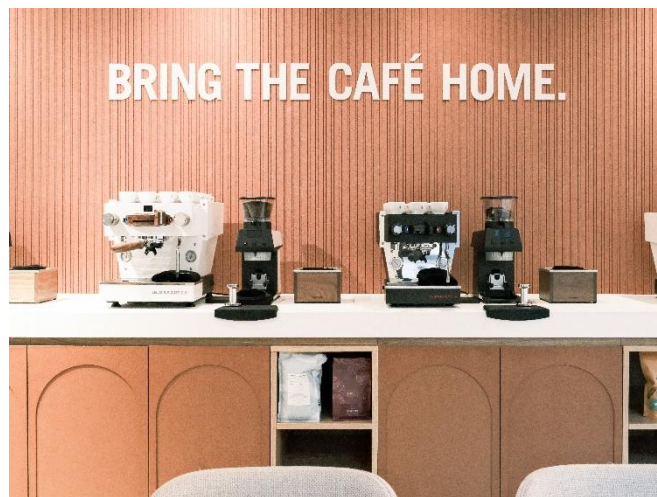
Nel cuore della Milano Design Week, **CASA La Marzocco** ha presentato un programma curato di esperienze legate al caffè, anteprime di prodotto e talk per celebrare l'artigianalità e la cultura contemporanea. L'esposizione ha unito i mondi di La Marzocco Home – con l'introduzione di tre nuove colorazioni: crème, blue e brushed steel – Modbar, con il suo originale sistema di erogazione under-counter, e Officine Fratelli Bambi, il laboratorio di personalizzazione di La Marzocco. Questa vetrina è stata completata da una collezione in edizione limitata creata con il marchio di design olandese POLSPOTTEN, una collaborazione che fonde la tradizione del caffè con il moderno design d'interni. Oltre le mura di CASA, la presenza del marchio si è estesa a Milano attraverso una dinamica rete di collaborazioni e attivazioni satellite.



La Marzocco ha inoltre collaborato con Highsnobiety per The Good Meet-Up Kiosk, un'edicola culturale trasformata in un punto di incontro per un momento di pausa, dove caffè, cultura e comunità si incontrano.

*"Alla Milano Design Week, il Gruppo ha riaffermato il ruolo centrale del caffè nello stile di vita moderno, dalla cucina al bar. Sfruttando la nostra posizione di leader del settore, abbiamo promosso un dialogo unico tra design e innovazione, unendo l'eccellenza globale del marchio De' Longhi all'interno della casa con l'ineguagliabile tradizione professionale di La Marzocco", ha dichiarato Fabio de' Longhi, AD del Gruppo.*

Il coinvolgimento strategico del Gruppo nei principali eventi globali, abbinato a una strategia di social media sincronizzata, sta accelerando con successo l'espansione del mercato e la portata del marchio. Queste attività sono state amplificate da un ecosistema olistico "a 'paid + earned' media, progettato per massimizzare la risonanza e il coinvolgimento.



## Contatti

per analisti, investitori e stampa:

**Investor Relations:**

Samuele Chiodetto

Sara Mazzocato

T: +39 0422 4131

e-mail:

[investor.relations@delonghigroup.com](mailto:investor.relations@delonghigroup.com)

per media:

**Media relations:**

T: +39 0422 4131

e-mail:

[media.relations@delonghigroup.com](mailto:media.relations@delonghigroup.com)

sul web: [www.delonghigroup.com](http://www.delonghigroup.com)

Il Gruppo De' Longhi detiene una posizione di leadership globale nel mondo delle macchine da caffè, con una significativa presenza sia nei prodotti ad uso domestico (con il brand De'Longhi) che professionale (grazie a La Marzocco ed Eversys). Il Gruppo, inoltre, è tra i principali player mondiali nel settore dell'elettrodomestico dedicato al mondo della cucina, della climatizzazione e della cura della casa (con i brand De' Longhi, Kenwood, Braun, Ariete e NutriBullet).

Il Gruppo De' Longhi conta oltre 10.000 dipendenti, operanti in cinque continenti attraverso una rete globale che comprende diversi poli produttivi e oltre 50 filiali commerciali. Nel 2025 ha riportato ricavi pari a € 3,8 miliardi, un EBITDA adjusted pari a € 625 milioni e un utile netto di oltre € 300 milioni.