**Florim und CEDIT auf der Milano Design Week, 6. -12. Juni**

Von Montag, dem 6. Juni, bis Sonntag, dem 12. Juni, findet die Milano Design Week statt, mit Teilnahme von Florim und CEDIT, die auf dem wichtigsten Event für internationales Design zwei unterschiedliche Installationen zeigen.

**FLORIM | DESIGN EXPRESSIONS**

Florim präsentiert sich erstmals als **Produktmarke**. Das Ansehen, der Wiedererkennungswert und die Preise, die das Unternehmen in den letzten Jahren weltweit gewonnen hat, sind das Ergebnis einer Strategie zur Aufwertung der Marke. Diese Entwicklung erreicht heute ihren Höhepunkt und überträgt definitiv alle Werte der Unternehmensmarke auf das Produkt. Florim umfasst offiziell die historischen Handelsmarken (Rex, Casa dolce casa – Casamood, Floor Gres, Cerim) und überträgt diese in design expressions: ***Luxury***, ***Creative***, ***Architectural*** und ***Contemporary***.

Für die Ausstattung des Stands auf der Möbelmesse und im Showroom im Foro Buonaparte hat Florim den Architekten und Designer Matteo Nunziati mit der Ausarbeitung und Umsetzung eines spontanen Projekts beauftragt. Vier unterschiedliche Interpretationen des Raums, geeint durch den gemeinsamen Nenner ***Nachhaltigkeit***. Luxury design, Creative design, Architectural design und Contemporary design finden durch unterschiedliche Sprachen, Lebensstile und Materialien ihre Stärke in ihrem gegenseitigen Dialog.

Bei der Ausstattung von Nunziati sind die großformatigen Platten der neuen Kollektionen **Heritage Luxe** und **Nature Mood** die Hauptdarsteller, flankiert von Earthtech/ und Match-Up.

**DOWNLOAD** **CEDIT Press Kit** –[**Florim\_Salone - Fuorisalone 2022**](https://florimgroup-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/comunicazione_florim_it/EtMgacMBIc1KlndI9Rpx0BEBN8Vphz8wFeeppSkBkG0hgQ?e=FowJ6T)

**CEDIT | NEW FUTURE TREASURES**

Ein **virtuelles Museum** lädt ein zu einer neuen Erfahrung der Nutzung von Kunst und Design. CEDIT – Ceramiche d’Italia erkundet mit einem digitalen Projekt das **Metaversum**: eine Kunstausstellung, die in Form von non fungible tokens (NFT) die 10 Kollektionen der Marke präsentiert und eine Brücke zwischen dem innovativen Ansatz von Florim und der experimentellen DNA des Markenzeichens CEDIT darstellt.

New Future Treasures ist eine Kunstgalerie, die zum Spazio CEDIT gehört und als virtuelle Erfahrung auf dem Smartphone, Tablett oder anderen Geräten ihre Fortsetzung findet. Zehn **Keramikplatten** präsentieren sich als „**Fundstücke der Zukunft**“ in einer Landschaft, in der sich Verweise und Symbole finden, die auf die historischen Ruinen des Klassizismus Bezug nehmen. Eine gedämpfte und verdunkelte Umgebung im Spazio CEDIT bildet das Eingangsportal zum virtuellen Museum, das über einen **großen Bildschirm** besucht werden kann.

Mit diesem Projekt betrachtet CEDIT die Welt der Kunst und des Designs durch die Linse der Innovation, ohne jedoch den ihr innewohnenden poetischen Gehalt zu vernachlässigen, der seine Ursprünge in der Kultur des Schönen, der Kunst, des Designs und der Architektur hat.

**DOWNLOAD** **CEDIT Press Kit** –[**Florim\_Salone - Fuorisalone 2022**](https://florimgroup-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/comunicazione_florim_it/EtMgacMBIc1KlndI9Rpx0BEBN8Vphz8wFeeppSkBkG0hgQ?e=FowJ6T)

**FLORIM SPA SB**

Inspiriert von einer tiefen Leidenschaft für Schönheit und Design produziert Florim seit über 60 Jahren Keramikoberflächen, die alle Anforderungen des Bauwesens, der Architektur und der Inneneinrichtung erfüllen. Das von Claudio Lucchese, dem Sohn des Gründers Giovanni Lucchese, geleitete Unternehmen hat eine Vergangenheit, die fest im Keramikdistrikt verwurzelt ist, und eine Gegenwart als internationaler Trendsetter der Branche. Die Gruppe beschäftigt weltweit rund 1.400 Mitarbeiter und erwirtschaftet mit den Marken FLORIM, CEDIT und FLORIM stone einen Umsatz von mehr als 480 Millionen Euro. Mit hochmodernen Produktionsstätten, Vertriebsgesellschaften und Partnerschaften in Europa, Amerika und Asien sowie einer Reihe von Flagship-Stores und Mono-Brand-Showrooms ist das Unternehmen in den wichtigsten Designbezirken der Welt (Mailand, New York, Moskau, Singapur, Frankfurt, London, Abu Dhabi, Paris, Rom) positioniert. Die auf Qualität, Innovation und Nachhaltigkeit ausgerichtete Strategie des Unternehmens vereint sich mit dem kreativen Elan und der Leidenschaft seiner Mitarbeiter, um den als "Made in Italy" bekannten Wert in "Made in Florim" zu verwandeln. Nach einer Satzungsänderung und der Umwandlung in eine Benefit Corporation erhielt Florim 2020 die B-Corp-Zertifizierung und ist seit 2022 Mitglied von Altagamma, der Stiftung, die eine Elite italienischer Unternehmen vereint, die als Botschafter des italienischen Lifestyles in der ganzen Welt gelten.