

Bonaldo celebra 90 anni di visione industriale e inaugura il primo Flagship Store a Milano

Padova, aprile 2026 — Novant'anni non come traguardo, ma come soglia di un nuovo ciclo evolutivo: Bonaldo celebra il suo anniversario riaffermando una visione del design che va oltre il singolo prodotto, concependo l'arredo come un sistema integrato dell'abitare. Il primo Flagship Store a Milano, di nuova apertura, ne è la piena incarnazione: uno spazio in cui cultura, progetto e prodotto si intrecciano, dando vita a un'esperienza immersiva e multisensoriale. Qui il design si attraversa, si vive. Ogni elemento dialoga con lo spazio e con chi lo abita, in una progettazione che riflette la filosofia dell'azienda e trasforma l'arredo in architettura emotiva, dove estetica, atmosfera e innovazione convivono in coesione perfetta.

Fondata nel 1936 come laboratorio artigianale, l'azienda è oggi guidata dalla terza generazione con Alberto Bonaldo, Managing Director. Una governance interamente familiare che rappresenta un elemento distintivo per il settore e che si traduce in una visione industriale di lungo periodo che fonde radicamento territoriale e apertura ai mercati globali.

L'azienda è presente in 99 Paesi, con oltre 900 punti vendita e 52 spazi monomarca tra Flagship Store, Bonaldo Space, corner all'interno di negozi multibrand, e Bonaldo Studio, showroom dedicati al mondo della progettazione. Le recenti aperture, da Manila a Houston, passando per Mumbai e Doha, testimoniano una traiettoria di crescita progressiva e selettiva, fondata su un posizionamento internazionale sempre più definito.

Alla base di questo sviluppo si conferma una filiera fortemente integrata nel territorio: oltre il 90% della produzione è concentrato entro un raggio di 100 chilometri dalla sede padovana. Un ecosistema che unisce sapere artigianale e precisione industriale, garantendo continuità qualitativa e una proposta d'arredo distintiva, espressione autentica del Made in Italy.

Un presidio produttivo che valorizza il distretto veneto e il patrimonio manifatturiero nazionale, alla base di un'offerta completa e coordinata: dal living al dining, dalla zona notte ai complementi, fino agli elementi decorativi come illuminazione e tessuti.

«Il nostro percorso nasce da un'interpretazione consapevole dei mutamenti del settore, senza mai perdere il filo della nostra identità», afferma Alberto Bonaldo. *«Oggi il design richiede una visione sistemica: sostenibilità, qualità sensoriale e flessibilità progettuale non sono più attributi accessori, ma elementi strutturali. Il nostro obiettivo è consolidare Bonaldo come piattaforma progettuale globale, capace di connettere cultura industriale e visione strategica, ampliando il perimetro dell'arredo verso un'esperienza sempre più completa e integrata».*

Questa direzione si riflette anche nelle collaborazioni con designer internazionali, tra cui Mauro Lipparini, Alain Gilles, Fabrice Berrux, Massimo Castagna e Gabriele e Oscar Buratti, coinvolti nella costruzione di un linguaggio progettuale condiviso con l'azienda, capace di esprimere una visione contemporanea dell'abitare.

Milano, piattaforma del design

Il Flagship Store di Milano, in via Larga 16, occupa oltre 500 metri quadrati distribuiti su tre livelli e funge da hub per architetti, progettisti e clientela internazionale.

«Milano è il luogo naturale per dialogare con il mondo del design e consolidare la nostra presenza in Italia», spiega Bonaldo. Lo spazio vuole essere, non solo un punto vendita, ma un laboratorio di idee e progetti in cui l'esperienza del visitatore diventa parte integrante del racconto dell'azienda.

Salone del Mobile e visione futura

In occasione del Salone del Mobile 2026, Bonaldo presenta **"Architecture of objects"**, un concept che interpreta l'evoluzione dell'azienda attraverso il linguaggio dell'architettura: ogni oggetto diventa un "elemento strutturale" di un sistema coerente, dove modularità, fluidità e multifunzionalità definiscono spazi vivibili, armonici e dinamici. Come in un progetto architettonico, ogni componente dialoga con gli altri, generando composizioni che trasformano l'abitare in un'esperienza integrata e stratificata, capace di combinare estetica e comfort.

Tra i driver di crescita si delineano l'ulteriore espansione internazionale attraverso nuovi spazi monomarca e corner nei mercati chiave, e il rafforzamento degli asset industriali, a partire dall'ampliamento della sede produttiva di Padova.