

CRO MA TI CA

Formafantasma | Andrea Trimarchi & Simone Farresin

cediT





CROMATICA

Formafantasma | Andrea Trimarchi & Simone Farresin

6

Florim presenta CEDIT
Florim presents CEDIT

10

CEDIT: le ceramiche d'Italia
che hanno fatto storia
CEDIT: Italian ceramic tiles
that have shaped history

28

Autori:
biografia sintetica e opere
Authors:
brief biography and main works

37

Cromatica:
note sulla collezione
Cromatica:
notes on the collection

54

Domitilla Dardi
Analogico, digitale, cromatico.
Analogic, Digital, Chromatic.

64

Ambientazioni
Renderings

96

Gamma delle lastre ceramiche
Ceramic slab range

118

Schema di alcune composizioni
degli elementi in gamma
Some composition layouts
using the items in the range

148

Colori delle pitture e degli stucchi
consigliati dagli autori
Paint and grout colours
recommended by the authors

150

Informazioni tecniche
Technical information



CROMATICA
La collezione: il video
The collection: the video

Claudio Lucchese

Presidente Florim

Dopo una straordinaria stagione che ha visto il marchio protagonista di una sperimentazione materiale e stilistica senza precedenti, Florim rilancia CEDIT. Nato dalla volontà di esplorare nuove modalità espressive utili a caratterizzare la cultura dell'abitare, questa realtà è stata interprete di un'avventura unica nel panorama del Novecento, associando il suo nome alle prestigiose firme - tra gli altri - di Marco Zanuso, Ettore Sottsass, Enzo Mari, Alessandro Mendini, Sergio Asti, Emilio Scanavino, Mimmo Rotella, Gino Marotta, Achille e Pier Giacomo Castiglioni e del Gruppo Dam.

La CEDIT di oggi e del prossimo futuro, recupera e rilancia l'attitudine a collaborare con alcuni tra i nomi di maggior interesse della creatività contemporanea, dando vita a una serie di collezioni ceramiche ideate da autori italiani protagonisti di percorsi - di progetto e di pensiero - distinti e definiti da un taglio stilistico originale.

Le nuove proposte ceramiche, rigorosamente Made in Italy, sono il prezioso esito di un intenso dialogo tra artigianato e tecnologia, che si definisce anche attraverso un'espressività poetica di grande impatto; queste inedite interpretazioni materiche rinnovano l'idea di spazio architettonico, definendo raffinate visioni del luogo, del tempo, del vivere.

Claudio Lucchese

Chairman of Florim

Following an outstanding season in which Florim took the lead in an unprecedented experimentation on the materials and stylistic fronts, the brand is relaunching the CEDIT brand. Having been created with the desire to explore new methods of expression that could characterize the culture of lifestyle, this company made its mark on the 20th-century scenario in a unique adventure, associating itself with the prestigious names of Marco Zanuso, Ettore Sottsass, Enzo Mari, Alessandro Mendini, Sergio Asti, Emilio Scanavino, Mimmo Rotella, Gino Marotta, Achille and Pier Giacomo Castiglioni and the Gruppo Dam, among others.

The CEDIT of today and of the years to come is regaining and relaunching its aptitude for collaboration with some names of major relevance on the contemporary creative scene, giving rise to a range of ceramic collections devised by Italian artists who pursue design paths - both in project design and in ideas - that are distinct from one another and each defined by an original stylistic hallmark.

The new ceramic proposals, all strictly "Made in Italy", are the invaluable outcome of an intense dialogue between craftsmanship and technology, which is also defined through a poetic expressiveness of great impact; these brand-new interpretations of the material offer a new idea of architectural space, describing refined visions of place, of time and of living.



CEDIT

L'inizio di una nuova storia: il video
The beginning of a new story: the video

Stefano Torrenti

Amministratore Delegato Florim

L'idea del rilancio del marchio CEDIT nasce dall'ambizione di dare una nuova prospettiva di espressione ad una delle realtà manifatturiere più prestigiose e sperimentali nel panorama italiano del Novecento.

In piena coerenza con la filosofia Florim - ben sintetizzata dal nostro "Forti del passato, proiettati nel futuro" - intendiamo dare continuità alla straordinaria intuizione originaria di CEDIT, che guardava al dialogo con l'arte e con il design come a una necessità prioritaria per sviluppare innovative ricerche in ambito ceramico, desiderando nel contempo sviluppare una visione dell'architettura in cui gli elementi di rivestimento delle superfici possano essere ritenuti cruciali nel definire la qualità e il tenore dell'atmosfera di un ambiente abitabile.

La nuova stagione produttiva CEDIT si fa carico anche di un'altra necessità narrativa, riguardante l'intenzione di organizzare un racconto con il quale dare risalto all'eccellenza creativa italiana, al gusto e alla sensibilità artigianale che sono prerogative indiscusse delle migliori attività produttive del nostro Paese.

La nostra proposta, in questo senso, è programmaticamente chiara: CEDIT desidera mettere a disposizione dei migliori protagonisti della creatività della Penisola le proprie tecnologie e le proprie raffinate prassi operative.

Essere italiani significa, tra le altre cose, saper sviluppare relazioni e dialoghi utili a coniugare i talenti dei grandi artigiani con quelli dei grandi artisti; e l'italianità - intesa come genio artefice del prodotto, dalla sua ideazione sino alla realizzazione - è il concetto che meglio esprime l'essenza di CEDIT: italiana è l'origine del marchio, italiana è l'azienda che lo ha rilanciato sul mercato, italiani sono gli Autori selezionati per progettare le nuove collezioni, italiano il design e italiana è l'innovazione tecnologica di cui sono portatori i nostri prodotti.

Con CEDIT, guardiamo al nostro immediato futuro con l'intenzione di consolidare una tra le nostre migliori vocazioni: impiegare la nostra creatività per migliorare la qualità di vita delle persone, potendo e sapendo migliorare i caratteri degli spazi dove vivono, dove si relazionano con gli altri, dove trascorrono il loro tempo.

Stefano Torrenti

CEO Florim

The idea of relaunching the CEDIT brand was inspired by the desire to give new opportunities for expression to one of Italy's most prestigious, ground-breaking Twentieth Century manufacturers.

Consistently with the Florim philosophy, well expressed by our motto of "Based on a strong history, projected into the future", we aim to give continuity to CEDIT's amazing original inspiration. Unique in its time, it viewed dialogue with art and design as a *sine qua non* for the innovative research into ceramic tiles, while also seeking to develop a vision of architecture in which surface coverings would be considered crucial for defining the quality and mood of a residential interior.

CEDIT's new production period also fulfils another narrative function, setting out to tell a story that emphasises Italian creative excellence and the craftsman-like taste and sensitivity superlatively embodied by our country's leading manufacturers.

In this sense, our intentions are clear: CEDIT wishes to place its technologies and sophisticated operating procedures at the disposal of Italy's leading creative minds.

After all, Italians have a special flair for developing relationships and dialogues that combine the talents of great craftsmen with those of great artists, and Italian identity - in the sense of the spirit which has defined the product, from conception to realisation - is the concept which best expresses the essence of CEDIT: the brand is of Italian origin, it has been relaunched on the market by an Italian company, Italian artists have been selected to style the new collections, and both the products' design and the technological innovation they bring are Italian.

With CEDIT, we look to our immediate future with the aim of consolidating one of our greatest abilities: the capacity to use our creativity to improve people's quality of life, through the power and know-how to improve the character of the spaces where they live, relate to others and spend their time.

CEDIT: LE CERAMICHE D'ITALIA CHE HANNO FATTO STORIA

Il marchio CEDIT Ceramiche d'Italia è - da oltre cinquant'anni - sinonimo di sperimentazione applicata alla ricerca estetica e tecnica nell'ambito della ceramica. Marchio d'autore e azienda d'eccezione, la CEDIT ha saputo sviluppare negli anni un'attenzione unica alla pratica progettuale e alla tradizione manifatturiera del "fatto in Italia", avvalendosi delle firme più significative dell'architettura, dell'arte e del design - innanzitutto nazionale - e diventando esempio di come i valori dell'avanguardia creativa e la capacità inventiva possano combinarsi con il sapore della sapienza artigianale e della tecnologia industriale più avanzata, per un connubio virtuoso rivolto sempre a garantire l'eccellenza del prodotto.

La storia dell'azienda ha origini nel 1947, quando nasce CEDIL Ceramica di Lurago d'Erba S.p.A. con l'obiettivo di produrre piastrelle smaltate per realizzare rivestimenti in pasta bianca con colori uniformi, dal calibro costante e capaci di mantenere la planarità, anche migliorate grazie alla qualità degli smalti impiegati e alla loro capacità di resistenza al cavillo e all'attacco degli acidi.

Da allora, il tema di saper associare la qualità del processo di lavorazione alla durevolezza temporale del prodotto rappresenta uno dei punti di forza dell'azienda che, già nel 1948, attiva un impianto pilota con forno a tunnel di costruzione americana per la cottura del biscotto di ceramica. Alle prime piastrelle in formato 15 W 15 cm si sommano, nel corso degli anni Cinquanta, elementi con tagli più minuti - 7,5 x 15 cm e 10,8 x 10,8 cm - mentre si inizia a esplorare l'avvio di una produzione caratterizzata da dimensioni maggiori e, contemporaneamente, si lavora sulla poetica del decoro, inteso come vera e propria rivelazione artistica nella definizione di una rinnovata modalità di arredo della casa.

La ricerca sull'impiego di segni ornamentali applicati alla superficie ceramica condotta dalla CEDIL ha impulso con la prima linea disegnata dal noto grafico Albe Steiner, poi seguita da una lunga sequenza di episodi di collaborazione creativa che attribuisce al marchio e ai suoi prodotti una cifra distintiva fortemente originale, identificando un preciso stile visivo che viene riconosciuto oltre i confini nazionali in un lasso di tempo piuttosto ristretto; le prime partecipazioni dell'azienda a fiere e mostre sul territorio milanese sono il preambolo di un'attività di esportazione verso l'estero molto intensa, che ha i suoi punti di forza in Germania e Svizzera, così come in Argentina, Venezuela, Stati Uniti e Arabia Saudita.

Dal piccolo formato degli anni Cinquanta a quelli progressivamente più grandi dei periodi successivi, l'azienda intraprende un'avventura produttiva capace di seguire - e in molti casi anticipare - i linguaggi della sperimentazione decorativa della modernità,



Marco Zanuso, Zanuso 32, 1968

riuscendo a influenzare la sensibilità degli acquirenti e degli addetti del settore.

Da semplice decoro su piastrella, il segno grafico assume il valore di un vettore visivo che si esprime nella dimensione dell'architettura realizzata, dando sostanza e intensità agli ambienti e stabilendo nuove possibilità di relazione tra le superfici di calpestio orizzontali e i rivestimenti verticali.

Il desiderio di ampliare la gamma produttiva conduce ad esplorare una serie di possibilità che, nel 1954, portano l'azienda a confrontarsi con l'ideazione e la messa in commercio di elementi ceramici smaltati appositamente studiati, come l'iconica serie "SZ1" firmata dagli architetti Marco Zanuso e Alberto Scarzella e caratterizzata da una originale geometria curvilinea che permette molteplici associazioni tra i singoli elementi; la componibilità dei moduli e dei decori entra nel vocabolario del marchio e ne diventa, da qui in avanti, un tratto distintivo originale.

Nel 1955 la CEDIL rileva le Ceramiche Dester S.p.A. e ne deriva la CEDIS Ceramiche di Sicilia s.n.c. con sede nel quartiere palermitano di Tommaso Natale, dove si edifica un nuovo stabilimento produttivo su progetto di Zanuso.

Il nuovo gruppo - CEDIL-CEDIS - conta alla fine degli anni Cinquanta più di 300 dipendenti, garantendo una potenza produttiva di 2.200 mq/giorno di pavimenti e rivestimenti; è dal profitto di queste due società che nasce la CEDIT S.p.A., visivamente caratterizzata da un nuovo logotipo disegnato da Albe Steiner.

Negli anni Sessanta, oltre ad acquisire e incorporare altre realtà (la Ceramiche Trinacria di Messina e l'Italceramica di Baggio), la CEDIT conferma ufficialmente la scelta strategica, già in essere nella sua politica aziendale, di dare corso ad una stagione di collaborazioni con i migliori designer dell'epoca: l'obiettivo del marchio si configura nello strutturare un dialogo creativo tra produzione e progettazione, tra qualità tecnico-formali ed estetiche del prodotto, coltivando una costante attenzione all'evoluzione del proprio linguaggio, sia sul piano tecnologico sia su quello della ricerca visiva, con l'intenzione ultima di riattivare secondo rinnovate logiche un processo artigianale di dialogo tra progettista, realizzatore e utente.

Alla CEDIT si può riconoscere l'esercizio di una sensibilità e di una lungimiranza che si sono consolidate nel tempo anche grazie a intuizioni uniche nel settore della ceramica, prima fra tutte l'ideazione del premio "Piastrella d'Oro" in collaborazione con l'ADI - Associazione per il Disegno Industriale - che, dal 1956 al 1966, raccoglie e seleziona il miglior design italiano del settore ceramico in produzione. Con questo premio è data l'opportunità a giovani progettisti di relazionarsi con il mondo dell'impresa e di inserire nella logica di produzione criteri di sperimentazione e creatività.

Nel 1968 l'azienda introduce nel mondo della produzione ceramica un fattore di innovazione assoluta, realizzando un nuovo campionario che, combinando i decori della tradizione con i disegni concretamente innovativi di alcuni protagonisti del progetto moderno, interpreta e anticipa le necessità e il gusto dell'epoca: per la prima volta, un'azienda attiva nel campo della produzione di piastrelle di rivestimento si candida a interpretare la "moda dell'anno", suggerendo soluzioni funzionali e decorative per la casa che sono firmate da autori del calibro di Enzo Mari, Ettore Sottsass, Bob Noorda, Michele Provinciali, Joshitaka Sakuma, Bruno Binosi, Carmen Grusova-Rihova, Gilio Confalonieri, Franca Helg & Antonio Piva, Ferruccio Bocca, Sergio Asti e Marco Zanuso.

Nasce così la "Collezione 68", che rappresenta un unicum nella storia della ceramica e avvia un vettore di cambiamento epocale nel settore. La svolta è nella versatilità del disegno a parete concepito fuori da vincoli di ripetitività, con la possibilità di ottenere da un motivo unico più temi compositivi; questo fattore, tra gli altri, contribuisce a qualificare definitivamente l'attività di progetto della geometria e del motivo grafico del prodotto come un passaggio obbligato per la produzione industriale del materiale ceramico.

Nel 1970, l'avventura sperimentale della CEDIT prosegue con un altro episodio significativo: la mostra "16 giochi a parete", ospitata nel centro di esposizione milanese dell'azienda di via Verri 4, invita a riflettere su nuove possibilità di percezione delle superfici rivestite in ceramica, trattando il tema della parete come una "scacchiera" da comporre in molteplici combinazioni.

La mostra, eclettica e partecipata, presenta le proposte di un selezionato gruppo di creativi - designer, grafici e artisti - come Sergio Asti, Bruno Binosi, Severina Corbetta e Maria Grazia Caccini, Jean-Pierre Garrault, Salvatore Gregoriotti, Gino Marotta, Franco Mirenzi, Pietro Monti e Giulio Buonpane, Bob Noorda, Ornella Noorda, Pietro Salmoiraghi e Antonio Locatelli, ciascuna messa a disposizione del pubblico per "inventare" differenti possibilità combinatorie degli elementi. La CEDIT lancia un manifesto per un approccio nuovo alla statica e canonica visione della parete rivestita: le piastrelle in ceramica sono trattate alla stregua di tessuti o elementi mobili che si possono montare e smontare a piacimento, secondo il gusto del momento o assecondando l'istinto ludico del visitatore.

Con questo progetto espositivo, l'azienda consolida l'idea che favorire le collaborazioni con i creativi possa essere la strada vincente per un continuo rilancio del prodotto nel mercato. Ieri come oggi, la richiesta rivolta dalla CEDIT ad artisti,



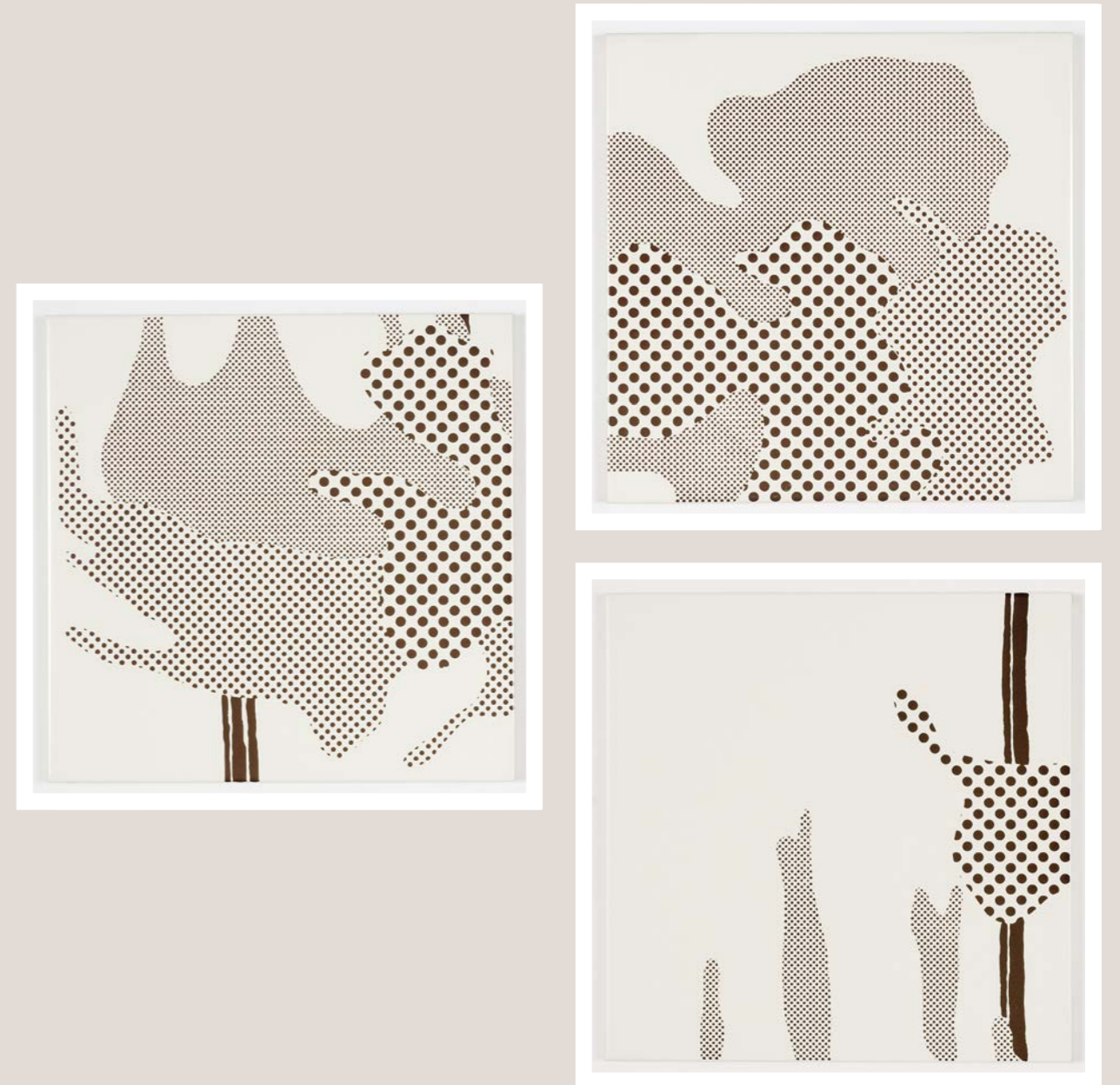
Marcello Pirro, Noè 927, 925, 1973

grafici, architetti e designer resta la medesima: guardare ai muri delle case, alle pareti, come superfici fantastiche, fogli da disegno sui quali rappresentare un'idea rivoluzionaria di libertà progettuale, di ambiente vivo e relazionato alla sensibilità dell'abitante e alle sue esigenze.

È così che per tutti gli anni Settanta la CEDIT percorre la linea della cooperazione interdisciplinare, mantenendo una certa distanza tecnico-estetica dai suoi concorrenti e sviluppando inediti concetti di componibilità per l'arredo ceramico; in questo periodo si esplorano varie possibilità decorative, rese uniche dai contributi di Mario Bellini, Giancarlo Iliprandi, Franco Grignani, Bruno Munari, Achille e Pier Giacomo Castiglioni, Grippo DAM e, con la "Serie pittori" del 1973, degli artisti Emilio Scanavino, Edival Ramosa, Mimmo Rotella, Mario De Luigi, Ross Littell, Guy Harloff, Marcello Pirro, Gino Marotta e Ken Scott.

Nel solco di questa tradizione, oggi sono chiamati nuovi autori a firmare il rilancio dell'azienda promosso da Florim, con collezioni nelle quali, se possibile, è ancora più manifesto l'interesse per la sperimentazione dei linguaggi. CEDIT mette nuovamente a disposizione la sua sapienza artigianale, approcciando il tema delle grandi lastre ceramiche per realizzare un prodotto in grado di innovare l'idea di spazio architettonico, il senso del luogo e del tempo, del vivere.

Appartenenti alla scena contemporanea nazionale dell'eccellenza progettuale e artistica, i designer e gli architetti Barbara Brondi & Marco Rainò (BRH+), Marco Casamonti (Archea Associati), Martino Gamper, Matteo Nunziati, Andrea Trimarchi & Simone Farresin (Formafantasma), Giorgia Zanellato & Daniele Bortotto, e gli artisti Giorgio Griffa e Franco Guerzoni interpretano sul formato privilegiato delle ampie lastre ceramiche un'idea di superficie libera e di materia reinventata. Alle sei nuove collezioni - "Matrice", "Metamorfosi", "Frammenti", "Tesori", "Cromatica", "Storie", "Euridice", "Archeologie" - si aggiungeranno nel tempo altre riflessioni progettuali, forti di un invito a intendere la decorazione ambientale come un'inesauribile possibilità, ovvero un'occasione per confrontarsi con lo spazio umano e dialogare con esso.



Sergio Asti, *Asti 37*, 1971

CEDIT: ITALIAN CERAMIC TILES THAT HAVE SHAPED HISTORY

The CEDIT Ceramiche d'Italia brand has been synonymous for over fifty years with ground-breaking experimentation in the design and technology of ceramic coverings. An outstanding design and corporate brand, over the years CEDIT has successfully developed a unique focus on the process of design and the Italian manufacturing tradition, with inputs from the leading names in architecture, art and design (mainly Italian) and providing an example of how the values of the creative avantgarde and the capability for invention can combine with the flavour of skilled craftsmanship and the very latest industrial technology, in a positive combination always focused on guaranteeing product excellence.

The company's history began in 1947, when CEDIL Ceramica di Lurago d'Erba S.p.A. was founded with the aim of manufacturing white-body ceramic wall tiles with uniform colour, constant working size and the ability to maintain flatness, even further improved by the quality of the glazes used and their resistance to crazing and acid attack.

From then onward, the successful association of crafted quality and product durability became one of the company's strong points, and as early as 1948 it installed a pilot plant with an American-built tunnel kiln for firing the ceramic tile body. The first tiles in 15 x 15 cm size were followed during the Fifties by smaller-sized tiles - 7.5 x 15 cm and 10.8 x 10.8 cm - while the groundwork for the production of large tile sizes was carried out and, simultaneously, work was conducted on the poetics of decoration, conceived as a genuine artistic revelation and the key to a new approach to home design.

CEDIL's research into the use of ornamental signs applied to ceramic surfaces received strong encouragement from the first line designed by famous graphic artist Albe Steiner, followed by a long sequence of creative associations which gave the brand and its product a highly original, distinctive identity, with a clearly defined visual style that quickly gained recognition even beyond Italy's borders; the company's first appearances at fairs and exhibitions in and around Milan were the preamble for an intensive export trade, focusing in particular on Germany and Switzerland, Argentina, Venezuela, the United States and Saudi Arabia.

From the small tile sizes of the Fifties to the gradually larger and larger sizes of later periods, the company engaged in a production adventure which responded to - and in many cases kept ahead of - the experimental decorative languages of modernity, actually shaping the taste of purchasers and industry professionals.

Rather than mere decoration applied to the tile, graphics became a visual vector,



Marco Zanuso, *Zanuso 31*, *Zanuso 31 Alfa*, *Zanuso 31 Beta*, 1968

expressed within the context of the architectural project itself, giving substance and intensity to interiors and establishing new potentials in the relationship between floors, pavings and wall coverings.

The commitment to expanding the production range led to the exploration of a series of options, culminating, in 1954, in the design, production and marketing of custom-designed ceramic pieces, such as the iconic “SZ1” series styled by the architects Marco Zanuso and Alberto Scarzella, featuring original curved geometric forms allowing the single elements to be combined in a large number of different ways; modularity of tile sets and decorative motifs became part of the brand’s vocabulary, and henceforward it was to be one of its most distinctive original traits.

In 1955 CEDIL took over Ceramiche Dester S.p.A. to create CEDIS Ceramiche di Sicilia s.n.c., with its headquarters in the Tommaso Natale district of Palermo, where a new plant was built to Marco Zanuso’s design.

At the end of the Fifties the new group - CEDIL/CEDIS - had more than 300 employees, providing a production capacity of 2,200 m²/day of floor and wall tiles; these two companies were then united to form CEDIT S.p.A., visually identified by the new logo designed by Albe Steiner.

In the Sixties, as well as taking over more companies (Ceramiche Trinacria of Messina and Italcera of Bareggio), CEDIT officially confirmed the strategy, already included in its corporate policy, of launching a series of partnerships with the top designers of the time. The brand’s intention was to establish a creative dialogue between production and design, and between the product’s technical-formal and aesthetic qualities, by cultivating a constant focus on the evolution of its language, in terms of both technology and visual experimentation, with the overall aim of reactivating, in a modern key, the dialogue between designer, maker and user integral to the craft production process.

CEDIT can be credited with exercising a sensitivity and farsightedness that were consolidated over time, thanks in part to inspired ideas completely new to the ceramics industry, first and foremost, the creation of the “Piastrella d’Oro” award in association with the ADI – Associazione per il Disegno Industriale [Industrial Design Association], which brought together and selected the best Italian ceramics industry design in production from 1956 to 1966. This award gave young designers the chance to gain direct experience of the world of business, and allowed criteria of experimentation and creativity to become part of the logic of production.

In 1968 the company introduced an absolute novelty into the ceramics industry

by creating a new sample collection which combined traditional decorations with genuinely innovative designs by leading modern designers, responding to and shaping the needs and taste of the period. It was the first time a ceramic wall tile manufacturer had set out to interpret the “year’s fashions”, by suggesting functional, decorative home design solutions styled by artists of the calibre of Enzo Mari, Ettore Sottsass, Bob Noorda, Michele Provinciali, Joshitaka Sakuma, Bruno Binosi, Carmen Grusova–Rihova, Gilio Confalonieri, Franca Helg & Antonio Piva, Ferruccio Bocca, Sergio Asti and Marco Zanuso.

The result was “Collezione 68”, a one-off in the history of ceramic coverings that was to usher in a new era in the industry. The major change was in the versatility of wall covering design, breaking away from repetitiveness, with the potential for building up a variety of compositional themes from a single motif; amongst other results, this development helped to make geometric design and product graphics an essential phase in the industrial production of ceramic materials.

CEDIT’s ground-breaking work continued in 1970 with another key project: the “16 giochi a parete” [“16 wall games”] exhibition hosted at the company’s Milan showroom, at Via Verri 4, which invited visitors to reflect on new possible perceptions of ceramic-clad surfaces, viewing the wall as a “chessboard” to be built up using a wide variety of combinations.

This eclectic and very popular exhibition contained ideas by a select group of creative talents - designers, graphic designers and artists - including Sergio Asti, Bruno Binosi, Severina Corbetta and Maria Grazia Caccini, Jean-Pierre Garrault, Salvatore Gregoriotti, Gino Marotta, Franco Mirenzi, Pietro Monti and Giulio Buonpane, Bob Noorda, Ornella Noorda, Pietro Salmoiraghi and Antonio Locatelli, each of which visitors could use to “invent” different possible combinations. CEDIT launched a manifesto for a new approach to the traditional, static concept of the wall with decorative cladding: ceramic tiles were used like fabrics or movable items which could be fitted and removed exactly as preferred, in response to the visitor’s current taste or instinct for play.

This exhibition project reinforced the company’s conviction that partnerships with creative talents could be a successful strategy for continual promotion of the product’s market visibility. In the past as in the present, what CEDIT asks artists, graphic designers, architects and stylists to do has always been the same, and this project urged them to view the walls of the home as imaginary surfaces, empty sheets on which they could express a revolutionary idea of design freedom and style a



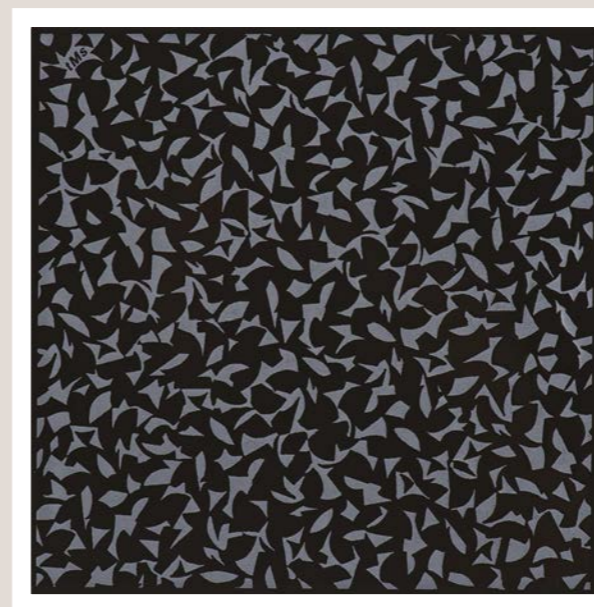
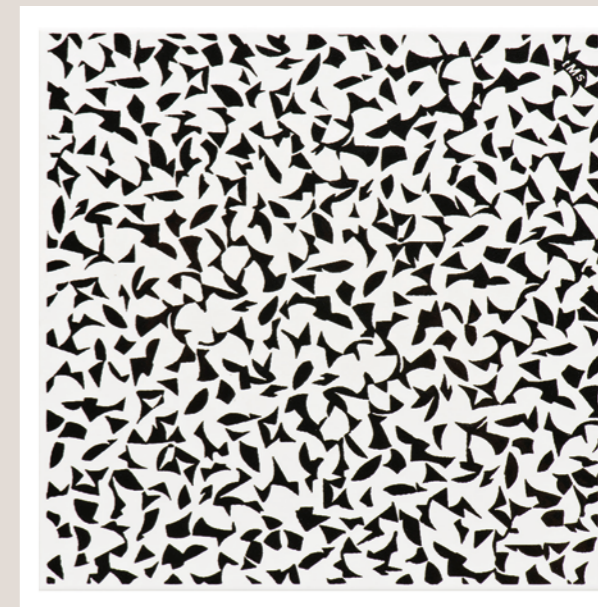
Gianni Dova, *Linee*, 1976

vibrant interior in tune with person who lived there and his or her needs.

Therefore, throughout the Seventies CEDIT continued this interdisciplinary approach, staying ahead of its competitors in terms of stylistic technique, developing original concepts of modularity for ceramic coverings: during these years, a variety of decorative options were explored, made unique by inputs from Mario Bellini, Giancarlo Piretti, Franco Grignani, Bruno Munari, Achille and Pier Giacomo Castiglioni, the DAM Group and, with the “Serie Pittori” in 1973, from artists Emilio Scanavino, Edival Ramosa, Mimmo Rotella, Mario De Luigi, Ross Littell, Guy Harloff, Marcello Piro, Gino Marotta and Ken Scott.

In keeping with this tradition, for the company’s relaunch by Florim new designs have been commissioned from new talents, in collections where a focus on experimental use of languages is, if possible, even more evident. CEDIT once again puts its craftsman-like expertise on the line, in large ceramic slabs, for the realisation of a product that will innovate the very idea of architectural space, the sense of place and time: the “feel” of life.

Outstanding figures on the contemporary Italian design and arts scene, designers and architects Barbara Brondi & Marco Rainò (BRH+), Marco Casamonti (Archea Associati), Martino Gamper, Matteo Nunziati, Andrea Trimarchi & Simone Farresin (Formafantasma), Giorgia Zanellato & Daniele Bortotto, and artists Giorgio Griffa and Franco Guerzoni, use the great potential of the large ceramic slab format to interpret an idea of a free surface and reinvented matter. Over time, the six new collections - “Matrice”, “Metamorfosi”, “Frammenti”, “Tesori”, “Cromatica”, “Storie”, “Euridice”, “Archeologie” - will be joined by additional reflections on ceramic design, inspired by an invitation to view interior decoration as an inexhaustible possibility, an opportunity for analysing and dialoguing with human space.



Sottsass Associati, *Alphard Bianco*, *Alphard Nero*, 1993

«Questo lavoro rappresenta una riflessione sul colore; è, soprattutto, una proposta utile a trasferire la moltitudine di toni cromatici tipici della produzione artigianale all'interno di un progetto prodotto su grande scala.»

— Andrea Trimarchi & Simone Farresin

«This work represents a reflection on colour, and above all a proposal on how to transfer the multiplicity of shades typical of a hand-crafted piece into a project produced on a large scale.»

FORMAFANTASMA

ANDREA
TRIMARCHI
&
SIMONE
FARRESIN

Amsterdam
NEDERLAND



Formafantasma | Andrea Trimarchi & Simone Farresin

Andrea Trimarchi (Bolzano, 1983) e Simone Farresin (Malo, 1980), duo di designer italiani con sede ad Amsterdam, sono i fondatori dello studio Formafantasma.

Il loro interesse per la progettazione di prodotti si alimenta e sviluppa frequentando il Master presso la Design Academy di Eindhoven, dove si laureano nel luglio del 2009. Da allora, Formafantasma ha sviluppato un'opera coesa, caratterizzata da investigazioni sperimentali sulla materia, portate a termine esplorando argomenti quali il rapporto tra la tradizione e l'identità locale, l'approccio critico alla sostenibilità e il significato degli oggetti in quanto dispositivi di relazione culturale.

Nel percepire il loro ruolo di progettisti come attivatori di connessioni tra gli ambiti pratici e teorici dell'artigianato e dell'industria, sono interessati a dare forma e consistenza ai legami che pongono in relazione gli oggetti con i loro utilizzatori.

Formafantasma ha ricevuto incarichi da un ampio ventaglio di committenze, tra le quali si ricordano Fendi, Max Mara-Sportmax, Hermes, Lexus, Flos, Droog, Established and Sons, Nodus, J&L Lobmeyr, Gallery Giustini-Stagetti/Galleria O. Roma e Gallery Libby Sellers.

Il loro lavoro è stato presentato e pubblicato a livello internazionale; il MoMA di New York, il Victoria and Albert Museum di Londra, il Metropolitan Museum di New York, il Chicago Art Institute, il TextielMuseum di Tilburg, lo Stedelijk's-Hertogenbosch, il MUDAC Lausanne, il Mint Museum of Craft and Design in North Carolina e il MAK Museum di Vienna hanno acquisito i loro progetti per le rispettive collezioni permanenti.

Nel 2011, Paola Antonelli - Senior Curator del MoMa di New York - e Alice Rawsthorn - critica di fama internazionale - hanno incluso lo studio in un ristretto gruppo di professionisti che avrebbero influenzato il futuro del design.



Craftica (Wolffish stool, Studs stool, Salmon stool)
per | for Fendi
Roma - Italia
2012



Charcoal
per | for "Confrontation"
Vitra Design Museum
Weil am Rhein - Deutschland
2012

Formafantasma | Andrea Trimarchi & Simone Farresin

Andrea Trimarchi (Bolzano, 1983) and Simone Farresin (Malo, 1980), two Italian designers based in Amsterdam, are the founders of the Formafantasma studio.

Their interest in product design arose and grew as they attended the Master Degree course at the Design Academy in Eindhoven, where they graduated in July 2009. Since then, Formafantasma has created a coherent body of work characterised by the experimental investigation of matter, exploring topics such as the relationship between tradition and local identity, the critical approach to sustainability, and the meaning of objects as devices for cultural relations.

Perceiving their design mission as the activation of connections between the practical and theoretical aspects of crafts and industry, they are interested in giving form and consistency to the relationships that link objects to their users.

Formafantasma has received commissions from a wide variety of clients including Fendi, Max Mara-Sportmax, Hermes, Lexus, Flos, Droog, Established and Sons, Nodus, J&L Lobmeyr, Gallery Giustini-Stagetti/Galleria O. Roma and Gallery Libby Sellers.

Their work has been presented and published internationally: the MoMA in New York, the Victoria and Albert Museum in London, the Metropolitan Museum in New York, the Chicago Art Institute, the TextielMuseum in Tilburg, the Stedelijk Museum's-Hertogenbosch, the MUDAC Lausanne, the Mint Museum of Craft and Design in North Carolina and the MAK Museum in Vienna have acquired their designs for their respective permanent collections.

In 2011, Paola Antonelli - Senior Curator at the MoMA in New York - and Alice Rawsthorn - an internationally famous critic - included their studio amongst the small group of professionals they believed would influence the future of design.

Moulding Tradition
per | for Gallery
Libby Sellers
London - United Kingdom
2010



Botanica
per | for
Fondazione Plart
Napoli - Italia
2011



Small Pillar, Big Pillar
(De Natura Fossilium)
per | for Gallery
Libby Sellers
London - United Kingdom
2014



Porcellains (Delta)
per | for
Giustini / Stagetti
Galleria O. Roma
Roma - Italia
2016



Magnifier (Delta)
per | for
Giustini / Stagetti
Galleria O. Roma
Roma - Italia
2016



Colore test 3
(Anno Tropic)
"Foundation"
Spazio Krizia
Milano - Italia
2017

CRO MA TI CA

cedit
CERAMICHE D'ITALIA



Gli autori:
spunti e suggestioni personali

The authors:
individual input and concepts

**La composizione sonora, la tessitura armonica, la trama ritmica.
I rapporti aurei della classicità.
La visionaria intensità degli immaginari popolari.
L'incanto metafisico del paesaggio vulcanico.
Le luci del Sud Italia, il cielo sul Mediterraneo.**

Musical composition, interwoven harmonies, rhythmic pattern.
The golden ratios of classical design.
The visionary intensity of images from the folk tradition.
The metaphysical spell of volcanic landscapes.
The bright light of southern Italy, the Mediterranean sky.

La collezione:
motivi di ispirazione

The collection:
inspiration motifs

Le atmosfere e le temperature della Sicilia.
L'interazione della luce con la materia.
L'iridescenza della madreperla.
Il cangiante in natura.
La magnificenza del sapere fare artigianale.

The moods and heat of Sicily.
The interaction between light and matter.
The variable, gleaming hues of mother-of-pearl.
Natural iridescence.
The magnificence of skilled craftsmanship.





**La collezione:
suggerioni cromatiche**

The collection:
colour concepts

**La Dea Iride: l'arcobaleno è il suo ponte tra terra e cielo.
Lo sfumato, le innumerevoli gradazioni del colore puro.
I riverberi del perlaceo.
Amalgame di metalli; le tinte argentee delle leghe.
Le vellutate cromie dei fiori, dei loro petali.**

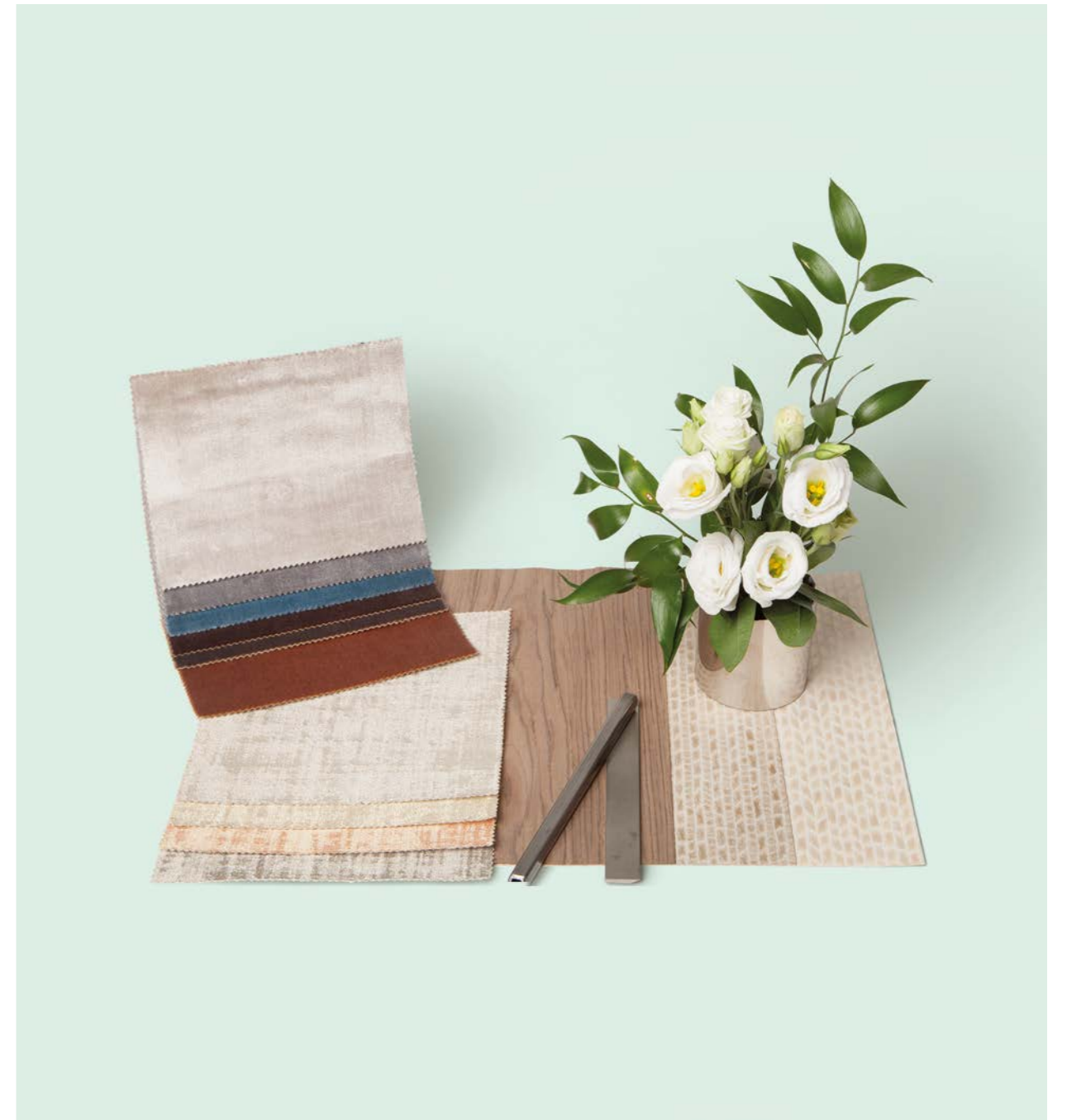
The Goddess Iris: the rainbow is her bridge between earth and heaven.
Variable shades, the countless gradations of pure colour.
The echoes of pearly white.
Amalgamated metals: the silvery hues of alloys.
The velvety colours of flowers and their petals.

**La collezione:
materie coordinabili**

The collection:
compatible materials

**L'opacità dell'acciaio satinato.
Il calore del legno naturale.
La ricca profondità del velluto.
Le sete: il brillante dalle tinte neutre.
La granulare fisicità dell'intonaco.**

The dull shine of brushed steel.
The warmth of natural wood.
The rich depth of velvet.
Silks: gleaming in neutral shades.
The tactile grain of plaster.





La collezione ceramica Cromatica

La costante e progressiva ingegnerizzazione dei processi di produzione della ceramica per l'architettura ha reso possibile la realizzazione di formati sempre più grandi e la messa a punto di sistemi di calibrazione del colore più precisi, anche utili a ottenere delle lastre di materia caratterizzate da tinte straordinariamente vivaci e brillanti; contestualmente, una sempre più precisa meccanizzazione controllata dei cicli di fabbricazione ha contribuito a rendere del tutto impercettibili le potenziali, minime imperfezioni del prodotto finito; se per un verso questo dato ha condotto al positivo esito di raggiungere standard qualitativi del tutto inimmaginabili nel recente passato, per l'altro ha sovente sollecitato una riflessione supplementare sul rischio - insito in un prodotto modulare e seriale praticamente "perfetto" - di minimizzare, o annullare del tutto, la pur stimolante *varietas* visiva che la ripetizione sequenziale degli imprecisi manufatti ceramici di un tempo originavano.

Con la collezione *Cromatica*, Formafantasma indaga inedite possibilità date dal "fattore colore" nella produzione ceramica contemporanea e, nel contempo, risponde all'esigenza di ottenere dei campi continui di rivestimento che, tecnicamente perfetti, siano connotati dall'interessante possibilità di originare composizioni di singoli pezzi mai monotone.

L'intera collezione - realizzata in differenti formati - prevede sei colori base, resi attraverso due tipologie di finitura superficiale (una naturale, l'altra lucida); il ciclo produttivo delle lastre combina diverse tecnologie per ottenere, sulla grande superficie del singolo pannello ceramico, un ricco "atlante" di sfumature e tonalità: i piccoli formati in collezione, veri e propri "ritagli" della lastra di dimensioni maggiori, una volta combinati tra di loro - anche in modo casuale - originano composizioni distinte da una grande varietà di toni, grazie alle quali realizzare ambienti caratterizzati da miscele cromatiche uniche e originali.

Lo sviluppo della cartella colori sviluppata in *Cromatica* è frutto di un'accurata riflessione progettuale, che i Formafantasma hanno portato a termine anche grazie allo studio di alcuni materiali degli archivi CEDIT; nel novero delle ispirazioni iniziali che hanno stimolato la creatività dei due designer - impegnati in una proposta progettuale che potesse coniugare il passato del marchio con il suo prossimo futuro - un posto di rilievo merita certamente l'importante lavoro di "catalogazione cromatica" espresso dalla collezione di ceramiche smaltate "41 Colors" ideata da Ettore Sottsass per l'azienda alla fine del secolo scorso.



The Cromatica ceramics collection

The gradual, constant engineering of the production processes of architectural ceramics has made it possible to manufacture larger and larger sizes and develop more and more precise colour gradation systems, which also produce slabs of material in amazingly bright, shiny colours; at the same time, increasingly accurate controlled mechanisation of manufacturing cycles has helped to make the potential, minimal flaws in the finished product completely imperceptible. On the one hand, this has had the beneficial outcome of quality standards absolutely inconceivable until the recent past, but on the other it has often led to worries about the risk - intrinsic in a virtually “perfect” modular, mass-produced product - of minimising, or even completely eliminating, the stimulating visual variety once created by the sequential repetition of ceramic tiles when every one had its own, individual flaws.

With the *Cromatica* collection, Formafantasma investigates fresh possibilities provided by the “colour factor” in contemporary ceramics manufacturing, while at the same time meeting the need to provide continuous spreads of covering, technically perfect but still offering the fascinating potential for compositions of individual pieces which are never monotonous.

The entire collection - produced in a variety of sizes - includes six basic colours, with two types of surface finish (one natural, the other glossy); the slab production cycle combines different technologies to deliver a rich lexicon of shades and gradations on the large surface of a single ceramic panel: the small sizes in the collection, “offcuts” from the larger slabs, are combined - even at random - to create compositions with a wide variety of colours, for design schemes featuring unique, original chromatic blends.

The colour range developed for *Cromatica* is the outcome of in-depth design work conducted by Formafantasma with the aid of materials from the CEDIT archives; amongst the initial inspirations which stimulated the two designers’ creativity in their search for a concept which could combine the brand’s past with its near future, pride of place must definitely go to the major “colour catalogue” work provided by the “41 Colors” collection of glazed tiles, designed for the company by Ettore Sottsass at the end of the last century.





Cromatica: note sulla collezione | Cromatica: notes on the collection



Scarica il Libro d'Autore completo

Per approfondire gli ulteriori contenuti (gamma lastre e decori, informazioni tecniche, schemi di posa e colori consigliati di stucchi e pitture) è possibile scaricare il Libro d'Autore completo [qui](#) o all'indirizzo www.florim.com/it/cedit/cataloghi/.

Download the complete Author's book

For further contents (slab and decor range, technical information, composition layouts and recommended grout and paint colours) you can download the complete Author's book [here \(www.florim.com/en/cedit/catalogs/\)](http://www.florim.com/en/cedit/catalogs/)

