



PANIERE ISTAT, TAPPETI BAGNO TRA LE NEW ENTRY
ISTAT consumer basket: bath mats among the new additions
Pag. 3



OLIVO SENZA CONFINI CON LE ETICHETTE MULTILINGUA
Olivo without borders: multilingual labels
Pag. 5



IL NOSTRO TAPPETO TRA I VIP DI SANREMO 2026
Our carpet among the stars of Sanremo 2026
Pag. 6



ARTIGIANALE E DIGITALE, IL NUOVO LUSSO DI EVOO
Craftsmanship meets digital innovation: the new luxury of Evoò
Pag. 7

Un modo italiano di guardare lontano

An Italian Way of Looking Ahead

Ci sono parole che usiamo spesso nel nostro lavoro. Design. Qualità. Innovazione. E poi ce n'è una che forse racconta meglio di tutte chi siamo e come lavoriamo: pensiero. Negli anni mi è capitato di viaggiare molto, incontrare persone, visitare aziende e osservare modi diversi di fare impresa. Ogni viaggio mi ha lasciato qualcosa: una conferma, una domanda, una nuova prospettiva. E ogni volta torno con la stessa convinzione: il valore non è solo nel prodotto che realizziamo, ma soprattutto nel modo in cui lo pensiamo. E questo che rende un'impresa italiana riconoscibile nel mondo. Non è una questione di dimensioni. Non è una questione di geografia. È un approccio. Nel nostro settore il tappeto spesso è considerato l'ultimo pezzo di un arredo: per noi è il contrario, è il punto di partenza, un oggetto che racconta uno stile di vita e una visione della casa. Per questo il nostro lavoro inizia molto prima della produzione. Nasce dall'ascolto, dall'osservazione delle tendenze, dalla ricerca di materiali, colori e forme. Cresce nello sviluppo delle collezioni, nelle relazioni e nella capacità di esserci sempre, per tutti. Un metodo profondamente italiano. Come italiano è il nostro modo di interpretare il design, di unire bellezza e funzionalità, di cercare ogni giorno nuove possibilità. Come italiano è anche il nostro guardare il mondo, imparando da realtà diverse, interpretando i cambiamenti. Essere globali significa portare la nostra identità e verticalità ovunque, senza perdere ciò che ci rende unici. Per questo ogni giorno, con i nostri tappeti, partiamo per un viaggio che non ha mai fine.

There are words we use every day in our work. Design. Quality. Innovation. Made in Italy. And then there is one that perhaps defines us better than any other: thinking. Over the years, I have had the opportunity to travel extensively, meet people, visit companies, and observe different ways of doing business. Every journey has left me with something valuable: a confirmation, a question, a new perspective. And each time I return with the same conviction: the true value not only in the products we create, but above all in the way we think about them. That is what makes an Italian company recognizable around the world. It is not a matter of size. Nor is it a matter of geography. It is an approach. In our industry, a carpet is often seen as the final element of an interior. To us, it is exactly the opposite: it is the starting point, an object that reflects a lifestyle and a vision of the home. That is why our work begins long before production. It starts with listening, observing trends, and researching materials, colors, and shapes. It grows through the development of our collections, the relationships we build, and our commitment to always being there for everyone. It is a profoundly Italian way of working. Just as Italian is our way of interpreting design, combining beauty with functionality, and constantly seeking new possibilities. Equally Italian is the way we look at the world: learning from different realities while embracing change. Being global means bringing our identity and verticality everywhere without ever losing what makes us unique. That is why, every day, with our carpets, we set out on a journey that never truly ends.

Francesco Olivo
CEO



NON CHIAMATELE DIVISIONI, MA INTRECCI DI VISIONI

TRE SPECIALIZZAZIONI PER VIVERE IL TAPPETO

Don't call them divisions. Call them interwoven visions. Three specializations. One passion for carpets.

Crescere non significa soltanto diventare più grandi. Significa diventare più consapevoli. Per questo Olivo Group ha moltiplicato il suo valore senza dividerlo. Tre brand uniti dallo stesso metodo: trasformare l'esperienza, ricerca e cultura del tappeto in valore concreto. Perché la specializzazione non divide. Amplifica.

Growing is not simply about becoming bigger. It is about becoming more aware. That is why Olivo Group has multiplied its value without dividing it. Three brands, united by the same approach: transforming expertise, research, and a deep carpet culture into tangible value. Because specialization does not divide. It amplifies.

>> Continua a pagina 2 Continued on page 2



BRUSH, QUANDO LA SOSTENIBILITÀ È ALLA BASE

INNOVARE SIGNIFICA ANCHE MIGLIORARE CIÒ CHE GIÀ FUNZIONA

Brush: where sustainability starts innovation also means improving what already works.

Ci sono prodotti che restano fedeli a sé stessi e altri che, nel tempo, evolvono. È il caso di Brush, oggi rinnovato attraverso una scelta più sostenibile: l'introduzione di un fondo in TPE che lo rende riciclabile al 100%. Piccole scelte per modificare il futuro in meglio, trasformando anche l'esperienza domestica in un'opportunità.

>> Continua a pagina 4

Some products remain true to themselves. Others evolve over time. Brush is one of them. Today, it has been enhanced with a more sustainable solution: the introduction of a TPE backing, making it 100% recyclable. Small changes that help shape a better future, turning even everyday living into an opportunity to make a more responsible choice.

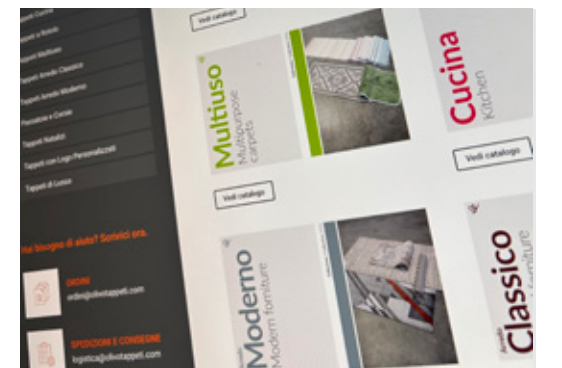
>> Continued on page 4

Sito, collezioni, cataloghi: le novità per raccontarci. Chi comunica (bene) vince

Website, collections and catalogues: What's new in the way we present ourselves great communication makes the difference.

Olivo continua a investire nella comunicazione con nuovi strumenti per raccontare in modo sempre più chiaro l'identità, le competenze e la passione. Il 2026 è stato l'anno delle novità. Cerchiamo sempre nuove parole per esprimere il nostro valore, perché ciò che non viene raccontato rischia di non essere percepito. E noi lo abbiamo fatto così.

>> Continua a pagina 6



Olivo continues to invest in communication, developing new tools to present our identity, expertise, and passion with increasing clarity. 2026 has been a year of exciting new developments. We are constantly looking for new ways to express our value, because what is not communicated is often not perceived. And this is how we chose to tell our story.

>> Continued on page 6

VENDERE MEGLIO PER VENDERE DI PIÙ

PARLIAMO DI SMART RETAIL, OVVERO COSA CONQUISTA IL CLIENTE

Sell better to sell more Smart retail: what wins customers over



Il modo in cui un prodotto viene presentato può cambiare il modo in cui viene scelto. Per questo Olivo Tappeti continua a sviluppare soluzioni tailored to the retail world. Ogni mossa punta a rendere più semplice e più efficace l'incontro tra il tappeto e il potenziale cliente.

>> Continua a pagina 3

The way a product is presented can change the way it is chosen. That is why Olivo Tappeti continues to develop solutions tailored to the retail world. Every step is designed to make the connection between the carpet and the potential customer simpler, more effective, and more immediate.

>> Continued on page 3

NON CHIAMATELE DIVISIONI, MA INTRECCI DI VISIONI

TRE SPECIALIZZAZIONI PER VIVERE IL TAPPETO

Don't call them divisions. Call them interwoven visions. Three specializations. One passion for carpets.



Quando si parla di Olivo Group, è naturale pensare a tre realtà diverse: Olivo Tappeti, Olivo Pro e Platinum Custom Rugs. La definizione più immediata sarebbe quella di “divisioni aziendali”. Ma è davvero così? Ciò che abbiamo costruito negli anni non è una semplice suddivisione di attività. È un desiderio di approfondire, specializzare e sviluppare competenze dedicate a mercati differenti del mondo del tappeto, sotto la visione di Olivo. Ogni realtà del Gruppo ha la sua identità, la sua missione e il suo linguaggio.

Olivo Tappeti è la nostra storia, l'esperienza che parla e guarda al mondo dell'abitare. Olivo Pro invece dialoga con i professionisti. Qui il tappeto da domestico si trasforma in strumento di comunicazione, accoglienza e identità per aziende, attività commerciali, catene retail e strutture ricettive. Platinum Custom Rugs infine è l'espressione di lusso e di design più progettuale del Gruppo, un brand che si rivolge ad architetti e interior designer. Tre realtà differenti, dunque, che si distinguono per mindset ma profondamente connesse allo stesso patrimonio di esperienza, cultura del prodotto, capacità produttiva e attenzione al cliente del Gruppo Olivo. La verticalità aziendale non si conta nel numero di marchi che hai, ma nella capacità di parlare linguaggi diversi mantenendo la stessa identità di fondo. Per questo non le chiamiamo divisioni. Preferiamo pensare a tre visioni che - come una trama - si intrecciano ogni giorno per portare la cultura italiana del tappeto sempre più lontano.

When people think of Olivo Group, they naturally think of three distinct brands: Olivo Tappeti, Olivo Pro, and Platinum Custom Rugs. The most obvious way to describe them would be as “business divisions.” But are they really? What we have built over the years is far more than a simple division of activities. It is the result of our commitment to deepening expertise, developing specialized knowledge, and serving different segments of the carpet industry under a shared Olivo vision. Each brand has its own identity, mission, and voice. Olivo Tappeti represents our heritage, built on experience and dedicated to the world of home living. Olivo Pro speaks to professionals, where the carpet evolves from a domestic furnishing into a powerful tool for communication, hospitality, and brand identity for businesses, retail chains, commercial spaces, and hospitality venues. Platinum Custom Rugs, meanwhile, is the Group's expression of luxury and bespoke design, created for architects and interior designers.



Three distinct brands, each with its own mindset, yet all deeply connected by the same foundation of expertise, product culture, manufacturing excellence, and customer focus that define Olivo Group. True business specialization is not measured by the number of brands you own, but by the ability to speak different languages while preserving the same core identity. That is why we do not think of them as divisions. We prefer to see them as three visions woven together—like the threads of a fabric—working every day to bring the Italian culture of carpets further into the world.

Sopra: concept stilistico sul mondo Olivo fatto con l'utilizzo dell'AI da parte dell'ufficio Stile interno del Gruppo.
Above: a style concept inspired by the Olivo world, created by the Group's in-house Design Department using AI.



Francesco Olivo
CEO Gruppo Olivo

Ogni realtà del Gruppo ha la sua identità, la sua missione e il suo linguaggio.

Each brand within the Group has its own identity, its own mission, and its own voice.



Olivo Tappeti, un partner stabile in un mercato instabile

LA DIMENSIONE IDEALE CHE PROTEGGE IL BUSINESS

Negli ultimi anni le aziende hanno dovuto affrontare un periodo di grandi incertezze. L'aumento dei costi delle materie prime, le difficoltà nella gestione della logistica, le variazioni della domanda e un mercato sempre più veloce hanno reso più complesso programmare e lavorare con serenità. In un contesto dove tutto è instabile, un partner stabile è come l'acqua nel deserto. E Olivo ha scelto di essere proprio questo. Per l'azienda di Carmignano di Brenta, la dimensione raggiunta negli anni è diventata una risorsa da offrire ai clienti: rapporti solidi con fornitori e partner, portano a pianificare meglio gli acquisti per gestire con maggiore equilibrio le variazioni del mercato. In altre parole: Olivo c'è e continua a fornire il suo servizio anche quando gli altri non lo fanno.

Ma la solidità non è tutta qui. Olivo continua nella ricerca di nuovi materiali, nello sviluppo delle collezioni, nella tecnologia, nella logistica e in tutti gli strumenti che aiutano i clienti a lavorare meglio. Tutto questo permette al cliente di guardare al futuro con maggiore sicurezza e trasformare le difficoltà in nuove opportunità. Anche il tema dei prezzi è importante. In un periodo in cui molti fattori possono influenzare i costi, una gestione attenta e programmata permette di offrire maggiore stabilità e meno imprevisti. Per chi vende, la continuità, la disponibilità e l'affidabilità sono oro. Per questo Olivo non è semplicemente un'azienda più grande, ma un'azienda più granitica, costruita per esserci oggi e domani.

Over the past few years, businesses have faced a period of unprecedented uncertainty. Rising raw material costs, logistical challenges, shifting demand, and an increasingly fast-moving market have made planning and operating with confidence more difficult than ever. In a world where everything seems uncertain, a reliable partner is invaluable. That is exactly what Olivo has chosen to be. For the company based in Carmignano di Brenta, the scale achieved over the years has become a strength to share with its customers. Long-standing relationships with suppliers and partners enable better purchasing strategies and a more balanced approach to market fluctuations. In other words, Olivo is there—continuing to deliver dependable service even when others cannot.

But reliability goes far beyond supply continuity. Olivo continues to invest in new materials, collection development, technology, logistics, and every tool that helps customers work more efficiently. This allows our partners to face the future with greater confidence, turning challenges into new opportunities. Price stability is another key advantage. At a time when costs are influenced by countless external factors, careful planning and responsible management make it possible to offer greater consistency and fewer unexpected changes. For retailers, continuity, product availability, and reliability are invaluable. That is why Olivo is not simply a bigger company—it is a stronger, more resilient one, built to support its customers today and for years to come.



Sigillo di qualità presente su ogni prodotto Olivo.
Quality seal featured on every Olivo product.



Matteo Olivo
Direttore Commerciale B2B
B2B Commercial Director

Per chi vende, la continuità, la disponibilità e l'affidabilità sono oro

For retailers, continuity, availability, and reliability are invaluable.

Paniere ISTAT, tappeti bagno tra le new entry

NUOVE ABITUDINI DI CONSUMO, NUOVE OPPORTUNITÀ

ISTAT basket: bath mats among the new entries. New consumer habits, new opportunities

L'ingresso dei tappeti bagno nel paniere ISTAT è un riconoscimento del ruolo sempre più presente che questo prodotto ha assunto nelle abitudini di acquisto delle famiglie italiane. Un tempo considerato un semplice accessorio funzionale, oggi il tappeto bagno è diventato un elemento ricercato per praticità, comodità ed estetica nello spazio più intimo della casa. Per il mondo retail l'entrata dei tappetini nelle abitudini di consumo delle famiglie italiane conferma un trend già evidente e apre a nuove, grandi opportunità di vendita per i negozianti.

D'altronde, già da tempo Olivo presta attenzione al mondo dei tappeti per il bagno e investe nella ricerca di materiali, colori e soluzioni capaci di interpretare le esigenze di comfort delle persone. Perché anche un piccolo elemento può raccontare una grande trasformazione, quella di una casa che cambia, e il tappeto trova sempre nuovi modi per esprimere le sensazioni di chi la vive.



Tappeti da bagno a scaffale in un punto vendita della GDO
Bath mats displayed on shelves in a large-scale retail store.



The inclusion of bath mats in the ISTAT consumer basket reflects the increasingly important role this product has come to play in the purchasing habits of Italian families. Once considered a simple functional accessory, the bath mat has evolved into a sought-after home essential, valued for its practicality, comfort, and ability to enhance the most intimate space in the home. For the retail sector, the inclusion of bath mats in Italian consumer spending habits confirms a trend that has already been evident for some time and creates new opportunities for retailers. Olivo has long recognized the potential of this category, investing in the research of materials, colours, and solutions designed to meet evolving expectations of comfort and everyday living. Because even a small detail can reflect a major shift in the way people experience their homes—and carpets continue to find new ways to express the lifestyle of those who live in them.

24

f

X

in

...

I NOSTRI VIDEO

Napoli, Lego Challenge alla...

Rilevati i tappetini per il bagno e i costi dell'ambulanza privata

Nelle novità compaiono anche altri tessuti per la casa, al cui interno vengono rilevati i tappetini per il bagno, che confluiscono nella classe Tessili per la casa, i servizi di trasporto di emergenza di pazienti e soccorso di emergenza, al cui interno si rileva il trasporto con ambulanza privata, che confluisce nella omonima classe, gli articoli per campeggio e per attività ricreative all'aperto, al cui interno vengono rilevati tende e zaini da campeggio, che confluiscono nella classe Articoli sportivi, per campeggio e per attività ricreative all'aperto. A questi si aggiunge il nuovo aggregato a rilevazione centralizzata: software, esclusi i giochi, al cui interno vengono rilevati software e antivirus, che confluiscono nella omonima classe.

Porzione di articolo ripreso dal quotidiano Il Sole 24 Ore
Excerpt from an article published in Il Sole 24 Ore.

Ogni **stagione** è un'occasione.
Nuova leva in negozio:
il tappeto che cambia.

Every season is an opportunity.
A new reason to visit the store:
carpets that change with the seasons.

Nel retail contemporaneo il cambiamento ormai è diventato parte dell'esperienza d'acquisto. Anche i tappeti possono seguire questa evoluzione perché accompagnano le diverse stagioni dell'abitare. In Olivo, colori, materiali, texture e stili sono strumenti per creare nuove proposte all'interno del punto vendita, servono ad aggiornare l'esposizione e offrire al cliente nuovi motivi per tornare. La stagionalità diventa così una leva commerciale: permette al negoziante di movimentare la proposta, creare nuove occasioni di vendita e mantenere sempre vivo l'interesse verso il prodotto. Se poi si abbina un buon rapporto tra design, qualità e prezzo, allora il tappeto si trasforma in un acquisto più semplice e spontaneo, e aumenta la possibilità che il cliente rinnovi il proprio spazio più frequentemente. In fondo, oggi, il tappeto non è solo una scelta d'arredo. È un modo semplice per cambiare atmosfera restando nella stessa casa.

In today's retail landscape, change has become an integral part of the shopping experience. Carpets can evolve with it, reflecting the changing seasons of everyday living. At Olivo, colours, materials, textures, and styles are more than design elements—they are tools for creating fresh in-store experiences, refreshing displays, and giving customers new reasons to return. Seasonality becomes a powerful retail strategy, enabling retailers to renew their product offering, create new sales opportunities, and keep customer interest alive throughout the year. When this is combined with the right balance of design, quality, and value, the carpet becomes an easier, more spontaneous purchase, encouraging customers to refresh their living spaces more often. Today, a carpet is no longer just a furnishing choice. It is one of the simplest ways to transform the atmosphere of a home without changing the home itself.

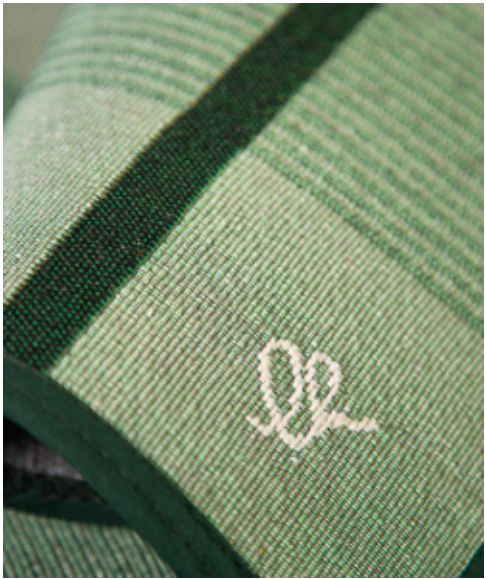
VENDERE MEGLIO PER **VENDERE DI PIÙ**

PARLIAMO DI SMART RETAIL, OVVERO COSA CONQUISTA IL CLIENTE

SELL BETTER TO SELL MORE SMART RETAIL: WHAT WINS CUSTOMERS OVER

L'abbiamo detto, quando si vende la differenza non la fa solo il prodotto, ma il modo in cui viene presentato, gestito e raccontato. Ogni dettaglio può influenzare la scelta: spazi molto o poco organizzati, un'esposizione chiara o criptica, la facilità o la complessità nel raggiungere subito le informazioni. Per questo Olivo ha sviluppato un approccio Smart Retail, ovvero un insieme di strumenti e soluzioni pensati per supportare i partner nella gestione quotidiana del negozio, dal magazzino fino al momento dell'acquisto. Espositori per ogni tipo di spazio disponibile, etichette personalizzate, collezioni diversificate, cataloghi, comunicazione di supporto e tanto altro. L'obiettivo? Rendere più fluida la vendita dei tappeti Olivo nel tuo retail. Ed è così anche sul digitale con lo Store Locator. Non solo uno strumento per trovare il punto vendita più vicino, ma un collegamento diretto tra cliente e negozio, così da portare traffico qualificato nei punti vendita dei partner e favorire nuove possibilità di acquisto. Insomma, tutti gli elementi per conquistare il cliente al primo colpo.

As we've said, when it comes to selling, the difference is not made by the product alone, but by the way it is presented, managed, and communicated. Every detail can influence a customer's decision: well-organized or cluttered spaces, clear or confusing displays, immediate access to information or unnecessary complexity. That is why Olivo has developed its Smart Retail approach—an integrated set of tools and solutions designed to support partners in the day-to-day management of their stores, from the warehouse to the final purchase. Display systems for every type of retail space, customized labels, diversified collections, catalogues, marketing materials, and much more. The goal? To make selling Olivo carpets smoother, simpler, and more effective. The same philosophy extends to the digital world through our Store Locator. More than just a tool for finding the nearest retailer, it creates a direct connection between customers and stores, driving qualified traffic to our partners' points of sale and generating new sales opportunities. In short, everything needed to make a great first impression and win customers from the very first moment.



PRONTI A FARE SPAZIO AL TAPPETO D'ARREDO?

ESPOSIZIONE GUIDATA
E PRODOTTO AGGIORNATO,
UNA COMBINAZIONE VINCENTE

Ready to make room for
decorative carpets?
Guided merchandising
and updated collections:
a winning combination

Un prodotto che negli ultimi anni è sempre più protagonista negli spazi della casa. Di certo ai primi posti per richieste e apprezzamento dei consumatori. Stiamo parlando del tappeto d'arredo. Negli anni è diventato un elemento di attenzione da parte di Olivo, che continua a investire tempo, ricerca e idee di design in una collezione che si evolve continuamente. Nuove texture, nuovi colori e nuove soluzioni, infatti, si aggiungono via via per interpretare le tendenze del mercato. Ma un buon tappeto d'arredo resta fine a sé stesso se non è valorizzato nel modo giusto. Per questa ragione Olivo esalta i suoi prodotti tessili anche con un'esposizione "guidata" in negozio, per aiutare i rivenditori a presentare meglio i tappeti d'arredo e rendere la scelta più semplice per il cliente.



Il nuovo espositore d'arredo di Olivo Tappeti nasce proprio da questa esigenza: una soluzione più resistente, più curata dal punto di vista estetico e con un maggiore impatto visivo all'interno del punto vendita. Perché quando il prodotto è ordinato, visibile e ben presentato, anche l'esperienza di acquisto si fa più "golosa". Un piccolo restyling l'ha subito anche l'espositore Shop-in-Box, dedicato esclusivamente ai tappeti arredo: è stato aggiunto uno spazio organizzato con divisioni a griglia, dove i tappeti arrivano già sistemati e pronti per essere esposti e venduti. Un sistema pratico che permette di gestire meglio gli spazi e avere sempre una proposta ordinata. E per i negozi che hanno già strutture espositive presenti, nessun problema: Olivo ha pensato a una "rastrelliera" a più corsie, semplice da applicare, resistente e funzionale. Una soluzione che mantiene i tappeti in ordine, evita che cadano e permette di valorizzarli al meglio. Sviluppare una categoria di prodotto come i tappeti d'arredo significa pensare proprio a tutto il percorso, dalla creazione fino al momento in cui incontra il cliente. E farlo con un partner come Olivo è un vantaggio irrinunciabile.



Lo Shop in Box tappeti arredo pronti a partire. Shop-in-a-box decorative rugs, ready to ship.

Decorative carpets have become one of the leading protagonists of today's living spaces. They are now among the most sought-after and appreciated home furnishing products. That is why decorative carpets have become a strategic focus for Olivo, which continues to invest in research, creativity, and design to develop a collection that is constantly evolving. New textures, colours, and styles are regularly introduced to reflect changing market trends and consumer preferences. However, even the finest decorative carpet cannot reach its full potential unless it is displayed in the right way. For this reason, Olivo complements its textile collections with guided merchandising solutions, helping retailers showcase decorative carpets more effectively and making the purchasing journey simpler and more engaging for customers.

The new Olivo Tappeti decorative carpet display was created with this goal in mind. It is more durable, more refined in appearance, and designed to create greater visual impact within the store. Because when products are well organized, clearly visible, and attractively presented, the shopping experience becomes far more appealing. The Shop-in-Box display dedicated to decorative carpets has also been redesigned. It now features a practical compartment system with grid dividers, allowing carpets to arrive neatly organized and ready to be displayed immediately. A simple solution that helps retailers optimize space while maintaining an orderly and attractive presentation. For stores that already have their own display structures, Olivo has developed a multi-slot rack that is easy to install, durable, and highly functional. It keeps carpets neatly arranged, prevents them from slipping or falling, and presents every product at its best. Developing a decorative carpet category means considering every step of the journey—from product creation to the moment it reaches the customer. Having a partner like Olivo makes that journey easier, more effective, and ultimately more successful.

Il nuovo facing espositivo avvicina il tappeto al cliente

COME CAMBIA LA CONFIGURAZIONE DEL SISTEMA ESPOSITIVO PIÙ DIFFUSO DI OLIVO TAPPETI

The new display facing brings carpets closer to customers. How Olivo Tappeti's most popular display system has evolved



Facing espositivo Olivo Tappeti. Olivo Tappeti display.

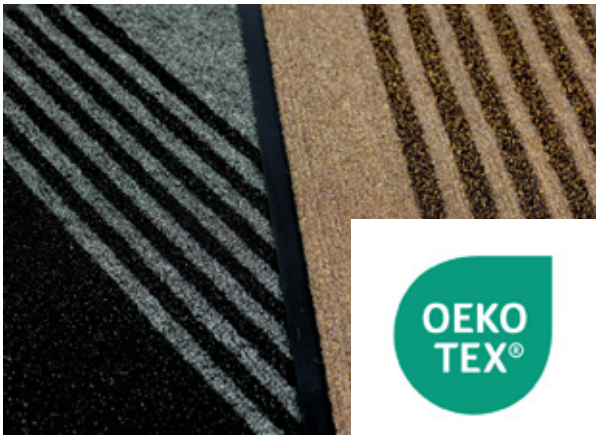
Se hai uno spazio nel tuo punto vendita, qualunque esso sia, Olivo Tappeti ha una soluzione espositiva perfetta per te. Non è lo slogan di una campagna pubblicitaria, ma la realtà. L'azienda padovana da sempre aiuta i negozianti a valorizzare i tappeti e rendere più semplice la vendita e la scelta del cliente. E nel tempo ha messo a punto diversi sistemi espositivi per far sì che ciò accada in modo naturale, accattivante. Come il facing di tappeti. Il sistema facing è stato progettato per essere flessibile e adattarsi alle diverse esigenze del negozio. Una parte dell'esposizione può essere dedicata ai tappeti in verticale, l'altra ai tappeti stesi: semplice, pratica e pensata per dare al cliente una visione più completa del prodotto. Chi entra nel negozio può vedere meglio colori, fantasie e materiali, avvicinarsi al tappeto e apprezzarne anche la qualità al tatto. Una configurazione, questa, che migliora l'esperienza in negozio, ma porta anche vantaggi concreti. L'innovazione è tale se trova soluzioni che funzionano davvero per tutti e se crea nuove possibilità.

Whatever the size of your retail space, Olivo Tappeti has a display solution designed for you. This is not just a marketing claim—it is our approach. For years, Olivo has helped retailers showcase carpets more effectively, making the buying process easier for both sales staff and customers. Over time, we have developed a range of display systems that naturally enhance product presentation, including our display facing system. The display facing system has been designed to be flexible and adapt to different retail environments. Part of the display presents carpets vertically, while another section showcases them laid flat—a simple, practical solution that gives customers a more complete view of each product. Customers can better appreciate colours, patterns, and materials, get closer to the carpet, and experience its quality through touch. This configuration not only improves the in-store shopping experience but also delivers tangible benefits. Innovation only matters when it creates solutions that work for everyone—and when it opens the door to new opportunities.

Sostenibilità / Sustainability

Brush, quando la
sostenibilità è alla
base. Innovare
significa anche
migliorare ciò
che già funziona

Brush: sustainability
at its core. Innovation also
means improving what
already works.



Finitura e colori zerbino Brush. Certificato OEKO-TEX®. Brush doormat finishes and colors. OEKO-TEX® Certified.

Uno zerbino che fa parte della storia di Olivo e che oggi torna in una nuova versione migliorata, più leggera per l'ambiente. Stiamo parlando del tappeto Brush, rinnovato con l'aggiunta di un fondo in TPE, un materiale scelto per rendere il prodotto completamente riciclabile e aumentare le sue prestazioni. Il TPE permette di ottenere un supporto più morbido e flessibile, mantenendo allo stesso tempo una buona resistenza e una maggiore sicurezza grazie alla funzione antiscivolo. Un cambiamento che guarda al futuro anche dal punto di vista ambientale: il nuovo fondo infatti rende Brush riciclabile al 100%, non utilizza PVC e ftalati, e possiede la certificazione OEKO-TEX. Anche la struttura è pensata per "alleggerire" l'impatto del suo consumo. La combinazione di fibre in PP a pelo sfilacciato (grass pile) aiuta a catturare polvere e sporco dall'esterno, mentre le fibre a pelo tagliato (cut pile) contribuiscono a trattenere lo sporco e assorbire l'umidità. Il risultato è uno zerbino sostenibile per l'ambiente. Per Olivo anche un prodotto semplice può diventare un esempio concreto di futuro.

Brush is a product that has been part of Olivo's history for years. Today, it returns in an improved version—one that is lighter on the environment. The new Brush entrance mat now features a TPE backing, a material chosen to make the product 100% recyclable while enhancing its overall performance. The TPE backing provides a softer, more flexible support without compromising durability, while also improving safety thanks to its anti-slip properties. It is an innovation designed with the future in mind: the new backing is PVC- and phthalate-free, fully recyclable, and OEKO-TEX® certified. Its construction has also been carefully engineered to reduce its environmental impact while delivering excellent everyday performance. The combination of grass pile polypropylene fibres effectively removes dust and dirt from footwear, while the cut pile fibres help retain dirt and absorb moisture. The result is a more sustainable entrance mat. At Olivo, even a simple product can become a tangible example of what the future should look like.

Olivo senza confini con le etichette multilingua

I TAPPETI OLIVO ORA PARLANO 12 LINGUE

Olivo without borders: multilingual labels. Olivo Tappeti now speak 12 languages

Arrivano le etichette nelle 12 lingue più parlate al mondo. Un sistema “poliglotta” di informazioni per girare il mondo, parlare a tutti i negozianti e ai loro clienti senza barriere linguistiche. Quando un’azienda si apre a nuovi mercati, non basta portare il proprio prodotto oltre i confini. Per renderlo immediato e vicino alle esigenze di chi lo sceglie, è necessario che sia comprensibile. Le nuove etichette sui tappeti Olivo vanno oltre il semplice elemento informativo, sono il primo punto di contatto tra il prodotto e chi lo acquista. Specificano materiali, caratteristiche, forniscono istruzioni, approfondiscono i dettagli e diventano così più semplici da consultare, migliorando l’esperienza di chi compra e supportando il lavoro di chi vende. Questa scelta rappresenta anche un ulteriore passo nel percorso di crescita internazionale di Olivo. Essere globali senza perdere la propria identità, riuscendo a tradurre ovunque qualità, attenzione al dettaglio e cura del servizio.



Olivo carpets are now available with labels in the 12 most widely spoken languages in the world. A multilingual information system designed to travel across borders, making it easier for retailers and customers everywhere to understand our products without language barriers. When a company expands into new markets, simply shipping products abroad is not enough. To make them truly accessible and relevant, they must also be easy to understand. Olivo’s new multilingual labels go beyond providing basic product information—they become the first point of contact between the product and the customer. They clearly explain materials, product features, and care instructions, while providing detailed information in a format that is simple and intuitive to consult. This improves the customer experience while making the retailer’s job easier.

The introduction of multilingual labels is another important step in Olivo’s international growth. It reflects our ambition to be a global company without losing our identity—bringing our commitment to quality, attention to detail, and customer care to every market, in every language.



Non basta arrivare lontano.
Serve farsi capire ovunque.

It is not enough to reach the
world. You also need to be
understood wherever you go.

— Persone e futuro / People and future —

Costruendo il domani: un brindisi alle persone

SI È SVOLTA A GIUGNO LA FESTA “OLTRE L’AZIENDA” PENSATA DA OLIVO TAPPETI

Building tomorrow: a toast to the people. In June, Olivo Tappeti hosted its “Beyond the Company” celebration.



A giugno il team Olivo si è ritrovato per un momento speciale di condivisione, lontano dagli uffici e dalla quotidianità lavorativa. Quest’anno, anziché organizzare la tradizionale festa in azienda, la scelta è ricaduta su una bella serata tra le colline di Breganze, ospiti di una cantina del territorio. Una location diversa dal solito, immersa nella bellezza di un paesaggio che invita a rallentare, a guardare le cose da una prospettiva nuova e a dedicare tempo alle persone. E l’obiettivo era proprio questo, conoscersi meglio, scoprire qualcosa in più delle persone che incontriamo ogni giorno in azienda e vivere qualche ora di leggerezza davanti a un buon bicchiere di vino e a una conversazione senza agenda. Perché dietro ogni progetto, ogni ordine e ogni risultato ci sono sempre le persone. “Costruendo il domani” è la frase di Francesco Olivo che ha racchiuso perfettamente il significato dell’incontro. Il futuro si costruisce certamente con il lavoro, ma anche attraverso le relazioni, la fiducia e il piacere di condividere un percorso comune. E, ogni tanto, è bello fermarsi a brindare a tutto questo.

In June, the Olivo team came together for a special occasion dedicated to sharing time together, away from the office and the routines of everyday work. This year, instead of holding our traditional company celebration, we chose to spend the evening among the hills of Breganze, hosted by a local winery. It was a different setting—surrounded by a beautiful landscape that encouraged us to slow down, see things from a new perspective, and dedicate time to the people around us. That was precisely the purpose of the evening: to get to know one another better, discover more about the colleagues we work with every day, and enjoy a few hours of genuine conversation over a good glass of wine, with no agenda. Because behind every project, every order, and every achievement, there are always people. “Building tomorrow”, a phrase shared by Francesco Olivo, perfectly captured the spirit of the event. The future is built through hard work, but also through relationships, trust, and the pleasure of sharing a common journey. And every now and then, it is worth taking a moment to raise a glass to all of that.

Un capitale femminile dietro il successo di Olivo. Sono le giovani professioniste a popolare l’azienda.

The women behind Olivo’s success. A new generation of talented professionals is shaping the company’s future.

Ci sono numeri che raccontano molto più di quanto sembri. In Olivo, oggi, l’84% del team è composto da donne con un’età media di 38 anni. Due dati che, insieme, fotografano una realtà giovane, dinamica e in continua evoluzione.

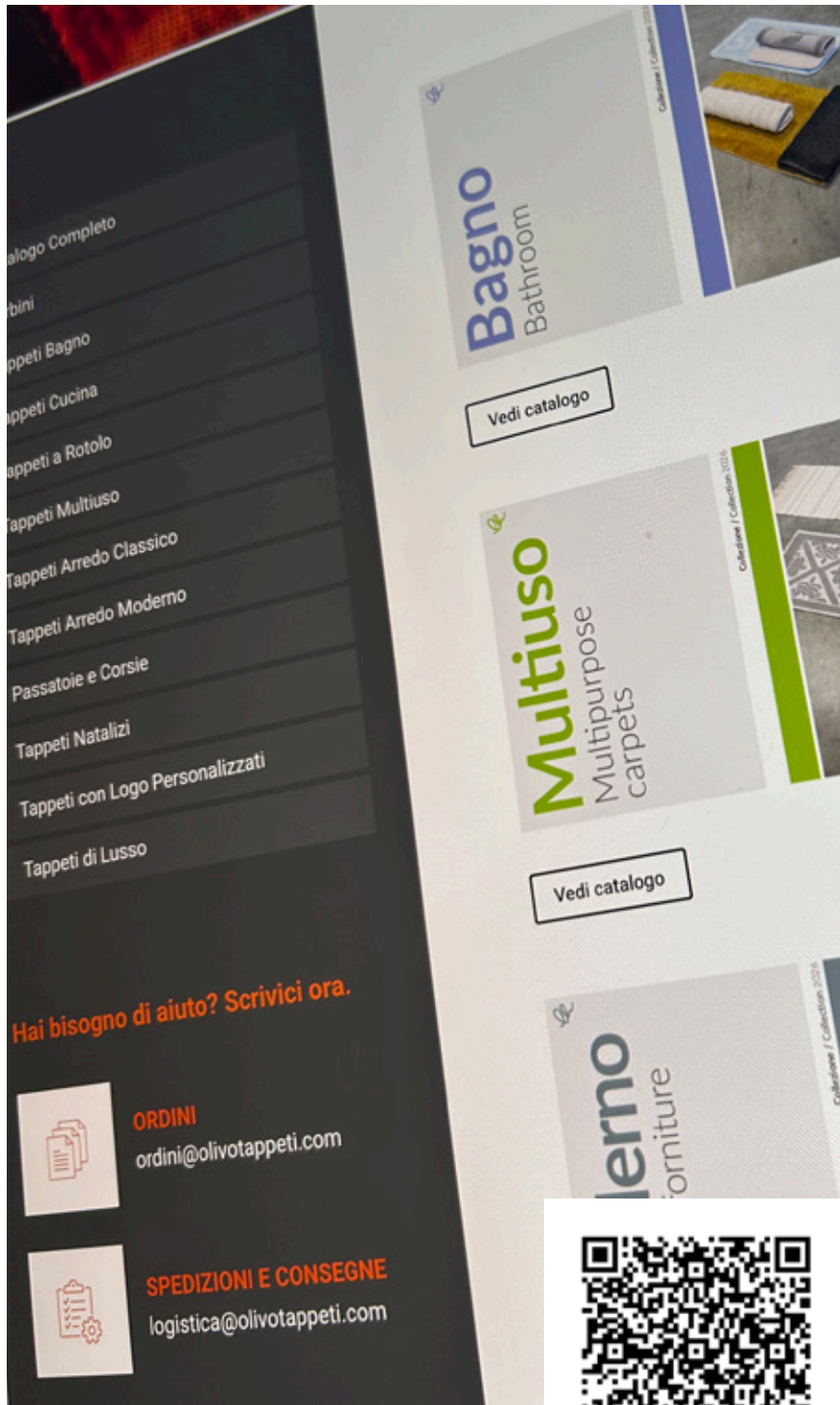
La forte presenza femminile non è un caso e nemmeno è una scelta programmata. È il risultato naturale di un percorso che da sempre unisce professionalità, passione e saper fare.



Una strada che ha conquistato l’interesse di numerose professioniste e che oggi è il tratto più distintivo dell’azienda. Allo stesso tempo, un’età media di 38 anni racconta la voglia di guardare avanti. E quindi fermarsi ai numeri diventa un puro esercizio retorico, il vero valore è nelle persone che ogni giorno mettono a disposizione il proprio talento, le proprie idee e la propria voglia di migliorare per rendere l’azienda ciò che è, con la stessa passione anno dopo anno.

Some figures tell a far greater story than they first appear to. At Olivo, today, 84% of our team is made up of women, with an average age of 38. Together, these two figures paint the picture of a young, dynamic company that is constantly evolving. The strong female presence within the company is neither a coincidence nor the result of a deliberate strategy. It is the natural outcome of

a journey built on professionalism, passion, and expertise. A path that has attracted many talented professionals and has become one of the defining characteristics of our company. At the same time, an average age of 38 reflects our drive to look ahead and embrace the future. Ultimately, focusing solely on the numbers would be little more than a rhetorical exercise. The true value lies in the people who, every day, contribute their talent, ideas, and determination to improve, helping make Olivo what it is today with the same passion, year after year.



Nuova interfaccia web dell'area riservata sito Olivo Tappeti.
New web interface for the Olivo Tappeti reserved area.

Più connessi che mai ai clienti

OLIVO LANCIA IL NUOVO SITO ISTITUZIONALE E PRESENTA LE NOVITÀ.

More connected than ever with our customers. Olivo launches its new corporate website and unveils what's new

Gli investimenti nella comunicazione continuano. Dopo aver annunciato lo scorso anno grandi novità per clienti e partner, Olivo Tappeti presenta oggi il nuovo sito istituzionale e una rinnovata area riservata dedicata al B2B. Un progetto sviluppato interamente dal reparto Marketing interno, e che vuole raccontare in modo più completo e immediato l'universo Olivo, dove non ci sono solo prodotti, ma anche competenze, servizi, ricerca e sviluppo. Il nuovo sito è ancora più snello e intuitivo di prima, le informazioni e gli approfondimenti sui tappeti sono reperibili in pochi click da clienti, rivenditori e professionisti. Si conferma come punto "di connessione" anche lo Store Locator, uno strumento che permette agli utenti di individuare rapidamente il punto vendita Olivo più vicino e ai rivenditori di essere mappati, creando così un ponte tra il mondo digitale e la rete dei negozi per reclutare nuovi clienti. Importante anche il rinnovamento dell'area download B2B, oggi ancora più completa e funzionale. Pensata in particolare per supportare la rete vendita e gli agenti, consente di consultare e scaricare cataloghi, materiali tecnici e strumenti commerciali sempre aggiornati, in linea con le ultime collezioni e con le richieste del mercato. L'innovazione di Olivo passa anche attraverso la tecnologia. Già oggi, infatti, i siti del Gruppo integrano sistemi di Intelligenza Artificiale per rendere la navigazione più semplice, migliorare l'accesso alle informazioni e offrire un'esperienza sempre più efficace agli utenti. L'obiettivo va oltre la semplice presenza online. Il nuovo ecosistema digitale nasce come strumento di lavoro e punto di riferimento costante per clienti, partner e professionisti. Perché comunicare meglio significa anche offrire un servizio migliore.

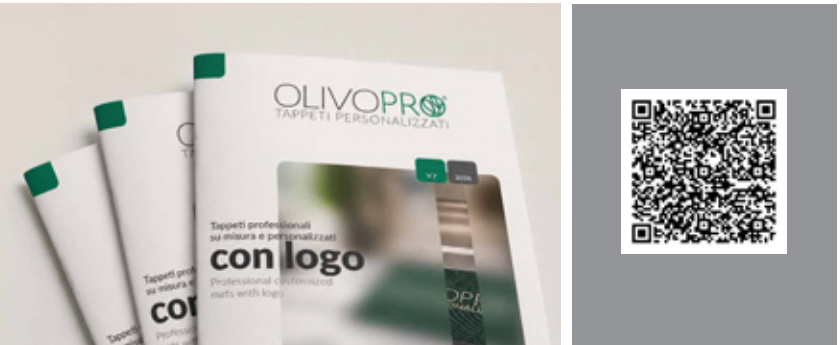
Communication investments continue. After announcing major new developments for customers and partners last year, Olivo Tappeti now unveils its new corporate website together with a completely redesigned B2B reserved area. The project was developed entirely by the company's in-house Marketing Department and aims to present the Olivo world in a clearer, more comprehensive, and more immediate way—showcasing not only products, but also expertise, services, research, and innovation. The new website is now even more streamlined and intuitive, allowing customers, retailers, and professionals to access product information and in-depth content with just a few clicks. The Store Locator also remains a key connection point, enabling users to quickly find their nearest Olivo retailer while giving dealers greater visibility through an interactive map. This creates a valuable link between the digital experience and the physical retail network, helping attract new customers. The B2B download area has also been significantly enhanced. Designed to better support the sales network and agents, it now offers an even more complete and user-friendly platform where catalogs, technical documentation, and commercial materials can be accessed and downloaded at any time, always updated with the latest collections and market requirements. Innovation at Olivo also means embracing technology. Today, the Group's websites already integrate Artificial Intelligence solutions to simplify navigation, improve access to information, and provide users with an increasingly efficient digital experience. The goal goes far beyond simply having an online presence. The new digital ecosystem has been designed as a practical working tool and a reliable point of reference for customers, partners, and industry professionals. Because better communication also means delivering better service.

Sfogliare il futuro.

OLIVO PRO PRESENTA IL NUOVO CATALOGO 2026

Browse the Future. Olivo Pro presents the new 2026 Catalog.

Vede la luce il nuovo catalogo 2026 di Olivo Pro, la specializzazione del Gruppo dedicata ai tappeti personalizzati per professionisti, attività commerciali e aziende. Ma sarebbe riduttivo definirlo semplicemente un aggiornamento delle collezioni di tappeti. Si tratta, invece, di un'evoluzione del brand e della sua capacità di rispondere alle esigenze del mercato professionale di oggi e domani. Nel nuovo catalogo trovano spazio tante soluzioni innovative, materiali e prodotti pensati per offrire ancora più possibilità a chi gestisce una struttura, uno studio, un laboratorio o una location. Un esempio? Tra le novità spicca Chicco di Riso, il tappeto progettato con una trama - bouclé - a puntini in rilievo simile al chicco di riso. È un tappeto tecnico, certificato al fuoco CFL-Si, pensato per la sicurezza oltre alle prestazioni e all'affidabilità nell'uso quotidiano. Un'idea vincente per negozi, uffici, locali commerciali e aree ad alto traffico. Olivo Pro ha raccolto un'offerta sempre più completa, frutto di una costante attività di ricerca e sviluppo e di una capacità produttiva che continua a crescere, permettendo al brand di gestire anche importanti forniture in serie e progetti multipli. Questo è il racconto di un'azienda che continua a evolvere la sua identità sul mercato con successo.



The new 2026 Olivo Pro Catalog is here, showcasing the Group's specialist brand dedicated to custom mats for professionals, commercial businesses, and companies. However, calling it simply an updated product catalog would not do it justice. It represents the evolution of the brand and its ability to meet the needs of today's—and tomorrow's—professional market. The new catalog features a wide range of innovative solutions, materials, and products designed to offer even greater possibilities for those managing businesses, offices, workshops, hospitality venues, and commercial spaces. One of the standout new additions is Chicco di Riso, a technical mat featuring a distinctive raised texture - bouclé- inspired by the shape of rice grains. Certified to the CFL-Si fire safety standard, it has been developed to deliver not only outstanding performance and reliability, but also enhanced safety in everyday use. It is an ideal solution for retail stores, offices, commercial environments, and high-traffic areas. The new catalog reflects an increasingly comprehensive product offering, the result of continuous research and development combined with growing manufacturing capabilities, enabling Olivo Pro to handle large-scale production runs and multiple custom projects. More than a catalog, it tells the story of a company that continues to strengthen and evolve its position in the professional market.



Momento del Festival di Sanremo con il palco allestito Olivo Pro.
A moment from the Sanremo Festival featuring the stage set up by Olivo Pro.

Il nostro tappeto tra i vip di Sanremo 2026

Our carpet among the stars of Sanremo 2026

Quest'anno Olivo è stata protagonista di Isola Sanremo, uno degli spazi più prestigiosi collegati al Festival di Sanremo 2026, dove artisti e special guest hanno partecipato a interviste e dirette. Al centro della scena anche un elemento speciale: un tappeto Olivo, superiore ai due metri, è diventato parte integrante dell'accoglienza all'Hotel Nazionale di Sanremo, a soli 500 metri dal celebre Teatro Ariston. Essere presenti in un contesto come questo significa portare il design italiano e il valore del nostro lavoro in una vetrina fatta di emozioni, comunicazione e creatività. Proprio come nella musica, anche nel mondo del tappeto ogni dettaglio contribuisce a creare un'esperienza. E quando il design sale su un grande palco, il risultato è una nuova occasione per raccontare chi siamo.

This year, Olivo took part in Isola Sanremo, one of the most prestigious venues associated with the Sanremo Festival 2026, where artists and special guests gathered for interviews and live broadcasts. At the heart of the venue was a distinctive feature: an Olivo carpet measuring over two metres, welcoming guests at the Hotel Nazionale Sanremo, just 500 metres from the iconic Teatro Ariston. Being part of such a high-profile event means bringing Italian design and the value of our craftsmanship to a stage defined by creativity, communication, and emotion. Just as in music, every detail contributes to creating a memorable experience. And when design takes centre stage, it becomes another opportunity to tell the story of who we are.



L'ORIGINALITÀ HA UNA FIRMA IN OLIVO PRO

ORIGINALITY HAS A NAME: OLIVO PRO

Ogni novità ha una cosa in comune: qualcuno l'ha immaginata per primo. Nel mondo del tappeto, essere originali significa avere il coraggio di cercare nuove strade, sperimentare materiali, sviluppare soluzioni e anticipare le esigenze del mercato. Per questo Olivo Pro ha scelto di aggiungere un nuovo elemento ai propri prodotti: il sigillo dell'originalità. Un simbolo che racconta un impegno preciso. Mettere la propria firma significa prendersi la responsabilità di ciò che si realizza, perché la qualità non si copia, ma si costruisce con ricerca, esperienza e lavoro quotidiano. Negli anni Olivo Pro ha continuato a investire nello sviluppo di nuovi materiali, nuove tecnologie e nuove proposte per il mercato. Il sigillo dell'originalità diventa così un messaggio semplice: dietro ogni tappeto c'è una storia, una competenza e una firma. La nostra.

Every innovation has one thing in common: someone imagined it first. In the world of carpets, originality means having the courage to explore new ideas, experiment with materials, develop innovative solutions, and anticipate the needs of the market. That is why Olivo Pro has introduced a new element to its products: the Seal of Originality. A symbol that represents a clear commitment. Putting our signature on every product means taking responsibility for what we create, because quality cannot be copied—it is built through research, expertise, and dedication every single day. Over the years, Olivo Pro has continued to invest in new materials, advanced technologies, and innovative solutions for the market. The Seal of Originality conveys a simple message: behind every carpet there is a story, a wealth of expertise, and a signature. Ours.

Artigianale e digitale, il nuovo lusso di Evoò

L'EVOLUZIONE DEL TAPPETO SU MISURA È FIRMATA PLATINUM CUSTOM RUGS

Craftsmanship meets digital innovation: the new luxury of Evoò. The evolution of bespoke carpets by Platinum Custom Rugs

Con la nuova collezione EVOO, Platinum Custom Rugs amplia il proprio concetto di tappeto personalizzato, introducendo per la prima volta la stampa digitale all'interno della sua proposta: una tecnologia che permette di realizzare grafiche, pattern e immagini personalizzate con grande precisione, aprendo nuove strade per il mondo dell'interior design. EVOO è lusso, è personalizzazione, è artigianalità e contemporaneità, ma non è solo creatività. È una collezione di tappeti pensati per rispondere alle esigenze dei progetti moderni, dove design e prestazioni devono convivere. Questi manufatti di lusso sono realizzati con materiali tecnici selezionati come poliammide PA 6.6, Luxury PA 6.6 e PES microfibra per offrire una superficie piacevole al tatto, con colori brillanti e un'elevata resistenza all'usura. Il motivo di questa scelta è presto detto: sono materiali adatti per ambienti ad alto calpestio, certificati ignifughi BFL-S1 per la loro resistenza al fuoco e quindi trovano applicazione anche in contesti contract, hospitality e spazi pubblici. Il risultato è una collezione capace di unire gradevolezza estetica, performance e affidabilità, offrendo ad architetti e interior designer uno strumento progettuale completo, sicuro, adatto a ogni tipo di ambiente. Perché il lusso, oggi, è anche la capacità di coniugare la bellezza con la funzionalità per tutte le destinazioni d'uso.

With the new EVOO collection, Platinum Custom Rugs expands its vision of the custom rug by introducing digital printing for the first time: a technology that enables highly precise reproduction of bespoke graphics, patterns, and images, opening up new creative possibilities for the world of interior design. EVOO is luxury, customization, craftsmanship, and contemporary design—but it is much more than creativity alone. It is a collection developed to meet the demands of modern projects, where aesthetics and performance must coexist. These luxury rugs are crafted using carefully selected technical materials, including PA 6.6 polyamide, Luxury PA 6.6, and PES microfiber, providing a soft, pleasant surface, vibrant colors, and exceptional wear resistance. The reason for this choice is simple: these materials are specifically suited for high-traffic environments and are certified to the BFL-S1 fire safety standard, making them ideal for contract, hospitality, and public spaces. The result is a collection that combines refined aesthetics, outstanding performance, and long-term reliability, offering architects and interior designers a complete, safe, and versatile design solution for any environment. Because today, true luxury also means combining beauty with functionality across every application.



Inquadra il QR e sfoglia la collezione Evoò.
Scan the QR code to browse the Evoò collection.

I nuovi tappeti di lusso arrivano dalla ricerca materica

CONTINUA LO STUDIO MATERICO E PROGETTUALE DI PLATINUM CUSTOM RUGS

New luxury carpets inspired by material innovation Platinum Custom Rugs continues its exploration of materials and bespoke design

Un tappeto si ispira sempre a un'idea. Ma per trasformarla in un manufatto di lusso, pregiato, artigianale come quello di Platinum Custom Rugs capace di durare nel tempo servono ricerca, esperienza e continua evoluzione.

La materia prima giusta è fondamentale per plasmare questa idea, ed è per questo che in Platinum Custom Rugs la ricerca materica è un percorso continuo, senza sosta, che parte dalla selezione delle fibre e arriva alla tessitura. I gusti cambiano, le esigenze mutano, oggi servono soluzioni più piacevoli al tatto, più resistenti, facili da mantenere e capaci di adattarsi agli ambienti contemporanei. Il brand di lusso di casa Olivo è sempre attento alla qualità dei filati come alla qualità progettuale, per trovare la soluzione giusta in ogni progetto di interior design.

Per Platinum Custom Rugs innovare significa questo: creare oggi le soluzioni che il design richiederà domani.

Every carpet begins with an idea. But transforming that idea into a handcrafted luxury piece—one that is refined, timeless, and built to last, like a Platinum Custom Rugs creation—requires research, expertise, and a constant drive to evolve. The right raw materials are essential to bringing that vision to life. That is why, at Platinum Custom Rugs, material research is an ongoing journey, beginning with the careful selection of fibres and continuing through every stage of the weaving process. Tastes evolve, lifestyles change, and today's interiors demand surfaces that are softer to the touch, more durable, easier to maintain, and perfectly suited to contemporary living. Platinum Custom Rugs combines an uncompromising approach to yarn quality with a strong design culture, ensuring the ideal solution for every interior design project. For Platinum Custom Rugs, innovation means creating today the solutions that design will demand tomorrow.



Il Lab Platinum Custom Rugs a Carmignano di Brenta.
The Platinum Custom Rugs Lab in Carmignano di Brenta.

OGNI ARCHITETTO MERITA UN PLATINUM CUSTOM RUGS

Il tappeto su misura delle idee

Every architect deserves a Platinum Custom Rugs. Bespoke carpets for inspired ideas

Quando il tappeto smette di essere solo un complemento d'arredo e inizia a dialogare con gli spazi, ad arricchire l'ambiente con materie prime, colori, proporzioni e dettagli allora diventa parte di una visione. E gli architetti e interior designer ringraziano. Platinum Custom Rugs sta trasformando il tappeto da semplice elemento a vero strumento progettuale d'interior design. Qui il lusso e l'artigianalità possono essere studiati su misura con esperienza, perché proprio l'esperienza permette di offrire al professionista la soluzione migliore e unica per il proprio progetto. Con l'arrivo della collezione Evoò, le possibilità di personalizzazione aumentano ancora: si può scegliere il filato, le cromie, le dimensioni, le texture, la costruzione annodata o taftata, insomma soluzioni via via diverse per rispondere a ogni esigenza estetica ed economica. Un tappeto Platinum non nasce per riempire uno spazio, ma per completare un'idea.



When a carpet stops being simply a furnishing accessory and begins to interact with a space—enhancing it through carefully selected materials, colours, proportions, and details—it becomes part of a design vision. And that is exactly what architects and interior designers are looking for. Platinum Custom Rugs is transforming the carpet from a decorative element into a true interior design tool. Here, luxury and craftsmanship come together to create bespoke solutions, backed by the expertise needed to deliver the perfect carpet for every project. With the introduction of the Evoò Collection, the possibilities for customization have expanded even further. Designers can choose fibres, colours, dimensions, textures, and construction techniques—from hand-knotted to hand-tufted—to meet every aesthetic, functional, and budget requirement. A Platinum Custom Rugs carpet is not created simply to fill a space. It is created to complete an idea.



METTI APPETITO AL CLIENTE.

Give your customers something to crave.



Più gusti, più scelta, più vendite
con Olivo Tappeti.

More styles, more choice, more sales.



📍 Via dell'Industria e dell'Artigianato, 22/B
35010 Carmignano di Brenta - PD - Italy
✉ info@olivotappeti.com
☎ 049 595 75 51

