

AR
AL
DI
CA

Federico Pepe

cediT



cedit
CERAMICHE D'ITALIA



ARALDICA

Federico Pepe

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

Autore:
biografia sintetica e opere
Author:
brief biography and main works

37

Araldica:
note sulla collezione
Araldica:
notes on the collection

54

Paolo Ferrarini
Federico Pepe e la disciplina delle idee
Federico Pepe and the discipline of ideas

64

Ambientazioni
Renderings

96

Gamma delle lastre ceramiche
Ceramic slab range

124

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

138

Colori delle pitture e degli stucchi
consigliati dall'autore
Paint and grout colours
recommended by the author

140

Informazioni tecniche
Technical informations



ARALDICA
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

Florim presenta CEDIT

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 nel motto "Forti del passato, proiettati nel futuro" - si intende 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 Paese.

La proposta del marchio, 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 tutti i prodotti.

Con CEDIT, Florim guarda all'immediato futuro con l'intenzione di consolidare una tra le sue migliori vocazioni: impiegare la 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.

Florim presents CEDIT

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 the motto of "Based on a strong history, projected into the future", the aim is 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 the country's leading manufacturers.

In this sense, the brand's 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, Florim looks forward an immediate future with the aim of consolidating one of its greatest abilities: the capacity to use 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 x 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,

Bob Noorda, *Noorda 22*, 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 Boreggio), 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 1961 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.

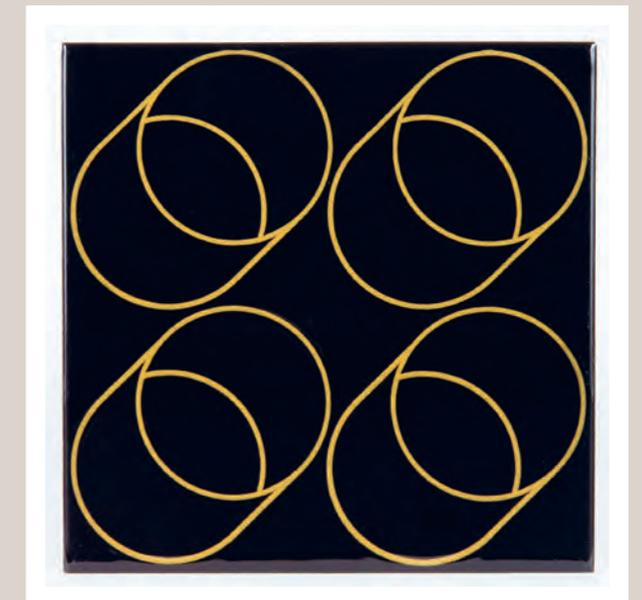
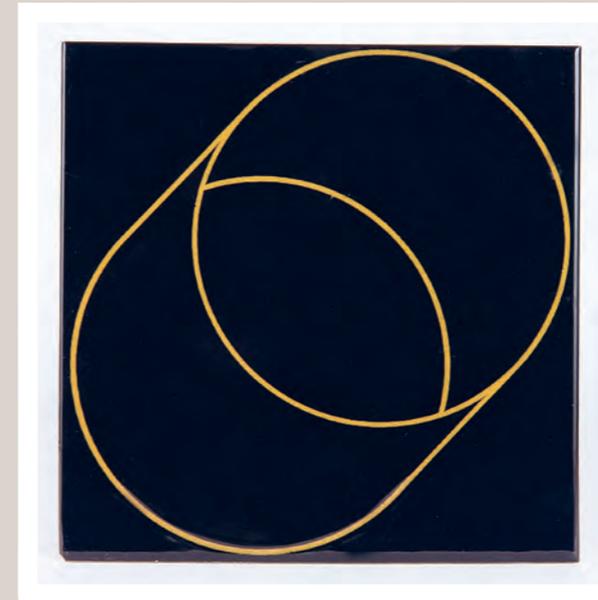
Nel 1968 l'azienda introduce nel mondo della produzione ceramica un fattore di innovazione assoluta, realizzando un nuovo campionario che, combinando i decori della tradizione con i disegni concretamente innovativi di alcuni protagonisti del progetto moderno, interpreta e anticipa le necessità e il gusto 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 Mirenyi, 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,



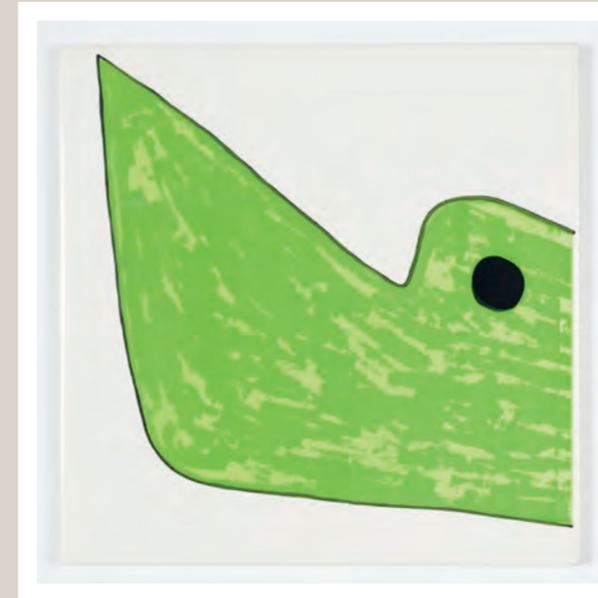
Franco Mirenyi, 43 - 44 Beta, 1972

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, Gruppo 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, gli architetti e gli artisti selezionati, interpretano sul formato privilegiato delle ampie lastre ceramiche un'idea di superficie libera e di materia reinventata. Alle collezioni in essere, 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.



Marcello Pirro, Noè 925, Noè 927, Flutti, 1973

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 1961 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



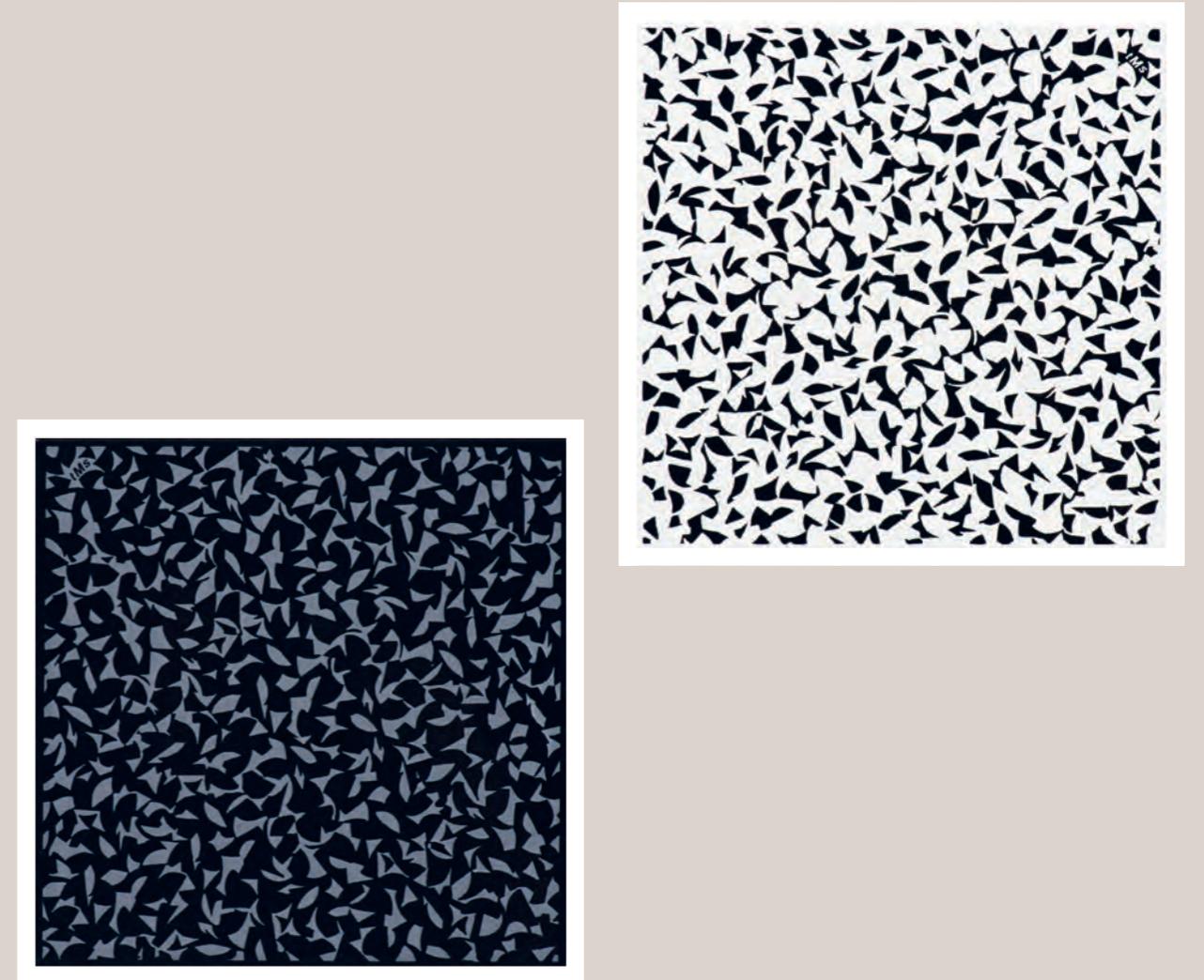
Gino Marotta, *Marotta 42*, 1971

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, architects and artists, use the great potential of the large ceramic slab format to interpret an idea of a free surface and reinvented matter. Over time, the now existing collections 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.

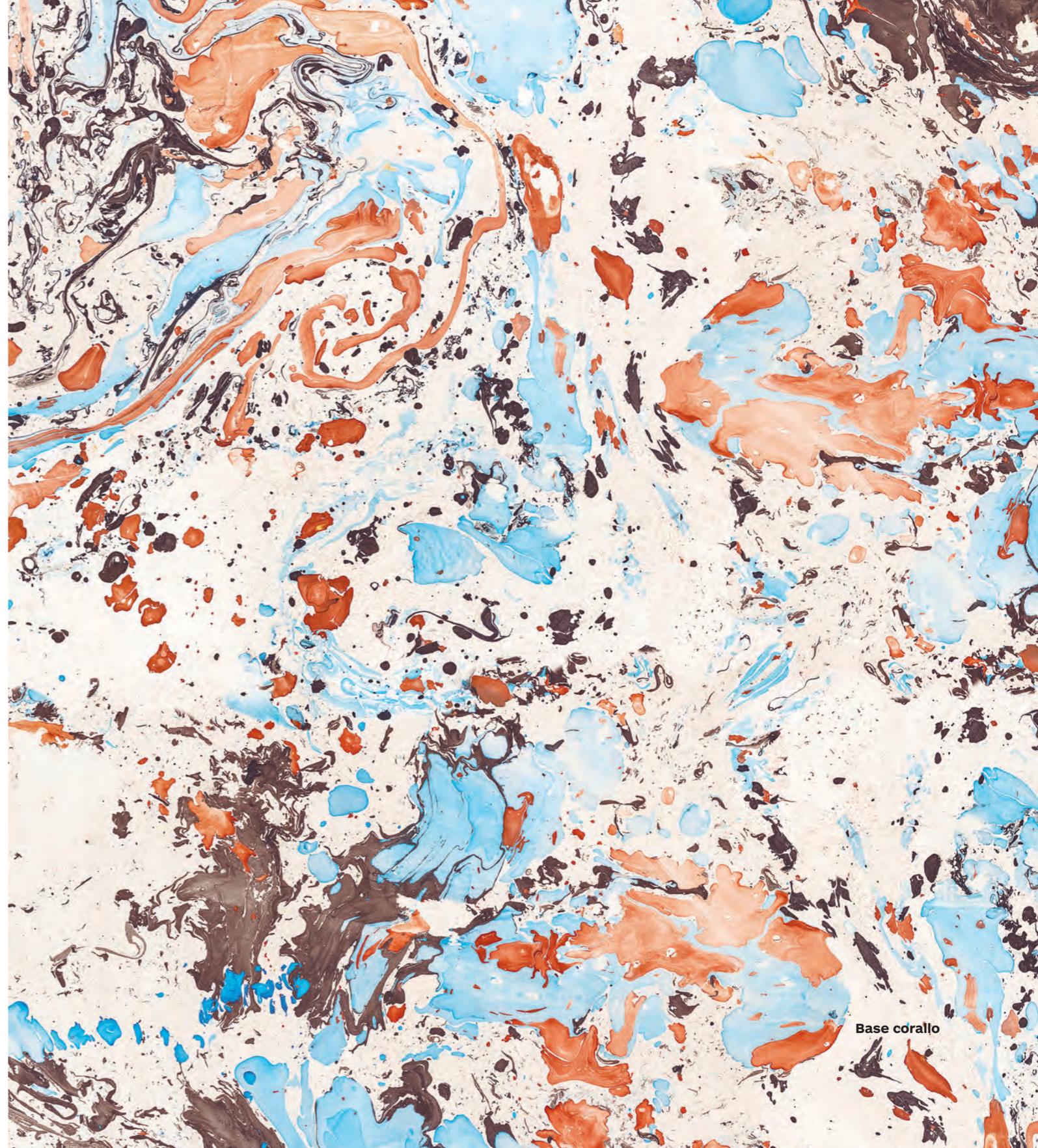


Sottsass Associati, *Alphard Bianco*, *Alphard Nero*, 1993

«La collezione propone l'idea di una lotta, di uno scontro: tra un qualcosa di molto rigido ed impostato e la variabile della carta marmorizzata, che intende essere totalmente libera.»

— Federico Pepe

«The collection is intended to create a struggle, a fight. Between something very stiff, which sees itself as governed by clear rules, and a variable, marbled paper, which aims to be completely free.»



Base corallo

FEDERICO PEPE

Milano
ITALIA



Federico Pepe

Federico Pepe (Omegna, 1976) è un artista poliedrico che riconosce alla comunicazione il valore di una piattaforma culturale risultante da un intreccio tra discipline.

Educato a muoversi liberamente tra diverse pratiche, nel corso degli anni ha definito un lavoro personale orientato ad abbattere le ideali separazioni tra arte, pubblicità e design, assumendo un'identità cangiante e fluida data dall'essere qualificabile – indistintamente – come artista, editore, operatore culturale, designer e creativo in genere.

Nel 2006, inaugura il progetto editoriale e l'omonimo spazio espositivo indipendente *Le Dictateur*, oggi considerato uno delle operazioni culturali più interessanti del panorama artistico contemporaneo italiano.

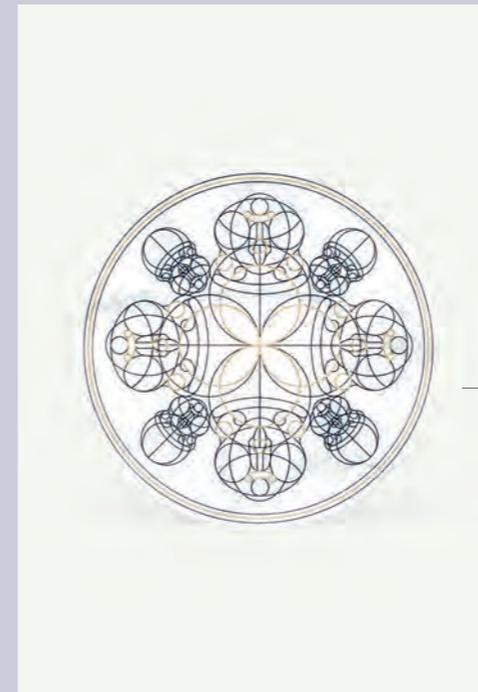
Selezionato dal MoMa per partecipare alla mostra *Millennium Magazine* e da Tate Modern per *No Soul for Sale*, il progetto *Le Dictateur* esprime una ricerca multiforme che ha avuto molteplici modalità – e occasioni – di rivelarsi al pubblico e tra le quali si annoverano gli spettacoli prodotti a New York presso lo spazio espositivo Family Business e a Parigi al Palais de Tokyo.

Nel 2016, Maurizio Cattelan cura un'edizione speciale del progetto editoriale *Le Dictateur – FAQ / Le Dictateur n. 5* – creato per celebrarne il decimo anniversario.

Dopo dieci anni come Executive Creative Director delle agenzie DLV BBDO e PROXIMITY BBDO, e dopo aver lavorato per importanti marchi internazionali quali Prada, Ray Ban, Mercedes Benz, Martini, Rolling Stone, Yamaha e Pearson Group, oltre a Editions Milano, CC-Tapis, Seletti e Frette, oggi Federico Pepe è fondatore e CEO di Le Dictateur Studio.

Nel 2015 è finalista del prestigioso *Premio del Curato* organizzato dalla Fondazione Prada e dall'Autorità del Museo del Qatar.

Eyes in Chains
CC Tapis
2016



Marblelous
Editions Milano
2018

Federico Pepe

Federico Pepe (Omegna, 1976) is a multi-faceted artist who views communication as a cultural platform created by the mingling of disciplines.

With an education that enables him to move freely between different fields, over the years he has built up a very personal body of work intended to break down the conceptual separations between art, advertising and design, assuming a fluid identity which appears to escape definition, as he could equally well be described as an artist, publisher, cultural figure, designer, or simply creator tout court.

In 2006 he opened the publishing product and associated exhibition space *Le Dictateur*, now viewed as one of the most interesting cultural projects on the contemporary Italian artistic scene.

Selected by MoMa to take part in the *Millennium Magazine* exhibition and by Tate Modern for *No Soul for Sale*, the *Le Dictateur* project, expressing an approach worked out in a multiplicity of forms, has been revealed to the public in different ways – and on a variety of occasions – including the performances staged at the Family Business exhibition space in New York and at the Palais de Tokyo in Paris.

In 2016, Maurizio Cattelan curated a special edition of the *Le Dictateur* publishing project – *FAQ / Le Dictateur n. 5* – created to celebrate its tenth anniversary.

After ten years as Executive Creative Director of the DLV BBDO and PROXIMITY BBDO agencies, working for top international brands such as Prada, Ray-Ban, Mercedes-Benz, Martini, Rolling Stone, Yamaha and Pearson Group, not to mention Editions Milano, CC-Tapis, Seletti and Frette, Federico Pepe became founder and CEO of *Le Dictateur Studio*.

In 2015 he was a finalist in the prestigious *Curate award* organised by Fondazione Prada and the Qatar Museums Authority.

*I Got Nervous Waiting
For You*
Ritorni di immagine
Galleria Cardi
2005

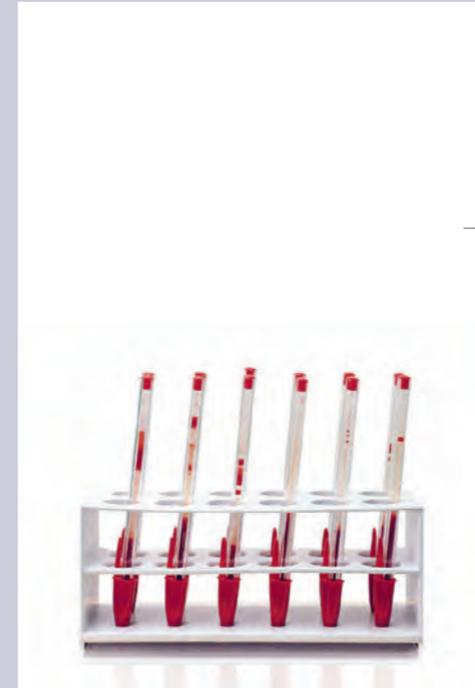


Another Fucking Day
La nuova generazione
artistica in Italia
Assan One - Milano
2004

Credenza
Patricia Urquiola &
Federico Pepe
Editions Milano
2016



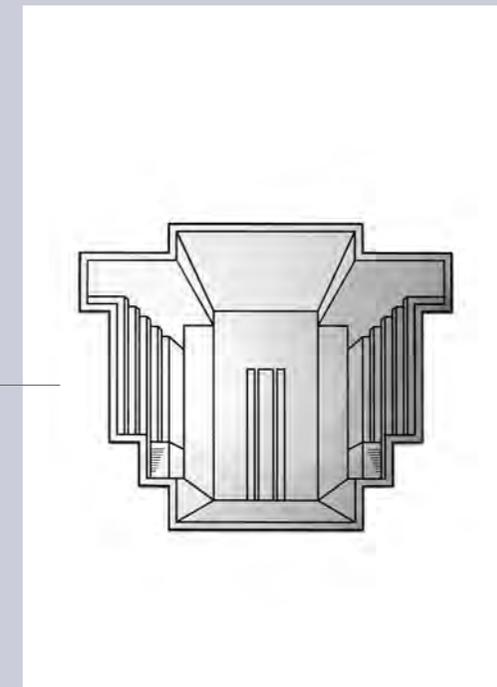
The Biographer
2003

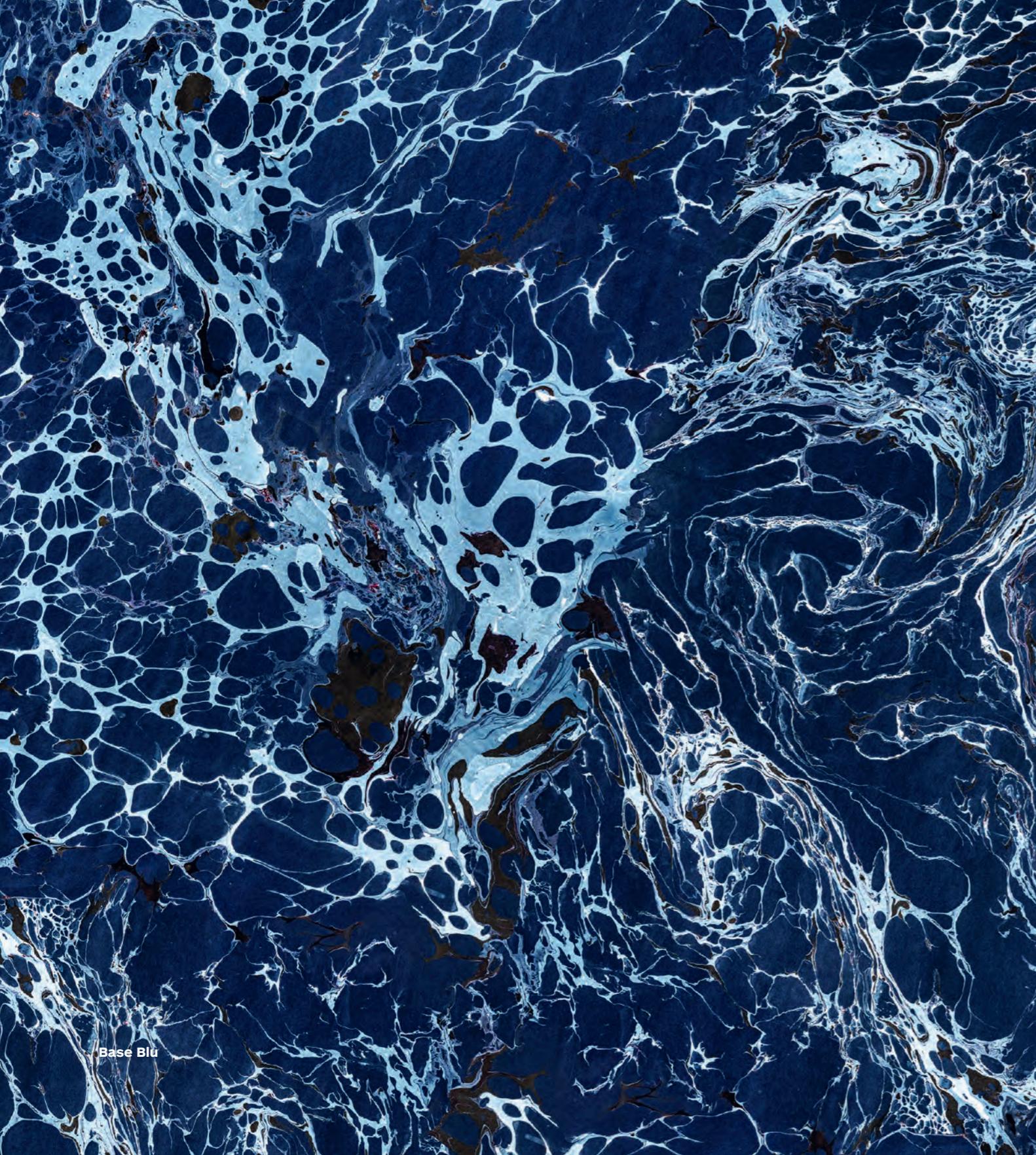


I Am Wasting My Time
Galleria Le Dictateur
2014



Something to Reflect On
Editions Milano
2018





Base Blu

AR AL DI CA

cedit
CERAMICHE D'ITALIA



L'autore:
spunti e suggestioni personali

The author:
individual input and concepts

Il tratto, la grafia: il disegno, la tipografia.
I caratteri degli alfabeti: unità minime di composizione.
Le parole scritte da Marcel Duchamp.
Le trame sonore; gli impulsi sonori.
La suggestiva espressività delle istantanee fotografiche.

Drawing, handwriting: design, printing.
The characters of alphabets: minimal composition units.
The written words of Marchel Duchamp.
Interwoven sounds: bursts of sound.
The intriguing expressiveness of snapshots.

La collezione:
motivi di ispirazione

The collection:
inspiration motifs

Le carte marmorizzate.
I blasoni, gli stemmi, le insegne.
I pigmenti: l'infinito spettro delle loro cromie.
La modulare ripetizione in natura.
La geometrica precisione della tipometria.

Marbled papers.
Coats-of-arms, crests, insignia.
Pigments: the infinite spectrum of their colours.
Modular repetition in nature.
The geometrical precision of printed lettering.





**La collezione:
suggerimenti cromatiche**

The collection:
colour concepts

**La solidità delle monocromie.
La tinta satura, piena, assoluta.
Gli effetti psichedelici dei colori in sospensione.
Le giustapposizioni tra tinte, non la loro miscela.
L'arcobaleno: la luminosità propria delle tinte nello spettro visibile.**

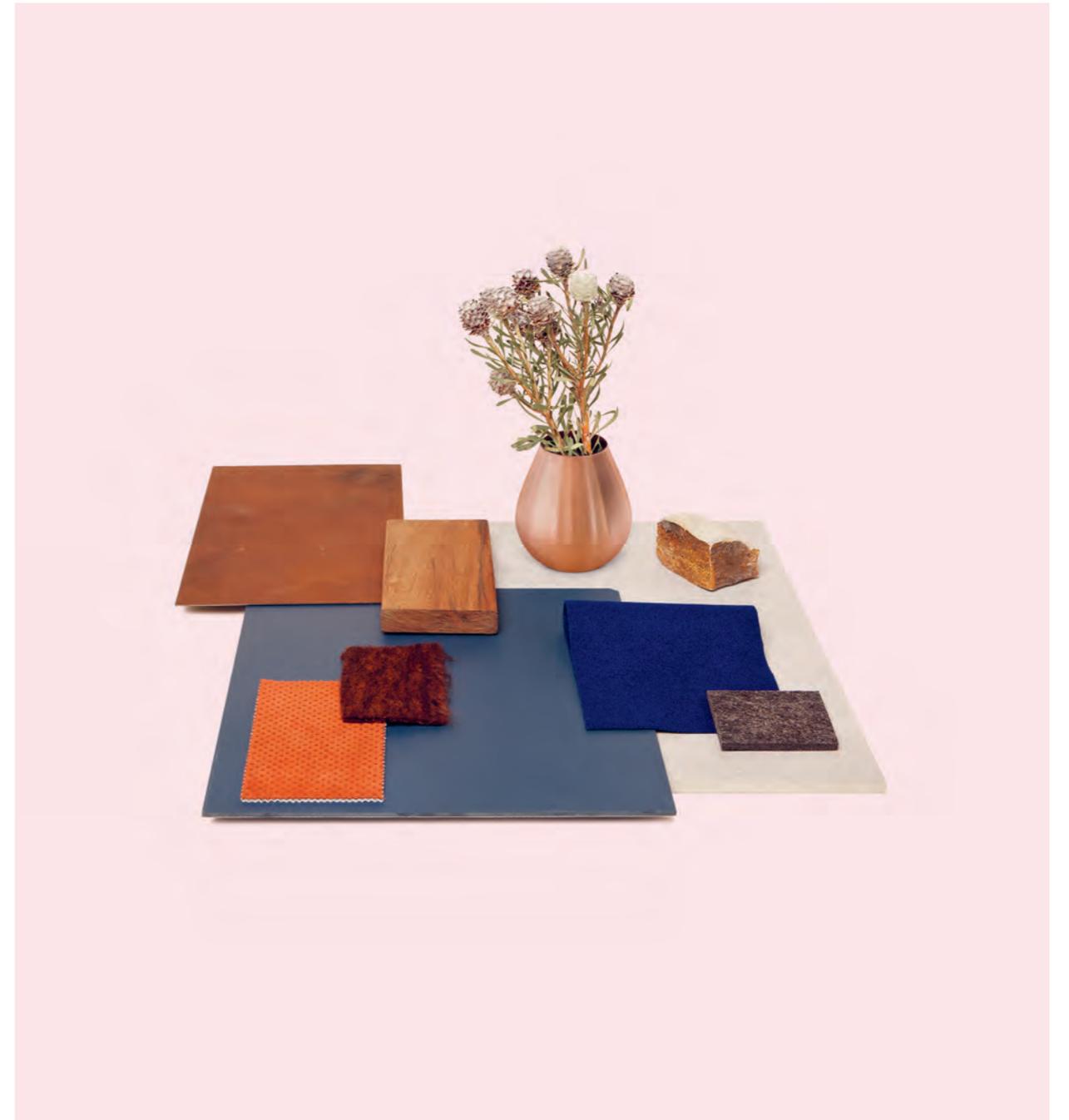
The solidity of monochrome colours.
Saturated, full, absolute shades.
The psychedelic effects of suspended colours.
Juxtaposed, not blended, shades.
The rainbow: the intrinsic luminosity of the colours of the visible spectrum.

**La collezione:
materie coordinabili**

The collection:
compatible materials

**Le materie crude, naturali.
L'intonaco non finito.
La densa fisicità del legno.
I ferri ossidati.
I feltri compatti; i tessuti fibrosi.**

Raw, natural materials.
Unfinished plasterwork.
Densely physical wood.
Rusted iron.
Compact felts and fibrous fabrics.





La collezione ceramica Araldica

Federico Pepe, creativo a tutto campo, esprime attraverso la collezione *Araldica* alcuni dei temi che, nel tempo, hanno contraddistinto e qualificato il suo lavoro.

Immaginata come l'esito di un processo d'invenzione artistica, la collezione nasce da un *mélange* di stimoli. Sulla macro-dimensione della grande lastra di rivestimento ceramico a parete, le tessiture visive elaborate da Pepe assumono la configurazione, ipnotica e affascinante, di una miscela cromatica variegata ispirata a quella delle tradizionali carte marmorizzate: impiegate per lo più in editoria – e, più nello specifico, nella legatoria artistica – queste carte sono ottenute mediante una tecnica decorativa antica, attraverso la quale creare innumerevoli coaguli di colore per emulare le infinite venature e mazzature delle superfici del marmo.

Su queste basi, estroverse e di forte impatto, alcune delle soluzioni disegnate da Pepe prevedono la giustapposizione di due distinte grafiche lineari centrate rispetto alla geometria della lastra: la figura di un “blasone” – uno stemma simile ad uno scudo composito, che allude all'immaginario dell'araldica – e la forma di una “clessidra”, originata dalla contrapposizione di due triangoli isosceli.

La ripetizione di queste geometrie sui diversi fondi marmorizzati, segue uno schema che ricorda preziose tecniche d'intarsio e risulta utile a generare un intrigante carosello di percezioni visive allusive: il prodotto risultante, secondo le intenzioni del suo autore, si distingue per un impianto grafico estremo che rimanda al tema dell'alterazione del senso della vista – incluso quello dell'allucinazione – definendo una collezione ceramica di assoluta originalità espressiva.

Le soluzioni pensate a completamento della gamma hanno un tono differente: originate dal desiderio di “mettere in scena” un voluto contrasto con le ceramiche di rivestimento policromatiche, queste lastre sono connotate da un'assoluta neutralità di tinta che assume le frequenze grigie del cemento. Monocromatiche, oppure distinte da una sottile traccia colorata che riprende – in maniera stilizzata – le geometrie del “blasone”, queste materie fanno da inatteso contrappunto alle soluzioni riccamente decorate, anche con la volontà di creare scenari ambientali da comporsi avendo a disposizione una tavolozza di suoni – istintivo il rimando al mondo dell'espressione sonora – a diversa modulazione.

Con *Araldica* Federico Pepe genera un'intuizione creativa che, oltre a definire i canoni estetici di una nuova “psichedelia da camera”, indaga inedite formule di influenza percettiva tra il materiale ceramico decorato e l'individuo.



The Araldica ceramics collection

In the *Araldica* collection, multi-faceted creative spirit Federico Pepe expresses some of the themes fundamental to the character and quality of his work over time.

Conceived as the outcome of a process of artistic invention, the collection arises from a *mélange* of stimuli. On the vast scale of large ceramic wall covering slabs, Pepe's visual textures acquire the hypnotic, fascinating configuration of a variegated mixture of colours, inspired by those of traditional marbled papers. Used mainly in publishing or, more specifically, artistic bookbinding, these papers are produced using a very old decorative technique, in which a vast number of "clots" of colour emulate the infinite vein and dappling patterns of the surface of marble.

On these extrovert, high-impact backgrounds, some of Pepe's designs juxtapose two different graphic linear motifs, geometrically centred on the slab: a "coat-of-arms" – a crest rather like a composite shield, alluding to the imagery of heraldry – and an "hourglass" shape, consisting of two opposing isosceles triangles.

These geometric forms are repeated on the different marbled backgrounds in a pattern that recalls the exquisite techniques of marble inlay, generating an intriguing carousel of allusive visual perceptions. As its creator intends, the resulting product has an extreme graphic impact, referencing the topic of a disordered sense of sight – including hallucination – to evolve a ceramic collection with absolute originality of expression.

The solutions provided to complete the range are in a different tone: reflecting the desire to "stage" a clear contrast with the multicolour ceramic wall coverings, these slabs are in completely neutral shades, in the grey frequencies of concrete. Monochrome, or with a subtle coloured motif that is a stylised version of the "coat of arms", these materials offer an unexpected counterpoint to the richly decorated slabs, providing interior designers with a whole range of sounds (a metaphor that instinctively comes to mind) with different modulations.

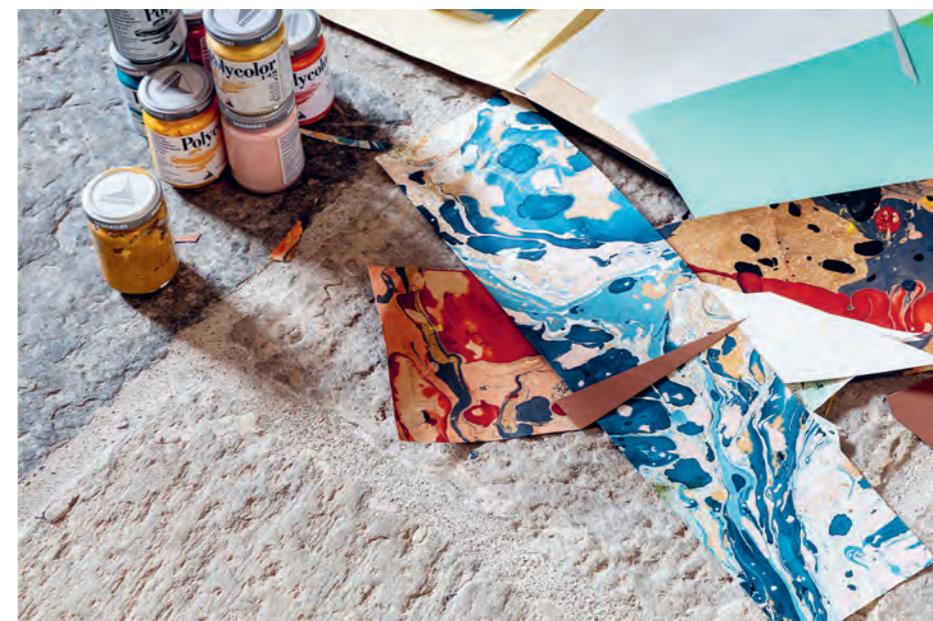
In *Araldica*, Federico Pepe sends us a creative message that not only defines the aesthetics of a new "interior psychedelia" but also investigates unusual formulae for perceptive interaction between decorated ceramics and the individual.







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



FEDERICO PEPE E LA DISCIPLINA DELLE IDEE

PAOLO FERRARINI

Professore e giornalista

“C’era una volta un imperatore romano che viveva su una gigantesca scheggia nello spazio, un’astronave di marmo policromo pervasa di musica techno. Quel giorno la lasciò per andare a cena da Re Sole in groppa al suo drago, un sinuoso essere dorato dagli occhi rosso sangue.”

Se esistesse un libro con questo incipit, la copertina l’avrebbe disegnata Federico Pepe. E se dal testo nascesse un film, ne sarebbe certamente regista e scenografo. Federico non è né scrittore, né regista, né scenografo, ma questo non gli impedisce di mettere a frutto la sua naturale capacità di creare storie per lampi di immagini.

Il viaggio di Federico Pepe inizia con la pubblicità, una tradizione di famiglia che piano piano si trasforma per diventare molto altro, in una costante e inevitabile esplorazione della creatività in tutte le sue possibili forme. Infatti, ben presto si rende conto che il lavoro su commissione non gli basta e inizia a esplorare altro. Questo “altro” dapprima diventa arte, ma i meccanismi consolidati che muovono gallerie e galleristi si trasformano ben presto in un nuovo limite dal quale liberarsi: da apparente orizzonte che allarga, si rivelano essere una gabbia che limita, non un processo che approfondisce ma un’etichetta che definisce. E proprio le definizioni sono una delle cose che meno descrivono Federico: chi cercasse di distillare in due parole il suo lavoro, ne vedrebbe svanire l’essenza. Resta il fatto che sono molti i ruoli che ha ricoperto, le professioni che ha scelto per dare forma alle sue idee, nelle quali si è distinto. Ha creato e gestito gruppi di lavoro e ha vinto premi. Pubblicitario, direttore creativo, grafico, tipografo, gallerista, editore, curatore, performer, pittore, designer, regista: Pepe non è tutto questo, Pepe fa tutto questo.

Lo fa, lo costruisce, lo rende concreto perché non è guidato dal solo istinto e non è vittima del capriccio flâneur, non corre senza meta e non resta in attesa dell’ispirazione o dell’idea del secolo. Al contrario. Il suo lavoro vive e produce risultati solo grazie a una rigorosa disciplina personale, un metodo progettuale fatto di confronto costante, divisione precisa di compiti e ruoli, esplorazione forsennata di ambiti sconosciuti, attività fisica quotidiana, uso calibrato dei social network, isolamento occasionale nelle sue montagne. Non a caso ha fatto nascere *Le Dictateur*, un’entità bifronte che può essere suo figlio ma anche suo

direttore spirituale, tanto amico quanto capo, un po' furore e un po' dittatore. *Le Dictateur* non è l'alter ego di Federico: è il suo superpotere. Non rappresenta una maschera, bensì il suo farsi progetto.

È risultato e causa del lavoro di Federico Pepe. “Penso che le idee nascano dalla predisposizione - mi ha rivelato Federico nel 2014 - Non nel senso che “siamo nati predisposti”, ma per la preparazione quotidiana. In questo ambito credo che la disciplina sia fondamentale. I veri talenti oggi sono persone molto rigorose, quelli che lavorano sodo, scambiano molto, pensano molto e sanno come bilanciare molte cose diverse”. Un atteggiamento che lo ha reso il segreto meglio custodito della scena creativa italiana, come ben sanno Pierpaolo Ferrari, Maurizio Cattelan, Nico Vascellari, Jacopo Benassi, Patricia Urquiola, ma anche le piccole e grandi aziende che lo hanno coinvolto negli anni. Con tutti loro ha collaborato e continua a collaborare, ha progettato ponendo le basi di progetti che si esprimono per loro natura a episodi, secondo una serialità che non solo costruisce passo passo il percorso di Federico, ma consente a chi lo sceglie di dare vita a progetti talmente speciali che senza di lui sarebbero quasi impossibili.

Questa disciplina genera calore ed energia in quantità tale che - se non fosse ingabbiata nelle griglie geometriche della progettualità - potrebbe originare una reazione termonucleare. Nelle vene delle sue immagini scorre un sangue nero come l'inchiostro, rosso come la lacca, bianco come il gesso, oro come la lava. Ma non solo. Le sue limpidissime visioni sono capaci di rompere la membrana sottile che separa analogico e digitale. Infatti, per lui nulla è più protagonista della materia, ma la fa vibrare di una qualità bidimensionale insolita. Lo si vede nel modo in cui incide il marmo con ghirigori colorati, ricordi di volti disegnati in vettoriale. Si scopre nella sapienza con cui invade di intrecci geometrici piatti e coppe di finissima porcellana, talmente lucida da sembrare un monitor. Si tocca nell'amore con cui fa vivere la carta dei suoi progetti editoriali, popolati di elegantissime grafiche potentemente simmetriche, spesso caleidoscopiche. Si ammira nella precisione con cui un pavimento industriale metallico diventa tessuto su un telaio antico, passando prima per una diminuzione della risoluzione da 300 dpi a 8 bit. Si gode nella ripetizione iperbolica dei volti e delle mani in acrilico su tela nel

suo studio di pittore, in cui ogni opera conserva tracce di copia e incolla dall'opera precedente. Sorprende nelle ante di preziose credenze di metallo, vetrate profane fatte a mano ma nate dietro al vetro di uno schermo.

Un percorso che lo ha portato quasi naturalmente ad incontrare CEDIT, con cui ha dato origine a una collezione esteticamente coraggiosa, in equilibrio tra gesto punk e austerità aristocratica. Araldica è un progetto che fin dal nome si dimostra forte e nobile, che si basa su un passato che non è un peso ma che - al contrario - è la forza che lo catapulta verso il futuro. Qui le geometrie digitali di Federico diventano la materia più solida che ci sia, cagliano in un oggetto grafico, condensano storie e immagini in tre o due dimensioni. Nello spazio di Pepe e CEDIT le geometrie di Euclide incontrano il marmo di Fidia, gli intarsi del pavimento del Duomo di Milano si fondono con le immagini barocche dei marmi che popolano le gallerie romane, lo spazio privato si apre allo spazio infinito di mille possibili storie universali.

¹ “Interview: Le Dictateur's Federico Pepe. The rarely interviewed Italian creative director speaks on art, advertising and the power of hard work”, Cool Hunting, 10 giugno 2014 <https://coolhunting.com/culture/interview-federico-pepe/>

FEDERICO PEPE AND THE DISCIPLINE OF IDEAS

PAOLO FERRARINI

Professor and Journalist

“Once upon a time, there was a Roman emperor who lived on a huge splinter in space, a spaceship of multi-coloured marble, where techno music played incessantly. That day he left his spaceship to go to dinner at the Sun King’s home, riding his sinuous golden dragon with blood-red eyes.”

If there were a book with these opening words, Federico Pepe would have designed its cover. And if the book were made into a film, he would definitely be its writer and director. Federico is not an author, director or screenwriter, but this does not prevent him from drawing on his natural ability to create stories through flashes of imagination.

Federico Pepe’s career started in advertising, a family tradition, which he gradually transformed and built into many other things, in a constant, inevitable investigation of creativity in all its possible forms. He very soon understood that commission work was not enough for him, and he began to explore further afield. The first of these other fields was art, but the consolidated mechanisms on which galleries and gallery owners operate soon became a new limit from which he had to break free: this apparently expanding horizon turned out to be a restrictive cage, more a defining label than an infinite learning opportunity. And definitions are one of the things which least describe Federico: anyone trying to distil his work into two words would find its essence disappearing before their own eyes. He has occupied many roles and engaged in many professions to give shape to his ideas, and in all of them he has excelled, created and led teams, and won awards. Adman, creative director, graphic designer, printer, gallery owner, publisher, curator, performer, painter, designer, director: Pepe does, rather than is, all these.

He works, builds and makes things happen because he is not led by instinct alone and does not succumb to idle whim; he does not rush aimlessly around and does not simply await the inspiration or idea of the century. Quite the opposite. His work comes about and produces results only thanks to strict self-discipline, a design method made up of constant verification, the precise sharing of tasks and roles, the compulsive exploration of unknown contexts, daily physical exercise, the carefully measured use of social media, and occasional spells of isolation in the mountains he loves. It is no coincidence that he created *Le Dictateur*,

a dual-faced entity which may be both his child and his spiritual guide, both friend and boss, part madness and part dictator. *Le Dictateur* is not Federico's alter ego: it is his superpower. It is not a mask, since in it he actually transforms himself into an artistic project.

Le Dictateur is both result and origin of Federico Pepe's work. "I think ideas are born from predisposition," Federico explained to me in 2014. "Not in the sense that 'we are born predisposed,' but for daily preparation. In this domain I believe that discipline is pivotal. The real talents today are very rigorous people, those who work hard, exchange a lot, think a lot, and know how to apply and balance many different things." An approach which has made him the best-kept secret on the Italian creative scene, a fact well known not only to Pierpaolo Ferrari, Maurizio Cattelan, Nico Vascellari, Jacopo Benassi and Patricia Urquiola, but also to the companies, both large and small, which have turned to him over the years. He has worked and continues to work with them all, designing by laying the foundations of designs naturally expressed in episodes, in a serial pattern which not only gradually builds up Federico's own creative story, but also offers his clients designs so special that they would be virtually impossible without him.

This self-discipline generates heat and energy in such quantities that – if it were not imprisoned within the geometrical grids of graphic design – it might generate a thermonuclear reaction. The blood running through the veins of his images is black as ink, red as sealing-wax, white as plaster and golden as lava. But there is more, too. His crystal-clear visions are able to break down the slender membrane which separates analogue from digital. He sees matter as absolutely central, but he makes it vibrate with an unusual two-dimensional quality. This can be seen in the way he carves marble with coloured squiggles, recollections of faces briefly sketched as vectors. It is discovered in the skill with which he invades plates and bowls of the finest, monitor-shiny porcelain with geometrical patterns. It becomes tangible in the love with which he brings to life the paper of his publishing projects, peopled with highly elegant, powerfully symmetrical, often kaleidoscopic graphics. It can be admired in the precision with which a metallic factory flooring becomes fabric on an ancient loom, after its resolution is decreased from 300 dpi to 8 bits.

It is enjoyed in the hyperbolic repetition of faces and hands in acrylic on canvas in his painting studio, in which every work conserves copy and paste reminders of its predecessor. It amazes in the doors of exquisite metal sideboards, profane glass panels, hand-made but born through the glass of a screen.

A career which has led almost naturally to an encounter with CEDIT, with whom he has created an aesthetically courageous collection, part punk and part aristocratic austerity. The *Araldica* project's very name evokes strength and nobility, and it is grounded in a past whose weight does not drag it backwards but rather catapults it forwards into the future. Here, Federico's digital geometries become the most solid of materials, taking shape in a graphic object, condensing stories and images into three or two dimensions. In Pepe's and CEDIT's space, Euclidean geometrical forms encounter the marble of Phidias, the intricate patterns of the floor of Milan Cathedral merge into the Baroque images of the marbles found in Roman art galleries, and private space opens out to the infinite space of a thousand possible universal histories.

¹ "Interview: Le Dictateur's Federico Pepe. The rarely interviewed Italian creative director speaks on art, advertising and the power of hard work", Cool Hunting, 10 June 2014 <https://coolhunting.com/culture/interview-federico-pepe/>

«Ci sono cose che non per forza hanno bisogno di un'ispirazione: avvengono, si creano mentre – in maniera quasi incosciente – lavori, crei.»

– Federico Pepe

«Some things don't necessarily require a source of inspiration. They just happen, they're created while you're working almost without thinking, you just create.»



Triangoli Azzurro



- Applicazione a parete
Wall application
- Applicazione a pavimento
Floor application



Base Corallo

120 x 240 cm | 47 1/8" x 94 3/8"

Blasone Corallo

120 x 240 cm | 47 1/8" x 94 3/8"

Triangoli Corallo

120 x 240 cm | 47 1/8" x 94 3/8"

Stucchi | Grouts

● Avorio



Cemento

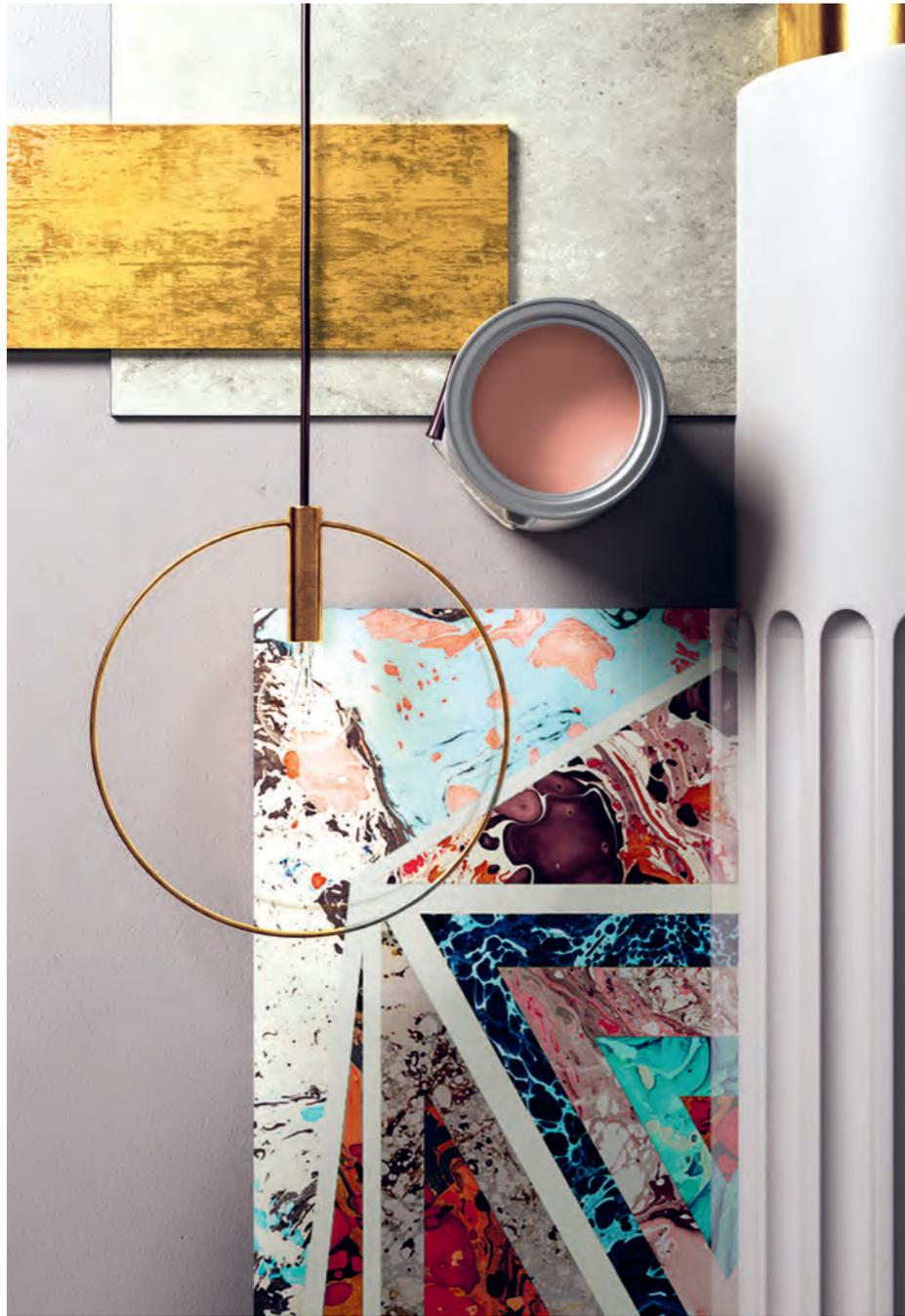
120 x 120 cm | 47 1/8" x 47 1/8"

Stucchi | Grouts

● Perla

Pitture | Paint

● Rosa - 757932







Triangoli Blu

120 x 240 cm | 47 1/8" x 94 3/8"

Stucchi | Grouts

● Ghiaccio



Cemento

120 x 240 cm | 47 1/8" x 94 3/8"

Stucchi | Grouts

● Ghiaccio







Base Azzurro

120 x 240 cm | 47 1/8" x 94 3/8"

Blasone Azzurro

120 x 240 cm | 47 1/8" x 94 3/8"

Stucchi | Grouts

● Turchese



Cemento

120 x 240 cm | 47 1/8" x 94 3/8"

Stucchi | Grouts

● Perla

Pitture | Paint

● Rosa - 757932







Base Grigio

120 x 240 cm | 47 1/8" x 94 3/8"

Blasone Grigio

120 x 240 cm | 47 1/8" x 94 3/8"

Stucchi | Grouts

● Perla



Cemento

120 x 240 cm | 47 1/8" x 94 3/8"

Stucchi | Grouts

● Perla

Pitture | Paint

● Zaffiro - 764341







Base Corallo

120 x 240 cm | 47 1/8" x 94 3/8"

Stucchi | Grouts

● Ghiaccio



Cemento

120 x 240 cm | 47 1/8" x 94 3/8"

Stucchi | Grouts

● Ghiaccio





«La collezione progettata per CEDIT lavora su due variabili fondamentali: un elemento grafico definito da una sorta di araldo – che dà il nome alla collezione – e l’ispirazione data dal tema delle carte marmorizzate.»

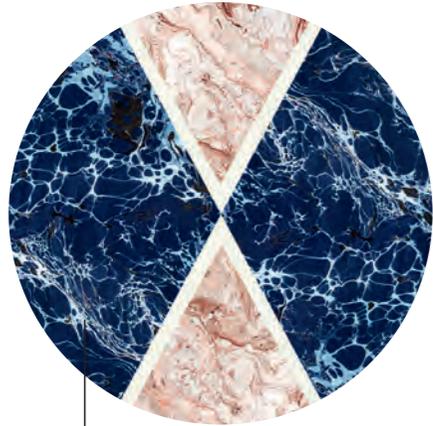
— Federico Pepe

«The collection created for CEDIT focuses on two fundamental variables: a graphic element, which gives the collection its name, a kind of heraldic coat of arms, and marbled papers.»

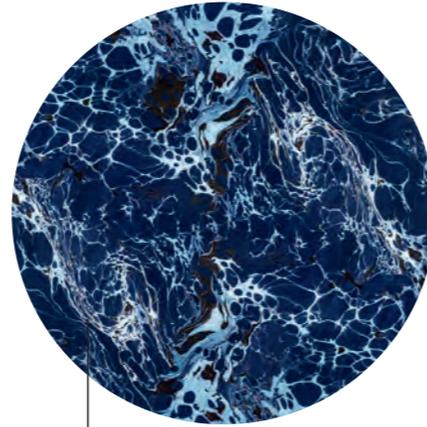


Blasone Grigio

Gamma delle lastre ceramiche
Ceramics slab range



Triangoli Blu



Base Blu



Base Azzurro



Blasone Blu



Triangoli Azzurro



Blasone Azzurro

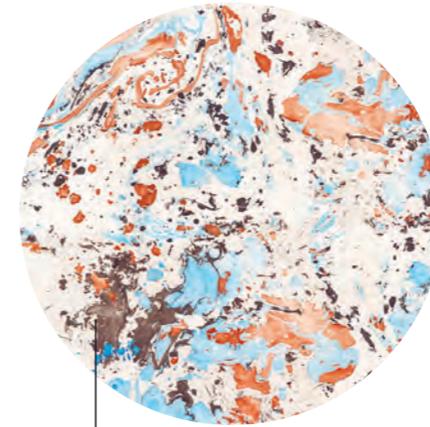
Gamma delle lastre ceramiche
Ceramics slab range



Triangoli Grigio



Base Grigio



Base Corallo



Blasone Grigio



Triangoli Corallo



Blasone Corallo

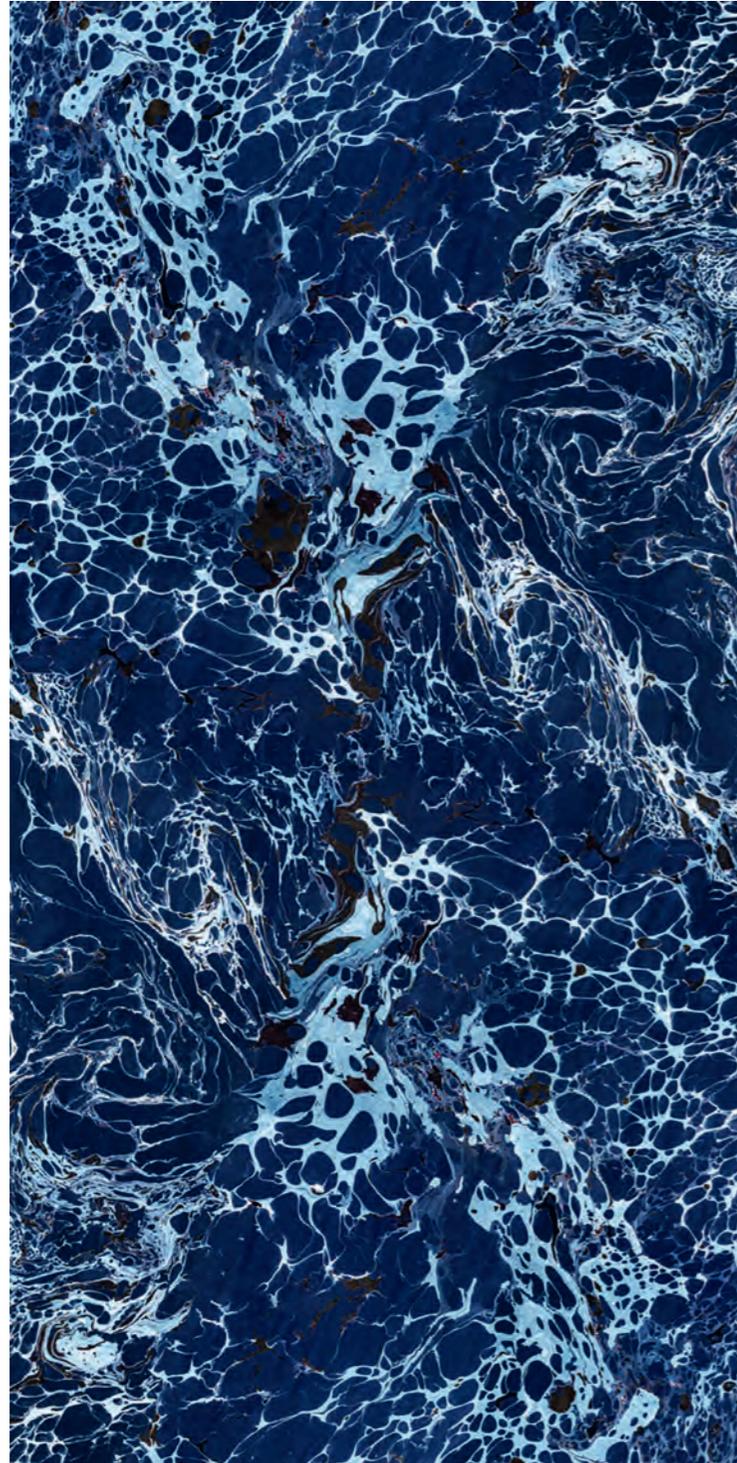
Blasone Blu



Triangoli Blu



Base Blu



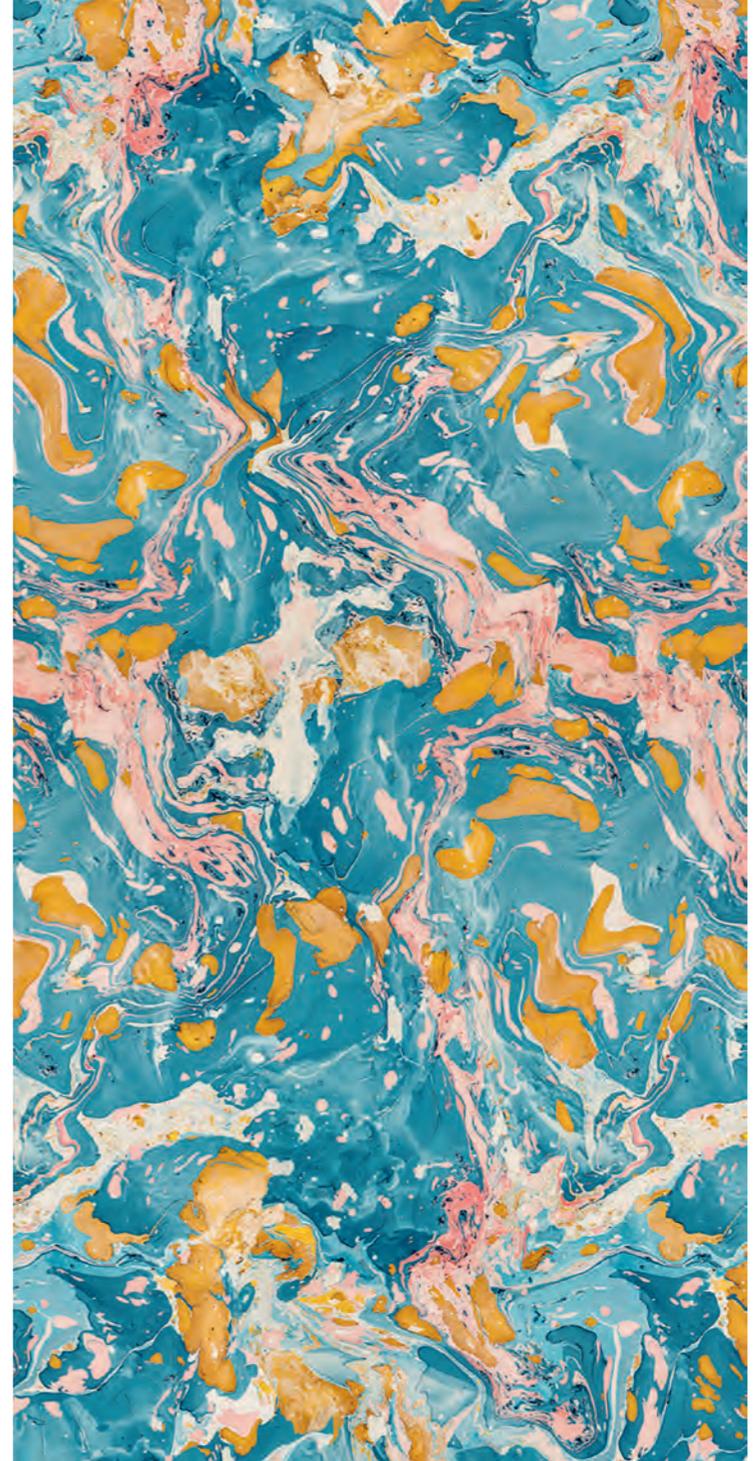
Blasone Azzurro



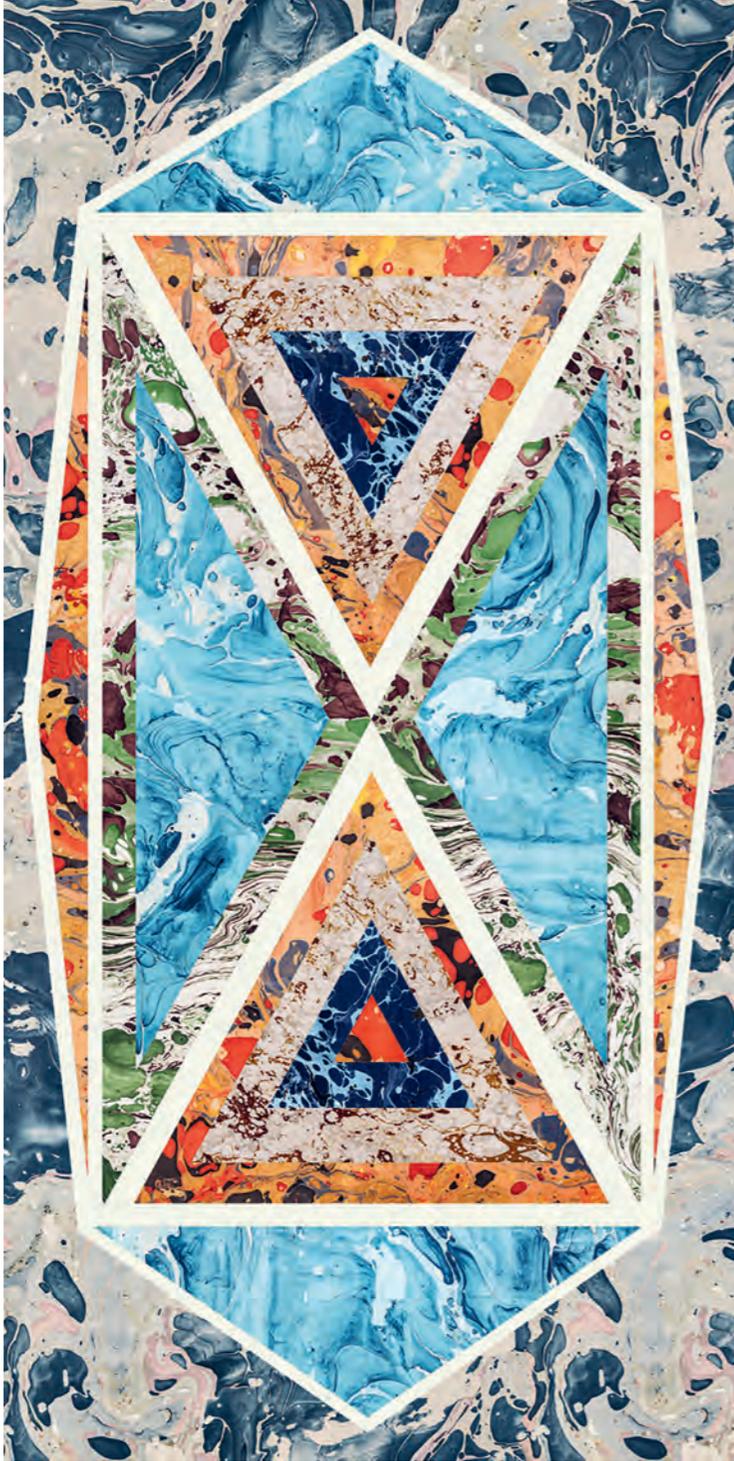
Triangoli Azzurro



Base Azzurro



Blasone Grigio



Triangoli Grigio



Base Grigio



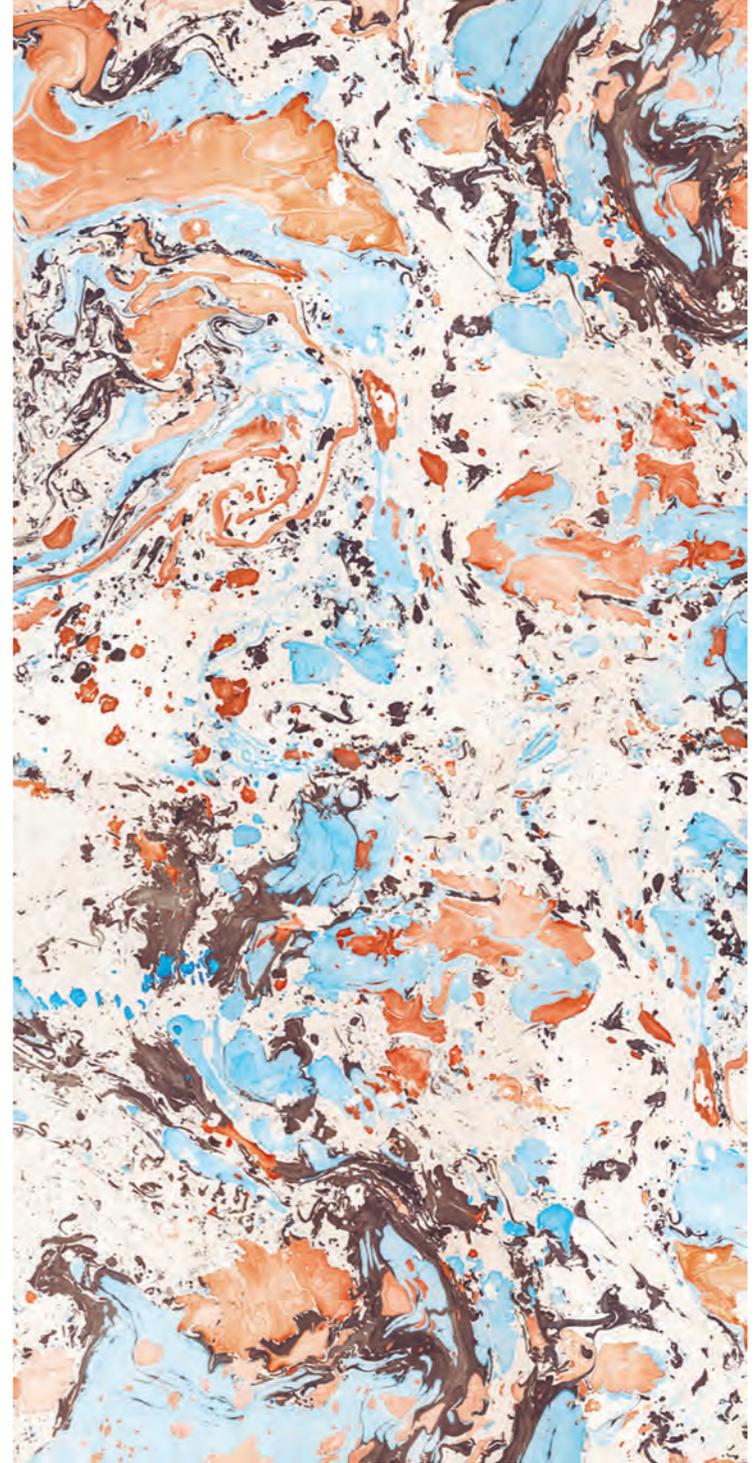
Blasone Corallo



Triangoli Corallo



Base Corallo



I formati delle lastre ceramiche

The sizes in the ceramic slab range

→ pag 142

Avvertenze

Warnings

	Spessore Thickness	Applicazione Application	Finitura Finish	120 x 240 cm 47 1/8" x 94 3/8"
Blasone Blu 	6 mm 1/4"		Lucido Glossy	763510
Triangoli Blu 	6 mm 1/4"		Lucido Glossy	763514
Base Blu 	6 mm 1/4"		Lucido Glossy	763506
Blasone Azzurro 	6 mm 1/4"		Lucido Glossy	763511
Triangoli Azzurro 	6 mm 1/4"		Lucido Glossy	763515
Base Azzurro 	6 mm 1/4"		Lucido Glossy	763507

	Spessore Thickness	Applicazione Application	Finitura Finish	120 x 240 cm 47 1/8" x 94 3/8"
Blasone Grigio 	6 mm 1/4"		Lucido Glossy	763512
Triangoli Grigio 	6 mm 1/4"		Lucido Glossy	763516
Base Grigio 	6 mm 1/4"		Lucido Glossy	763508
Blasone Corallo 	6 mm 1/4"		Lucido Glossy	763513
Triangoli Corallo 	6 mm 1/4"		Lucido Glossy	763517
Base Corallo 	6 mm 1/4"		Lucido Glossy	763509

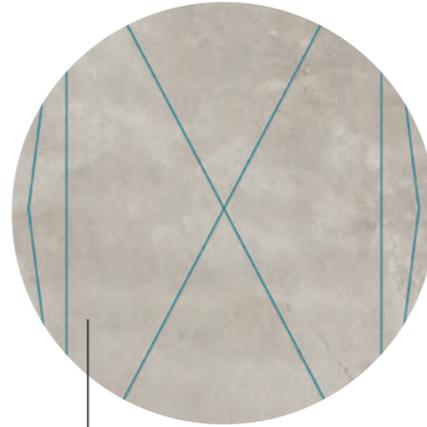
 Applicazione a parete
Wall application

 Applicazione a pavimento
Floor application

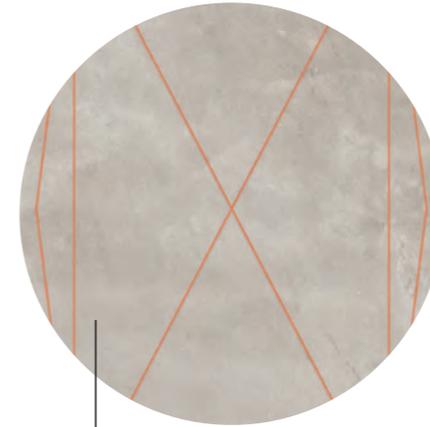
Gamma delle lastre ceramiche incise
Engraved ceramics slab range



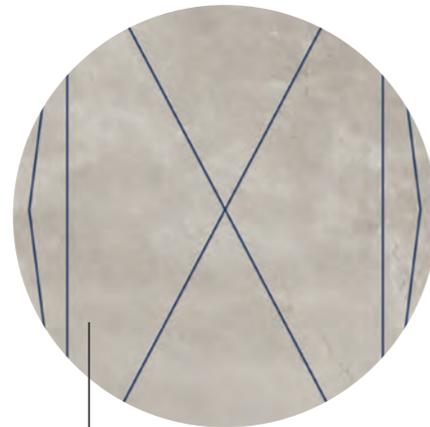
Cemento



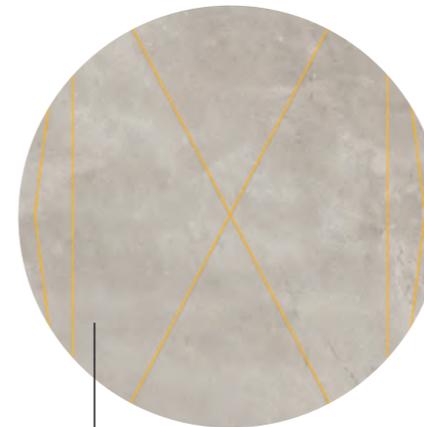
Cemento - Blasono Smeraldo



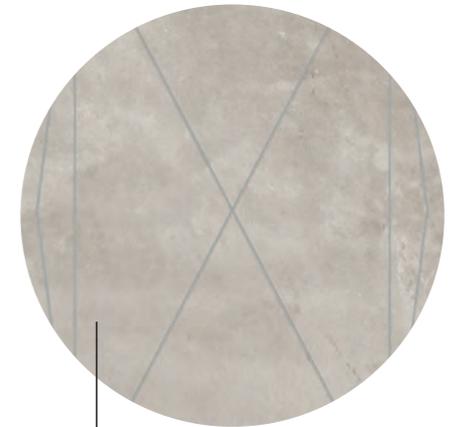
Cemento - Blasono Rosa



Cemento - Blasono Zaffiro



Cemento - Blasono Senape

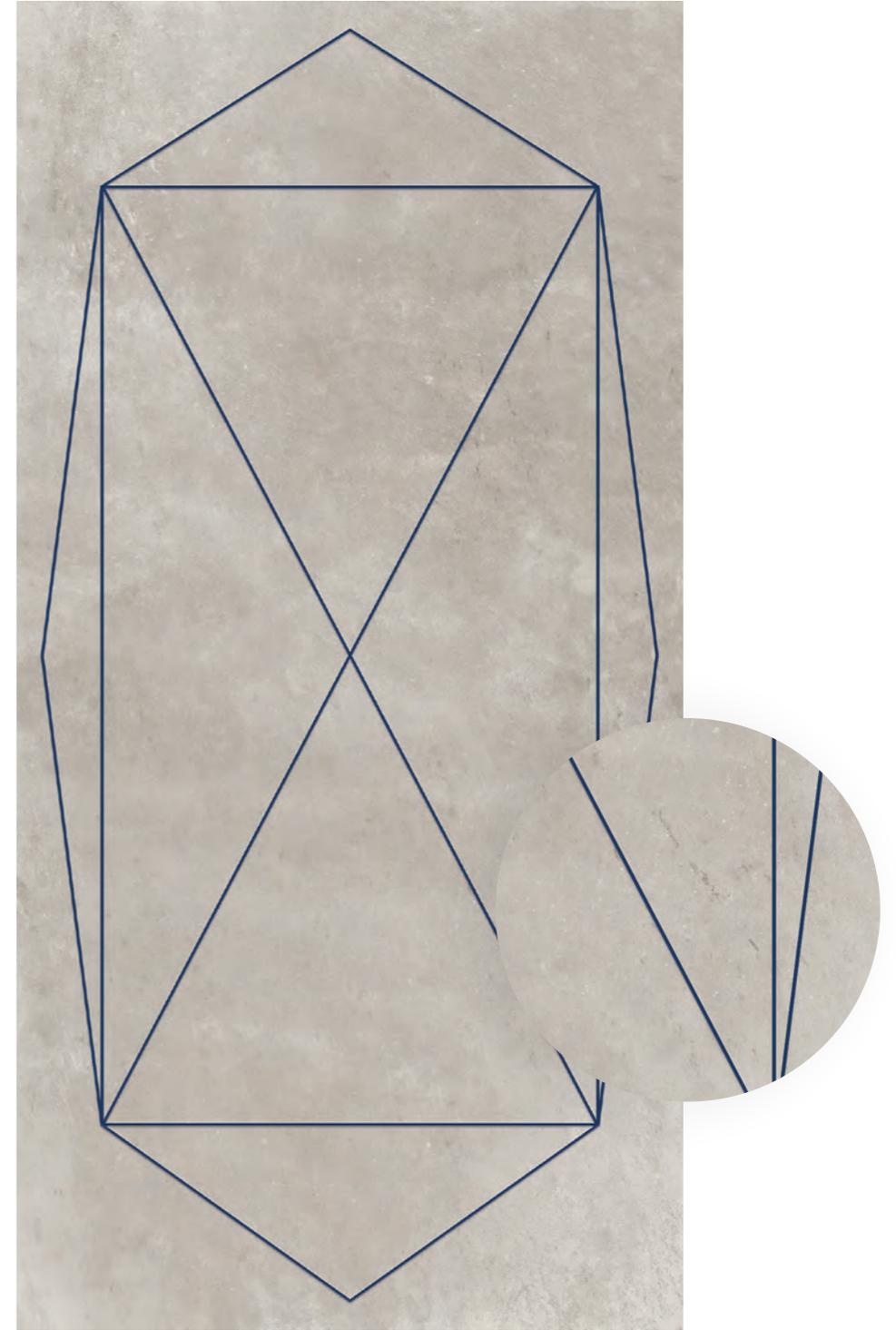


Cemento - Blasono Perla

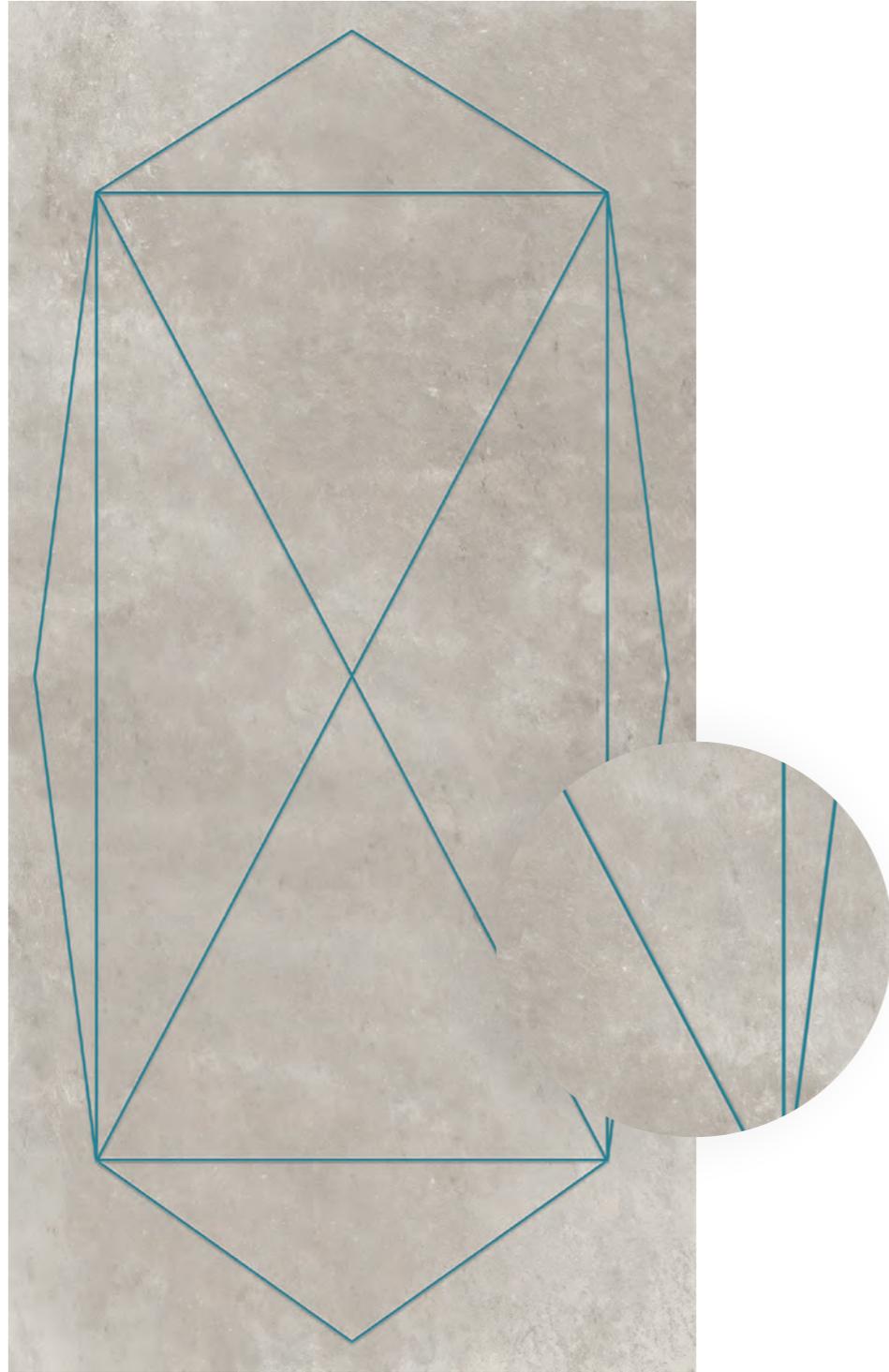
Cemento



Cemento - Blasono Zaffiro



Cemento - Blasono Smeraldo



Cemento - Blasono Rosa



Cemento - Blasono Senape



Cemento - Blasono Perla



I formati delle lastre ceramiche incise

The sizes in the engraved ceramic slab range

→ pag 141
Avvertenze
Warnings

	Spessore Thickness	Applicazione Application	120 x 240 cm 47 7/8" x 94 3/8"	120 x 120 cm 47 7/8" x 47 7/8"	60 x 120 cm 23 5/8" x 47 7/8"	Battiscopa Baseboard 4,6 x 60 cm 1 3/4" x 23 5/8"
Cemento 	6 mm 1/4"	 	763523	763525	763526	763527
Cemento - Blasono Zaffiro 	6 mm 1/4"	 	763518			
Cemento - Blasono Smeraldo 	6 mm 1/4"	 	763519			
Cemento - Blasono Rosa 	6 mm 1/4"	 	763520			
Cemento - Blasono Senape 	6 mm 1/4"	 	763521			
Cemento - Blasono Perla 	6 mm 1/4"	 	763522			

 Applicazione a parete
Wall application

 Applicazione a pavimento
Floor application

Schema di alcune composizioni degli elementi in gamma

Some composition layouts using the items in the range

Stucchi | Grouts
● Avorio



120 x 240 cm
47 1/8" x 94 3/8"

Blasone Corallo



120 x 240 cm
47 1/8" x 94 3/8"

Triangoli corallo



Schema di alcune composizioni degli elementi in gamma

Some composition layouts using the items in the range

Stucchi | Grouts
● Ghiaccio



120 x 240 cm
47 1/8" x 94 3/8"

Base Blu



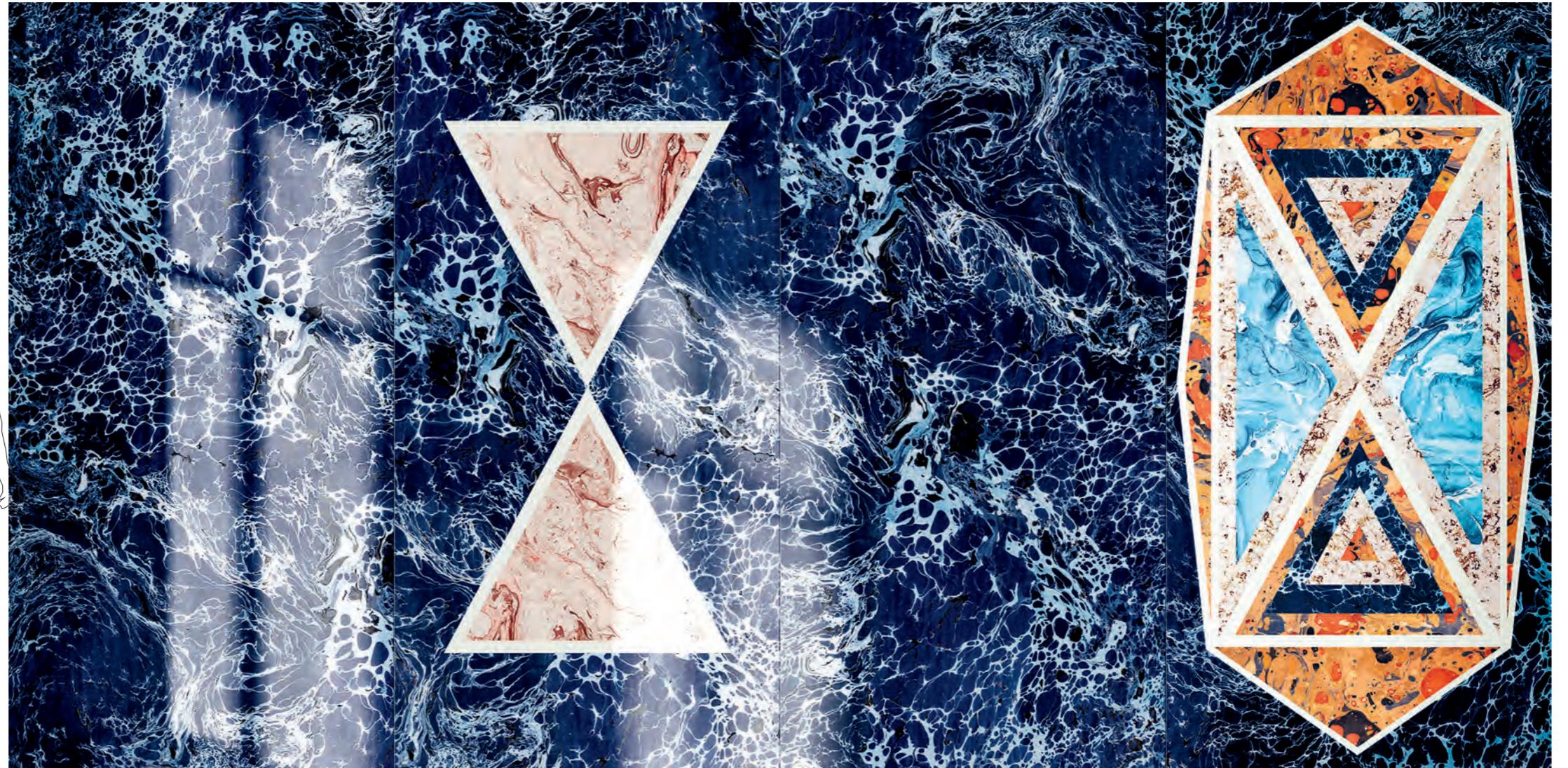
120 x 240 cm
47 1/8" x 94 3/8"

Triangoli Blu



120 x 240 cm
47 1/8" x 94 3/8"

Blasone Blu



Schema di alcune composizioni degli elementi in gamma

Some composition layouts using the items in the range

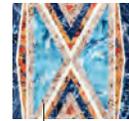
Stucchi | Grouts

● Perla



120 x 240 cm
47 1/8" x 94 3/8"

Blasone Azzurro



120 x 240 cm
47 1/8" x 94 3/8"

Blasone Blu



120 x 240 cm
47 1/8" x 94 3/8"

Blasone Grigio



120 x 240 cm
47 1/8" x 94 3/8"

Blasone Corallo



Schema di alcune composizioni degli elementi in gamma

Some composition layouts using the items in the range



Stucchi | Grouts
● Turchese
Pitture | Paint
● Giallo - 754546



120 x 240 cm
47 1/8" x 94 3/8"

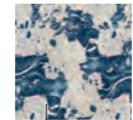
Blasone Azzurro

Schema di alcune composizioni degli elementi in gamma

Some composition layouts using the items in the range



Stucchi | Grouts
● Perla
Pitture | Paint
● Orchidea - 757933



120 x 240 cm
47 1/8" x 94 3/8"

Base Grigio



120 x 240 cm
47 1/8" x 94 3/8"

Triangoli Grigio

Schema di alcune composizioni degli elementi in gamma

Some composition layouts using the items in the range

Stucchi | Grouts

● Perla

Pitture | Paint

● Orchidea - 757933



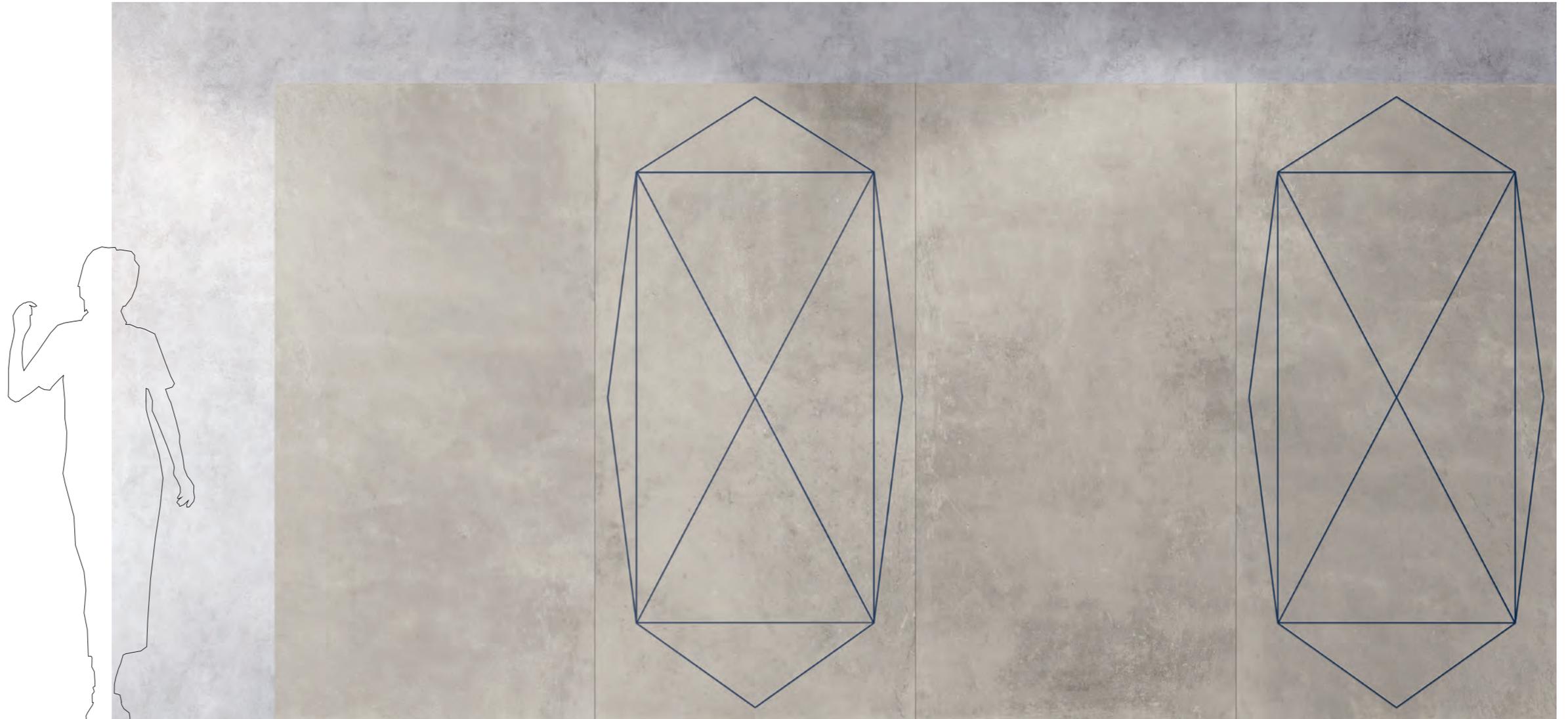
120 x 240 cm
47 1/8" x 94 3/8"

Cemento



120 x 240 cm
47 1/8" x 94 3/8"

Cemento - Blasono Zaffiro



Schema di alcune composizioni degli elementi in gamma

Some composition layouts using the items in the range

Stucchi | Grouts

● Perla

Pitture | Paint

● Orchidea - 757933



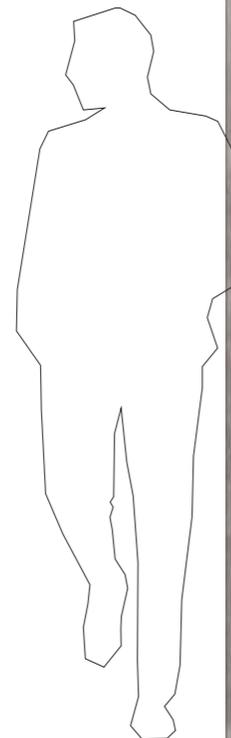
120 x 240 cm
47 1/8" x 94 3/8"

Cemento - Blasone Rosa



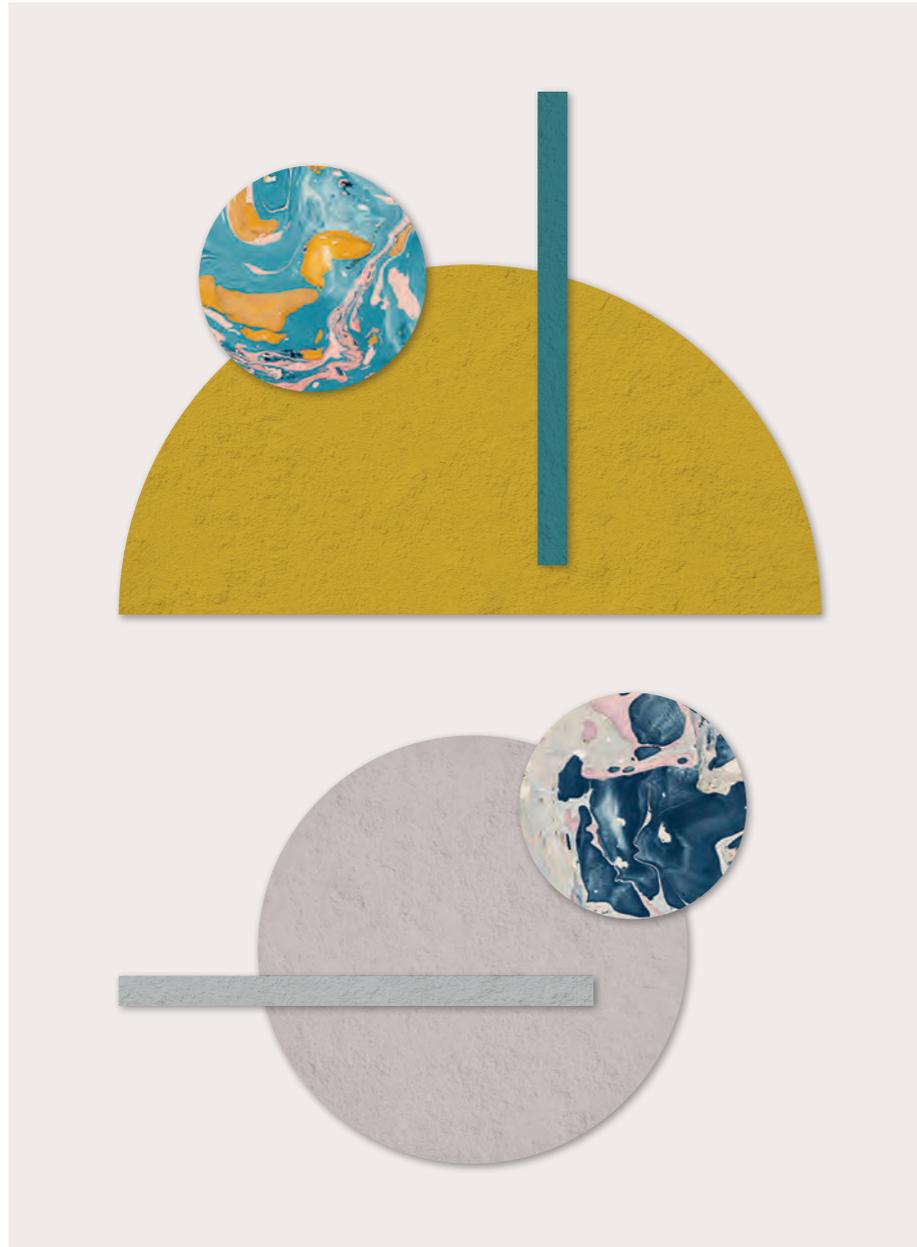
120 x 240 cm
47 1/8" x 94 3/8"

Triangoli Corallo

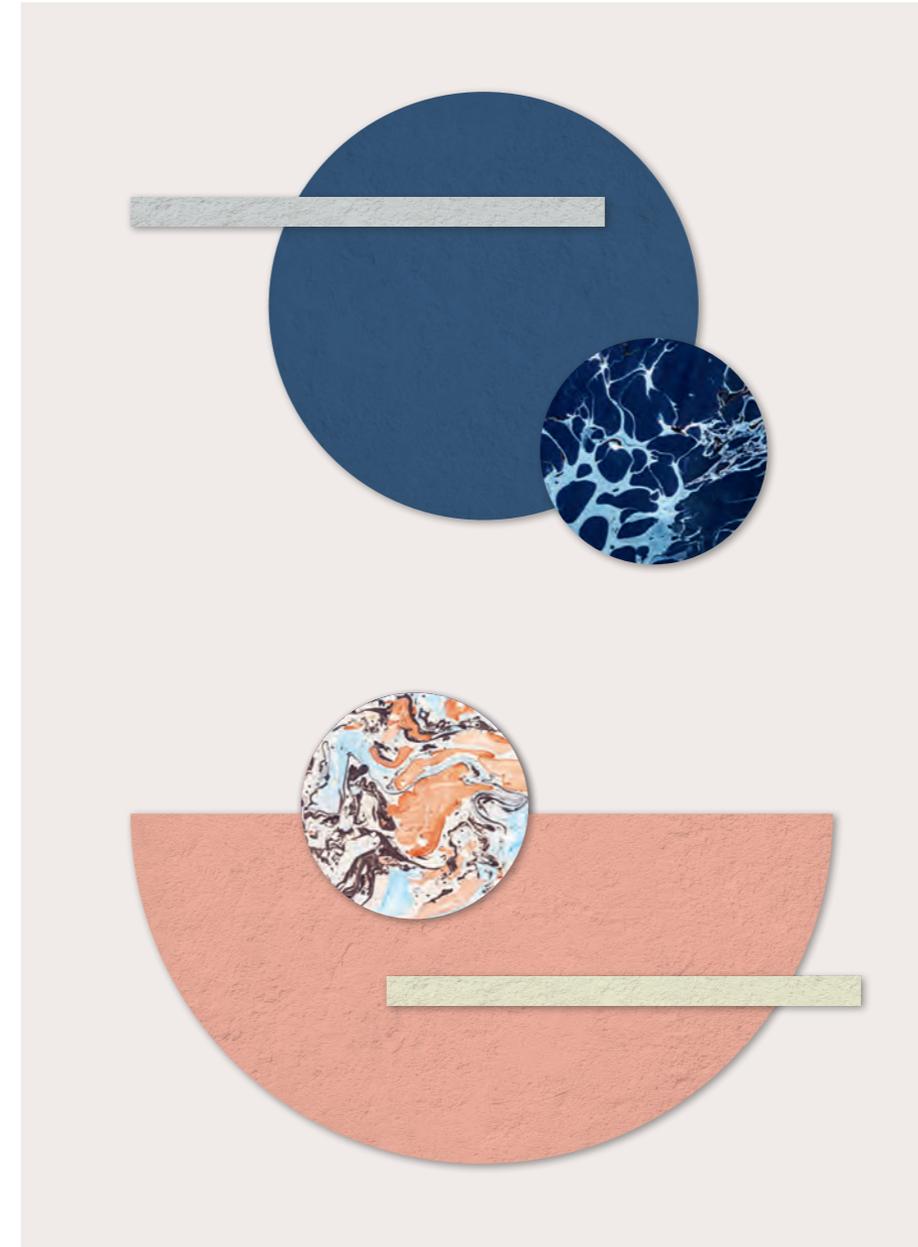


Colori delle pitture e degli stucchi consigliati dall'autore

Paint and grout colours recommended by the author



- Pitture | Paint
● Giallo - 754546
● Orchidea - 757933
- Stucchi | Grouts
● Turchese
● Perla



- Pitture | Paint
● Zaffiro - 764341
● Rosa - 757932
- Stucchi | Grouts
● Ghiaccio
● Avorio

Certificazioni | Certifications | Certifications | Prüfzeugnisse | Certificaciones | сертификации



Per ulteriori informazioni e approfondimenti relativi alle certificazioni visitare il sito
 For further details and information about product certifications please visit the website
 Pour de plus amples informations sur les certificats, nous vous prions de bien vouloir consulter le site
 Für weitere Informationen über Zertifizierungen, wenden Sie sich bitte an die Internetseite
 Para más información sobre las certificaciones de producto visite el sitio internet
 Дополнительную информацию и подробности, касающиеся сертификатов, Вы найдете на сайте



ceditceramiche.it

ARALDICA

Fotografie | Photos

Vanni Borghi

Eccetto | Besides

pag 12, 23

Immagine storica CEDIT

CEDIT historical image

pag 15, 17, 20, 25

Courtesy MIC Faenza - Immagine storica CEDIT

Courtesy MIC Faenza - CEDIT historical image

pag 31

↑ **Lorenzo Gironi - Styling Studio Milo**

↓ **Maria Teresa Furnari**

pag 33

↑ **Pierpaolo Ferrari**

↓ **Paolo Zambaldi**

pag 34

↑ **Fabrizio Annibali**

pag 35

↑ **Pierpaolo Ferrari**

↓ **Maria Teresa Furnari**

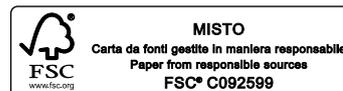
pag 38 - 45

Tullio Deorsola

Edizione 2021 | Edition 2021

CEDIT

ceditceramiche.it



Le grafiche lineari: le composizioni geometriche iconiche.
L'ispirazione delle carte marmorizzate.
La miscellanea di colori vivi, contrastanti, puri.
L'estroversione manifesta del decoro.
La superficie satura, lo spazio profondo.
Il senso del ritmo, l'idea del suono.

Federico Pepe
ARALDICA

Simple graphics: iconic geometrical compositions.
The inspiration of marbled papers.
The miscellany of bright, contrasting, pure colours.
The manifest extroversion of decor.
Saturated surfaces, deep space.
The sense of rhythm, the idea of sound.