

La Gazette 36

il giornale di **GIOVANNI RASPINI**

prezioso
non prezioso







Il punto di Giovanni e Claudio
di Giovanni Raspini e Claudio Arati

4



Le Chimere di Giovanni Raspini
di Francesco Maria Rossi

6



Superbangles, i bracciali evento
di Andrea de Paolis

12



Intervista Fabio Cassi e Roberto Chiave
di Francesco Maria Rossi

20

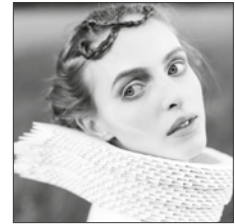
Sacra Famiglia, Fragranze d'ambiente
e Scatole per il tè
di Andrea de Paolis

28



Prezioso, non prezioso, fashion
di Francesco Maria Rossi

32



Tortuga, i Caraibi da indossare
di Fiamma Niccolai

38



Lion Mama, Piume e Scacciastraghe
di Fiamma Niccolai

42



La Gazette 36

autunno inverno 2013/14

Il punto di Giovanni e Claudio

di Giovanni Raspini e Claudio Arati

Quando un nostro buon cliente di Hollywood (Pacific Design) ordinò due vassoi con i cocodrilli, il nostro agente si soffermò a dare qualche info sul metallo con cui erano fatti. Argento 925 etc.

“Non mi importa niente di cosa sono fatti. Mi piace la loro forma e li compro. Punto.”

Risposta secca, traumatica e rivelatrice.

Oggi questa Gazette non è dedicata a una città, uno stile, una tendenza o altro.

Qui si parla del rapporto tra prezioso e non prezioso. Respira piano.

Capire quello che vale e quello che passa non è per tutte le tasche.

Una birra ghiacciata ad Alessandria. Un tuffo dove l'acqua è più blu. Il primo bacio. I tramonti.

Una bottiglia di olio nuovo.

Ognuno ha le sue manie. I vizi sono solo gusti condivisi da pochi.

Una ragazza elegante si prova un paio di orecchini in un negozio. Guarda e riguarda. Gira la testa e si lascia accarezzare dai riflessi del metallo della luna. Oro, argento, perle e coralli. Alluminio, plastica, corda e resina. La materia non conta più. Il padrone è l'occhio. È l'occhio che comanda.

Questa è la sobria tesi della nostra Gazette.

La conferma ed avvalorata l'intervista a due stilisti fiorentini nella loro splendida dimora sulle colline di Fiesole.

Un fiore di campo tra i capelli o due ciliegie all'orecchio della pudica contadinella... sono gioielli?

Come negarlo.

È la tesi del nostro imprevedibile Francesco Maria Rossi nel suo pezzo "Prezioso, non prezioso, fashion".

Buona lettura.

When our good Hollywood client (Pacific Design) ordered two trays with crocodiles, our agent, took some time to explain of what metal they were made: Silver 925 etc.

“I don't care what they are made of: I like their shape and I buy them. Full stop.”

A sharp, traumatic and telling answer.

Today this issue of the Gazette is devoted to a city, a style, a trend or other.

Here we speak of the relationship between precious and not precious. Breath slowly.

Understanding what is worth and what passes it is not a privilege for all pockets.

A cold beer in Alexandria. A dive where the water is bluest. The first kiss. Sunsets.

A bottle of new olive oil.

Everyone has got his fixer. Each one has his own quirks. Vices are just tastes shared by few.

A stylish girl tries a pair of earrings in a store. Look and look again. She turns her head and allows herself to be caressed by the reflections of the metal of the moon. Gold, silver, pearls and corals. Aluminum, plastic, cord and resin. Material no longer counts. The eye is the master. And the eye is in charge.

This is the simple thesis of our Gazette.

This is confirmed and reinforced by the interview released by two Florentine designers in their beautiful home in the hills of Fiesole.

A wild flower in the hair or two cherries hung on the demure peasant's ear ... are they jewels?

How to deny it.

This is the thesis of our unpredictable Francesco Maria Rossi in his article "Precious, not precious, fashion."

Happy reading.





Le chimere di Giovanni Raspini

di Francesco Maria Rossi

Undici pezzi unici per premiare gli artisti di Icastica

Icastica, la grande kermesse dell'estate aretina dedicata alla contemporaneità nelle varie espressioni dell'arte, architettura, design, teatro, musica e danza, vede fra i suoi protagonisti l'argentiere Giovanni Raspini, autore delle undici sculture che sono state utilizzate per premiare gli artisti, i performer e gli ospiti presenti, molti dei quali di levatura internazionale.

Per realizzare i premi, Giovanni Raspini ha pensato di recuperare il mito fondatore della sua città, legato alla figura della Chimera. Capolavoro d'arte etrusca, con le tre teste di leone, capra e serpente, la statua in bronzo della Chimera d'Arezzo fu realizzata a cavallo fra il V e il IV secolo avanti Cristo. Rinvenuta nel 1553 fuori l'odierna porta San Lorentino, fu portata a Firenze per ordine di Cosimo il Grande: innamoratosi della forza plastica del bronzo antico, egli volle averlo nella capitale come simbolo magico ed eterno del potere granducale.

Ora Giovanni Raspini vuole raccontare anch'egli le proprie Chimere e il mito straordinario che le circonda. Le undici Chimere "raspinizzate" nascono così da un gesto concettuale fortemente contemporaneo: fuse in *Bronzobianco* - la lega dai riflessi lunari sospesa fra tradizione ed innovazione - esse rappresentano la sintesi stilistica e creativa dell'argentiere aretino. Tre delle undici sculture sono state addirittura realizzate in *Bronzobianco* dorato, come omaggio alla tradizione orafa della città di Arezzo.

La *Chimera Città dell'Oro*, la *Chimera Sfinge*, la *Chimera Mondo Liquido* (queste le tre dorate) e poi la *Chimera degli Abissi*, la *Chimera Vanitas*, la *Chimera Piumata*, la *Chimera Antimateria*, la *Chimera Lacerata*, la *Chimera a Sangue Freddo*, la *Chimera Pompeiana* e la *Chimera dedicata a Christo* (il grande artista bulgaro della Land Art). Un omaggio unico alla creatività

Icastica, the great summer festival of Arezzo dedicated to contemporary arts in its various expressions: architecture, design, theater, music and dance, he sees among its protagonists the silversmith Giovanni Raspini, author of the eleven sculptures that have been destined to reward artists, performers and guests in attendance, many of them of international standing.

To create the awards, Giovanni Raspini has decided to recover the founding myth of his city, linked to the figure of the Chimera, a masterpiece of Etruscan art, with three heads: a lion, goat and serpent. The bronze statue of the Chimera of Arezzo was built at the turn of the fifth and fourth centuries BC and was discovered in 1553 outside the gate of San Lorentino. It was brought to Florence by order of Cosimo the Great: who fell for the plastic force of antique bronze, he wanted to have it in the capital as a magic symbol of power and eternity of the Grand Duchy.

Now Giovanni Raspini also wants to create his own Chimeras and the extraordinary myth that surrounds them. The "Raspinized" eleven Chimeras born from a highly conceptual contemporary action: cast in *Bronzobianco* - the alloy with lunar reflections suspended between tradition and innovation - represent stylistic synthesis of the creative silversmith of Arezzo. Three of the eleven sculptures were made of gilded *Bronzobianco* as a tribute to the goldsmith tradition of Arezzo.

The *City of Gold Chimera*, the *Sphinx Chimera*, the *Liquid World Chimera* (these are the three gilded ones) and then the *Abyss's Chimera*, the *Vanitas Chimera*, the *Feathered*, the *Antimatter Chimera*, the *Torn Chimera*, the *Cold Blood Chimera*, the *Pompeian*, and the *Chimera dedicated to Christ* (the great Bulgarian artist of Land Art). A unique tribute to creativity - which



Il sindaco di Arezzo Giuseppe Fanfani premia Gina Lollobrigida

- che è anche elemento portante di *Icastica* - come prassi del saper fare e del saper mostrare, esprimendosi compiutamente fra materia ed astrazione, progetto ed emozionalità, grazie alla forza della sintesi artistica. Il mondo nuovo di Giovanni Raspini nasce dal metallo e dal fascino del fuoco, anch'esso eterno e cangiante come ogni Chimera.

is also carrier element of *Icastica* - as a practice of knowing how and know to show, perfectly expressed between matter and abstraction, design and emotion, thanks to the strength of the artistic blend. The new world of Giovanni Raspini arises from the metal and a fascination for fire, itself eternal and ever-changing as a Chimera.



Il sindaco di Arezzo Giuseppe Fanfani premia Monica Guerritore





Icastica: l'installazione urbana dell'artista finlandese Kaarina Kaikkonen





Superbangles, i bracciali evento

di Francesco Maria Rossi

In tournée le creazioni di Giovanni Raspini

Quando il martello dell'homo faber trasformò la violenza che distrugge in potenza creativa, proprio allora nacque la bellezza. Giovanni Raspini, sciamano del progetto contemporaneo, ha forgiato i *Superbangles* per dar vita al suo sogno luminoso, fatto di forza e perfezione.

Creati per celebrare l'inaugurazione della boutique monomarca del brand toscano in zona San Babila a Milano, sono stati presentati alla stampa e agli addetti del settore lo scorso 9 maggio. Pezzi unici o limited edition, i *Superbangles* giocano col medesimo bracciale schiava, martellato in argento 925, ospitando ventuno decori tutti diversi: pietre dure, coralli, piume, vetri, madreperle, cristalli di rocca e ornamenti in argento.

"Tutto è nato dalla suggestione classica del Monumento dei Quattro Mori di Livorno - ci racconta Giovanni Raspini - famoso per le statue in bronzo dei mori incatenati, realizzate da Pietro Tacca. Ho preso un bracciale schiava in argento e ne ho fatto un monumento portabile in miniatura. È stata un'emozione immediata, come l'intuizione di realizzare con lo stesso supporto una serie di pezzi assolutamente diversi, pieni di fantasia, colore e vitalità. "Coerenza senza ripetizione" è il nostro motto. Voilà, erano nati i *Superbangles*".

Ventun creazioni, due delle quali vincitrici ex-aequo del concorso realizzato in collaborazione col Liceo Artistico "Piero della Francesca" di Arezzo: *Time Pleasures* di Adriel Castrosanto ed *Esplosioni di colore* di Laura Padelli. Molte le suggestioni animalier negli altri *Superbangles* disegnati da Giovanni Raspini, ma anche spunti come *Cuore infranto*, *Cabochon*, *Rock crystal*, *Scheletrini* e *Monete*.

When the homo faber's hammer transformed destructive violence into creative power, then beauty was born. Giovanni Raspini, a shaman of contemporary design, molded *Superbangles* to give life to his bright dream made of strength and perfection.

Created to celebrate the grand opening of the Tuscan Brand's flagship store near San Babila in Milan, unique pieces or limited editions, were presented to the press and to insiders of the industry, on the 9th May. The *Superbangles* interact with the usual slave bracelet, in hammered sterling silver, hosting twenty-one decorations, all different, in semi-precious stones, coral, feathers, glass, mother of pearl, rock crystal and silver ornaments.

"Everything started with the classical inspiration of the Four Moors monument of Livorno - Giovanni Raspini tells - famous for the bronze statues of the four chained Moors, made by Pietro Tacca. I took a slave bracelet in silver and made it a portable miniature monument. The inspiration was immediate, as was the will to achieve, with the same support, a series of absolutely different pieces, full of imagination, color and vitality. "Consistency without repetition" is our motto. Voilà, the *Superbangles* were born."

Twenty-one creations, two of them ex-aequo winners of the contest in collaboration with the Art School "Piero della Francesca" in Arezzo: *Time Pleasures* of Adriel Castrosanto and *Explosions of colour* of Laura Padelli. Many are the suggestions in the other animalier *Superbangles* designed by Giovanni Raspini, but also insights as *Cuore infranto* (broken heart), *Cabochon*, *Rock crystal*, *Scheletrini* (little skeletons) and *Monete* (coins).





Alta moda del gioiello per annunciare una tournée piena di appuntamenti. Dopo Milano, Roma, Napoli, Arezzo, i *Superbangles* sono stati protagonisti di eventi itineranti e vernissages nei punti vendita esclusivi di Giovanni Raspini e presso alcuni importanti clienti lungo tutta la penisola. In autunno la tournée si sposterà all'estero, cominciando da Monaco di Baviera. Tante giornate *Superbangles* dedicate alla creatività e all'incontro affascinate tra donna e desiderio di bellezza: ovvero l'ultima tentazione di Giovanni Raspini.

High fashion jewelry announces a tournée dense with appointments. After Milan, Rome, Naples, Arezzo, the *Superbangles* have been protagonists in touring events and openings in the exclusive outlets of Giovanni Raspini, and at some important customers venues throughout the peninsula. In autumn, the tour will move abroad, starting with Munich. Many Superbangles days dedicated to the creativity and to the fascinating encounter between woman and desire for beauty: that is Giovanni Raspini's last temptation.









Fabio Cassi e Roberto Chiave, la bellezza non chiede permesso

di Francesco Maria Rossi

Fabio Cassi e Roberto Chiave sono entrati nel mondo della moda nel 1972 con delle boutiques. Approfondendo e sviluppando una sincera vena di creatività, hanno quindi aperto un'azienda e disegnato abbigliamento, bigiotteria e accessori moda. Li abbiamo intervistati nella loro meravigliosa casa di San Domenico, posta in posizione panoramica tra Firenze e Fiesole.

Fabio Cassi e Roberto Chiave: due imprenditori di successo che hanno realizzato i propri sogni, costruendosi uno stile e un'immagine fortemente personale. In un'epoca di postmodernismo come quella odierna, qual è il vostro consiglio per elaborare un gusto equilibrato, uno stile autonomo, ricercando la bellezza sostenibile?

Non è facile rispondere. Sicuramente deve esistere un talento personale, da affinare e perfezionare nel corso degli anni. Guardare tutto, studiare tutto, vedere ogni mostra e museo, negozio e pubblicità, leggere con avidità. Osservare ogni cosa come fosse la prima volta, magari dando priorità proprio a quello che non ti piace, che non rappresenta il tuo gusto e che invece ottiene grande successo. Sembra quasi che oggi la gente abbia bisogno soprattutto di essere rassicurata: pochissimi cercano di esprimere la loro individualità, il loro stile senza scendere a compromessi. È una società che ha paura: del giudizio, dell'esporsi, del percorrere strade nuove. Eppure, come dicevamo, esiste chi ha un gusto innato, sicuro, prezioso, già pronto ad essere "estratto" come avviene in una miniera di oro o diamanti.

Fabio Cassi e Roberto Chiave entered the world of fashion in 1972 with a number of boutiques. Developing and perfecting a genuine vein of creativity, they then opened a company and designed clothing, jewelery and fashion accessories. We interviewed them in their wonderful home of San Domenico, in a panoramic position half way up between Florence and Fiesole.

Fabio Cassi and Roberto Chiave: two successful entrepreneurs who have realized their dreams, giving themselves a style and a strongly personal image. In an era of postmodernism like today, what is your advice to develop a balanced taste, an independent style; seeking sustainable beauty?

Not an easy question to replay. Surely a personal talent must be there, it must be refined and modeled over the years. By looking at everything, studying everything, seeing every exhibition, every museum, every shop and advert, avidly reading. Observing all things as if it was the first time you saw them, perhaps lingering on what you don't like, or does not reflect your taste, and which, despite of that, is successful.

It looks as if today people need reassurance: few try to express their individuality, their style without compromising.

It is a fearful society in fear of judgment, exposure, of treading on new ground. Yet, as we said, there are those endowed with a natural, bold, sense of taste, precious, ready to be 'extracted', as in a diamond or gold mine.

Un fiorentino e un aretino: due toscani in giro per il mondo possono essere molto pericolosi. Vi capita di confrontare le espressioni artistiche, culturali e le tendenze globali con quelle della vostra terra, oppure credete in una sorta di sincretismo espressivo che tutto può unire in modo armonioso, offrendo senso ed emozione?

Non facciamo confronti, siamo realmente svincolati dalla nostra storia personale. In fondo siamo cittadini del mondo, per noi le radici sono... come dire, multiple. Viviamo bene nella nostra casa, come d'altronde a Londra, Parigi, Miami o ai Caraibi. Non avremmo certo bisogno di riempire di cose toscane una nostra abitazione in qualche altra parte del mondo, sarebbe davvero limitativo e poco stimolante. Chi ha una vera identità può permettersi di "dimenticarla" ogni volta che vuole, per poter godere appieno della bellezza e di questa straordinaria varietà che sempre ci stupisce.

La casa dovrebbe essere un microcosmo che rispecchia il nostro mondo interiore. Voi che rapporto avete con la villa del '500 dove vivete? Voglio dire: la patina del tempo, il genius loci, gli spazi enormi di un tempo pre-tecnologico facilitano o inibiscono quel senso di accoglienza, intimità e libertà che è l'optimum dell'abitare?

Discutiamo spesso dell'identità di una casa. Siamo convinti che ogni tanti anni si debba cambiarla: a volte ristrutturandola e adeguandola, altre spostandosi materialmente in un luogo o in una città diversa. La staticità uccide: non c'è cosa più eccitante di scartare di nuovo gli oggetti e risistemare i mobili dopo un trasloco. Soprattutto se ci si rende conto che ogni cosa acquistata o ereditata è ormai per noi indispensabile e piena di fascino, ricordi, emozioni. Sì, forse per noi la casa è soprattutto un enorme "contenitore", una cassaforte antica e contemporanea ove far sentire bene le cose che amiamo o quelle che ancora non possediamo.

Roberto Chiave: ci racconti che l'importante nella vita è avere due anime. Quella ludica, ribelle, infantile e narcisistica e l'altra istituzionale, organizzativa, regolatrice di passioni ed emozioni. Ora che ti dedichi anche all'arte e alla pittura materica - quasi un percorso prezioso fra luce, metalli e doni della Terra - quali di queste due anime ha preso il sopravvento?

A Florentine and an Arretine: two Tuscans around the world can be very dangerous. One happens to compare artistic or cultural expressions and global trends with those of your country, or believe in a kind of expressive syncretism that can unite all harmoniously, effusing sense and sensation?

We don't compare, we are detached from our personal histories. After all we are citizens of the world, our roots are, as it were, multiple. We live well in our home, as we live equally well in London, Paris, Miami or the Caribbean Islands. We certainly don't need to fill our house in another part of the world with things from Tuscany, it would be limiting and unexciting. Those who possess a true identity can afford to forget about it whenever they want, in order to fully enjoy the beauty of such extraordinary variety that never ceases to amaze one.

One's own home should be a microcosm that reflects one's inner world. What do you feel about the 16th century mansion where you live? What I refer to is: the patina of time, the spirit of the place, the spaciousness of a pre-industrial era, do such things make it easier or inhibit that welcoming attitude, intimacy and freedom which is the essence of a home?

We often argue about the identity of a home. We are convinced that every so many years we must have a change: sometimes by redesigning it and adapting it, sometimes by moving to another country or city. A static life can kill you: there is nothing more exciting than unwrapping new objects and rearranging the furniture after a removal. Especially if we realize that everything we bought or inherited is now indispensable and full of fascination, memories and feelings. Yes, to us our house is large "container" and ancient and contemporary chest where the things we love and those we do not yet possess, feel well.

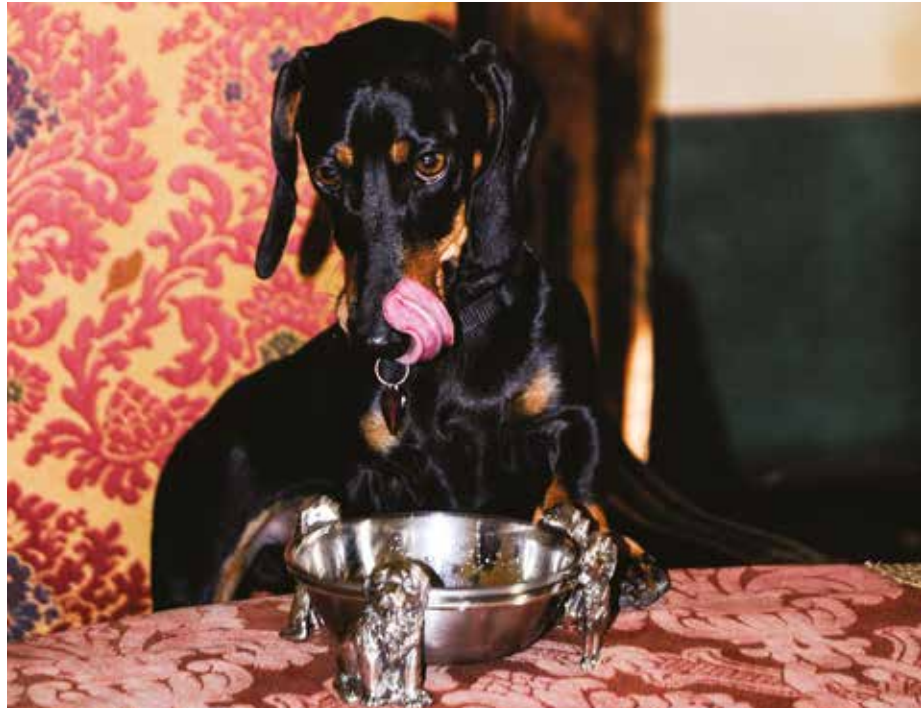
Roberto Chiave: you tell us that the important thing in life is to have two souls. The playful one: rebellious, juvenile, narcissistic, and the other: institutional, organizing, regulating of passion and feelings. Now that you engage in art and in material painting - almost a precious pathway between light, metals and gifts of the Earth - which one of these two souls has prevailed?

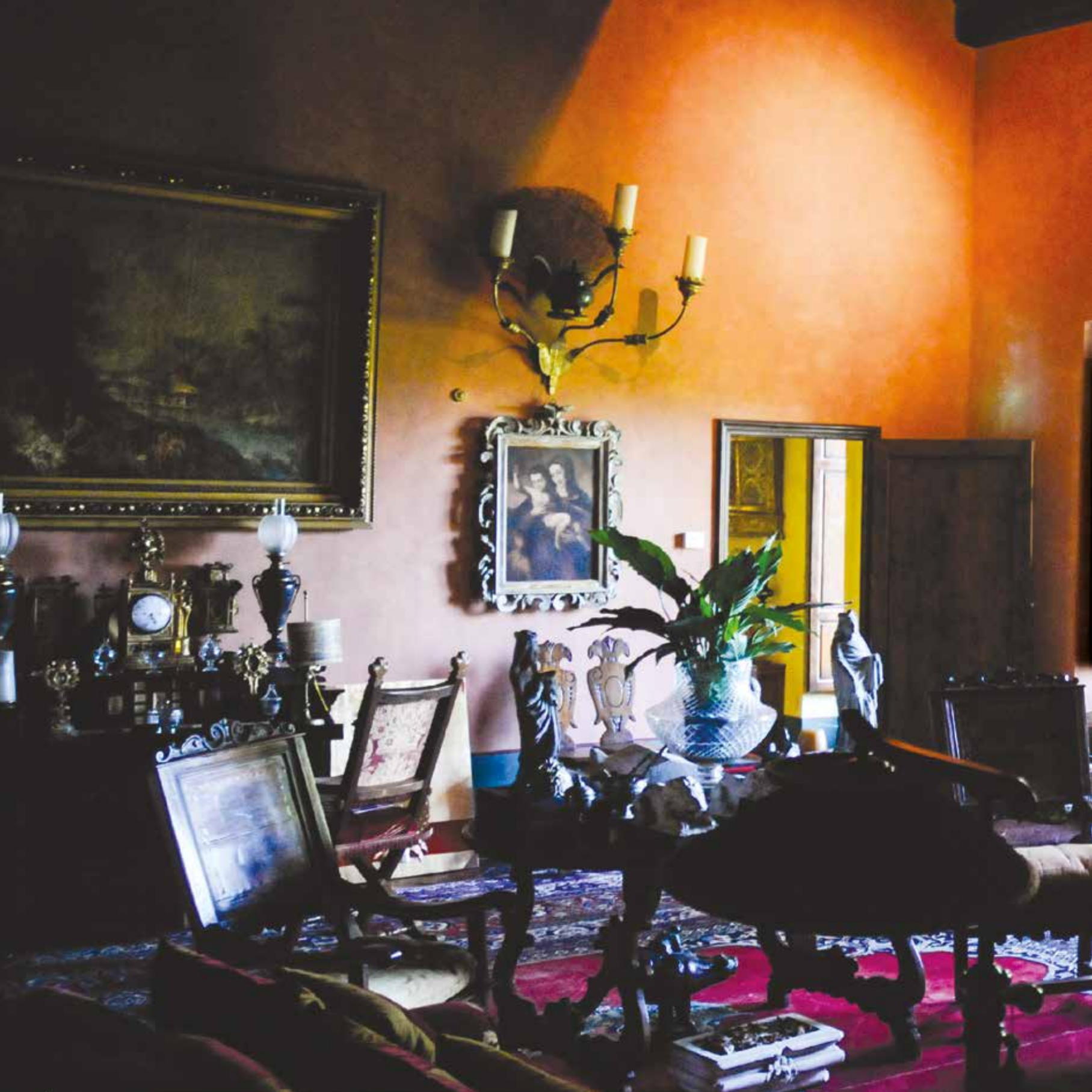
Di certo l'irrazionale. Creo le mie opere di pittura/scultura proprio per portare energia positiva nelle case. Sul colore dipinto applico inserimenti materici: l'oro è la ricchezza, il rame l'energia dell'universo e la natura rappresentata è chiaramente la vita. Molti anni fa ho vissuto nel sud est asiatico e ho cominciato a praticare lo yoga. Ciò mi ha dato emozione e creatività, e il bisogno di esprimermi plasmando la materia. Ho continuato: dipingo il fondo, poi, dopo aver tagliato il metallo in fogli, realizzo tutto con la forza delle mani, quasi fossi un demiurgo. Sono opere che offrono gioia e voglia di vivere: l'ultima che ho realizzato la donerò all'ospedale pediatrico Meyer di Firenze.

Definitely the irrational one. I create my works, paintings sculptures, precisely with the purpose of bringing positive energy into homes.

On colour paint I insert matter: gold means wealth, copper energy of the universe, and nature as represented it clearly means life. Many years ago I lived in South East Asia and begun to practice yoga. This has given me feelings and creativity, the need to express myself by modeling nature

I have continued: I paint the background, then after cutting sheets of metal I shape everything else with the strength of my own hands. Almost as if I was a demiurge. Mine are works that provide joy, will to live: the latest I have made I shall donate to the Meyer children's hospital of Florence.







Parliamo di gioielli. Sempre di più al valore intrinseco del metallo e delle gemme si sostituisce qualcosa di meno tangibile, come l'identità del marchio e quella dello stilista, il carattere e il segno creativo, e ancora una valenza "narrativa" che sembra poter raccontare qualcosa di noi. Questa tendenza vi sembra duratura, strutturata, oppure passeggera come un temporale estivo?

Né duratura e neanche passeggera: è solo moda. Non parliamo di qualcosa di alternativo, in realtà il gioiello oggi è un segmento importante e integrato del fashion system. Il gioiello deve far parte di questo mondo abbagliante e non è concepibile che proceda in parallelo, da solo. Non esiste nulla di duraturo nel nostro "mondo liquido", tutto si evolve e si ricombina, anche se non si tornerà mai più al classico diadema di diamanti sulla testa. Certo lo stile è lo stile. Prendiamo ad esempio Giovanni Raspini: le sue creazioni animalier, i gioielli importanti, grintosi, di carattere. Ciò che fa è ben riconoscibile, come lo sono gli oggetti per la casa che lo hanno portato alla ribalta. Cultura, mestiere, la forte sensibilità che a volte si sposa con una leggerezza quasi femminile, l'estrema cura delle lavorazioni: tutto questo fa parte anche del nostro mondo e ci piace, perché autentico e sincero.

Torniamo alla moda e al fashion system, di cui vi occupate da sempre. Vi sembra che quello che avete sotto gli occhi sia il miglior mondo possibile o siete convinti che questo settore (parliamo soprattutto del nostro Paese) debba esprimere altri valori, idee e un'altra valenza creativa?

No, non è il miglior mondo possibile. Oggi vediamo davvero di tutto e sicuramente troppo. Si copia tanto e, pur parlando sempre di innovazione, molte volte si realizza solo una riproposta pedissequa di elementi già visti. In converso, le nuove tendenze sono spesso assurde e interpretano un linguaggio poco comprensibile. Gli antropologi ricordano sempre che viviamo a cavallo di un cambio di millennio: un momento di stasi, cesura e forte riflessione. Se a questo si aggiunge che negli ultimi decenni la globalizzazione ha fatto passi da gigante (con un mercato globale che in ogni momento propone tutto e il contrario di tutto), risulta chiaro come diventi estremamente difficile usare una lingua nuova e identitaria. Forse la crisi generale che stiamo vivendo potrebbe essere motivo di pungolo per ripartire. Non più, o non soltanto, citazioni e parodie postmoderne, ma idee, idee nuove e la piena determinazione a realizzarle in modo concreto. Siamo convinti che tutto si sta già muovendo, i creativi scalpitano, e presto usciranno dal guado. Siamo ottimisti perché amiamo la vita.

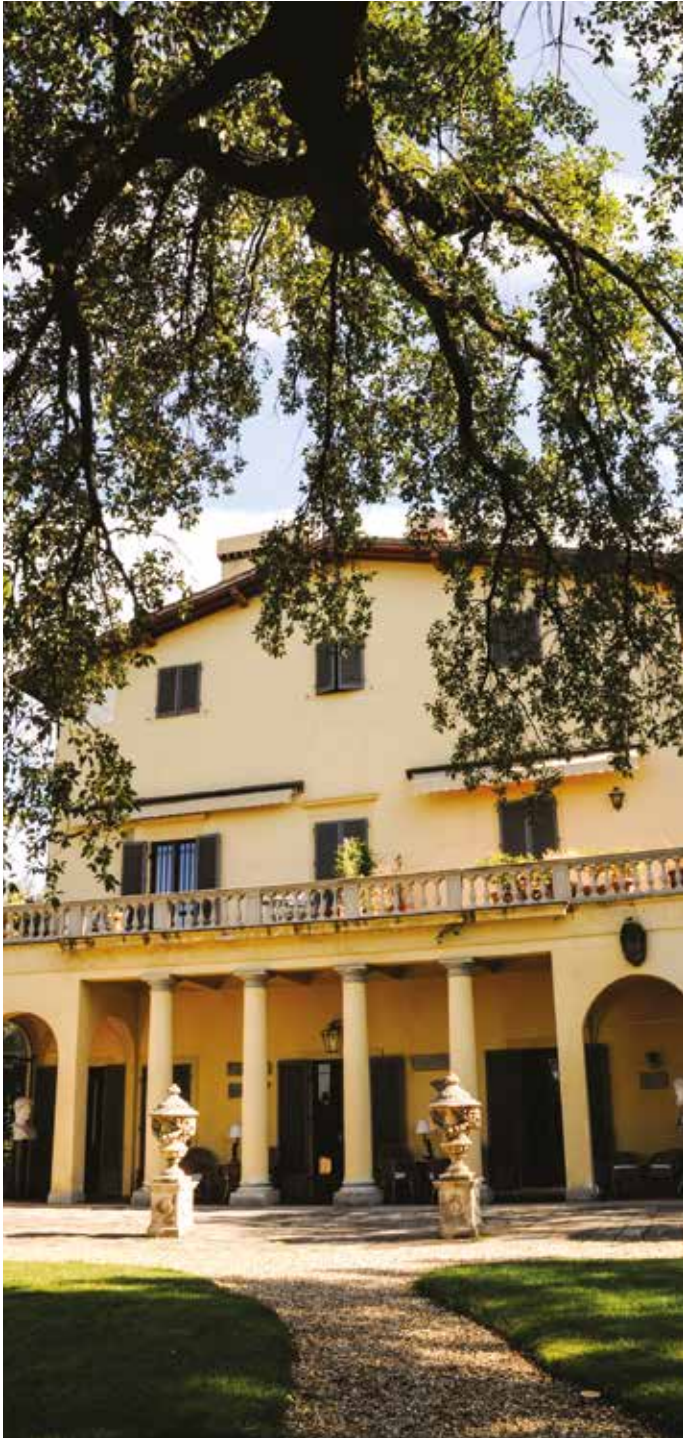
Let's talk about jewelry. More and more the intrinsic value of the metal and gems is replaced by something less tangible, such as the brand's identity and that of the designer, the character and creative sign, and once again the "narrative" that seems to tell us something. This trend seems durable, structured, or passing like a summer storm?

Neither long-lasting nor passing: it's just fashion. Let us not talk about something different, in reality the jewel today is an important integrated segment of the fashion system. The jewel must be part of this dazzling world and it is inconceivable for it to proceed in parallel, by itself. There is nothing lasting in our 'liquid world', everything evolves and recombines, even if we will never return to the classical diamond tiara on the head. Certainly style is style. Take for example Giovanni Raspini: his animalier creations, important jewels, gritty in character. What he creates is well recognized, as are the objects for the home that have brought him to the fore. Culture, craft, the intensity that sometimes is combined with an almost feminine lightness, extreme care in working processes: this is also part of our world and we love it, because it is authentic and sincere.

Let's go back to fashion and to the fashion system, which we have always occupied. Do you think that what you have under your eyes is the best possible world or are you convinced that this area (mostly talking about of our country) should express other values, ideas and a different creative quality?

No, it isn't the best possible world. We truly see everything today, surely too much. We copy a lot and while speaking of innovation, we often only produce a remake of déjà vu elements. On the other hand, new trends are often absurd and express an incomprehensible language. Anthropologists constantly remind us that we live astride of millennium of change: in a moment of stillness, separation and reflection.

If we add to this the fact that over the last few decades globalization has taken giant steps (with a global market that at any moment produces everything and its reverse), it becomes quite clear that it is very difficult to find a new language and identity. Perhaps the general crisis in which we find ourselves may become an incentive for a fresh start. No longer, or no more, postmodern citations and parodies, but ideas, new ideas and the determination to carry them through in a concrete way. We are convinced that all is moving, creative people champ at the bit, and soon we shall be over the hurdle. We are optimistic because we love life.





Sacra Famiglia, FrAGRANZE d'ambiente e Scatole per il tè

di Francesco Maria Rossi

I nuovi prodotti in Bronzobianco

Giovanni Raspini vuol dire *Bronzobianco*: la lega nobile fortemente voluta dall'argentiere toscano, un mondo intero di creatività, ricerca e nuove tendenze.

Per l'autunno inverno 2013 Giovanni Raspini realizza una *Sacra Famiglia* dalla resa plastica inimitabile, colma di pathos e sacralità. Tredici statuette originali e una sorprendente capanna anch'essa in *Bronzobianco*: un presepe completo che, oltre alla figura di Gesù, Giuseppe e Maria col bue e l'asinello, comprende i Re Magi, un viandante, un pastore, il cammelliere col suo meraviglioso animale e due pecorelle. L'accuratezza dei volti, il panneggio delle vesti mosse dal vento e l'incredibile ricchezza di particolari di ogni figura (evidenziati dalla brunitura) raccontano tutto il calore del nostro Natale.

Giovanni Raspini means *Bronzobianco*: the noble alloy. Stubbornly wanted by the Tuscan silversmith, a whole world of creativity, research and new trends.

For fall winter 2013 Giovanni Raspini has created a *Holy Family* of unmatched plasticity, full of pathos and sacredness. A crib made of thirteen original statuettes and an amazing hut also in *Bronzobianco*: A complete Nativity scene that, in addition to the figure of Jesus, Joseph and Mary with the ox and the donkey, includes the Magi, a wanderer, a shepherd, a camel driver with its wonderful animal and two sheep. The accuracy of the faces, the drapery of their robes blowing in the wind and the incredible wealth of detail of each figure (highlighted by burnishing) convey all the warmth of our Christmas.



Una casa sempre più elegante e funzionale - ove lusso significa cura dei particolari e valore aggiunto della creatività artigiana - accoglie le *Fragranze d'ambiente* volute da Giovanni Raspini. Due tipologie: quella dei diffusori con stecchi e l'altra delle scatole cilindriche in ferro a smalto nero contenenti pietra lavica profumata con varie essenze. La prima, in vetro, nella dimensione piccola o grande, è decorata al collo da un tulipano o da una corona estraibili in *Bronzobianco*. La seconda, in ferro, ha i due ornamenti della ninfea o della margherita in *Bronzobianco* posizionati sul coperchio della scatola.

An increasingly more elegant and functional home - where luxury means attention to detail and value-added craftsman's creativity - welcomes the *Environmental fragrances* wanted by Giovanni Raspini. Two typologies: that of dispensers with sticks and another of cylindrical boxes in black enameled iron, containing scented lava rock with various essences. The first, in glass, in small or large size, is decorated with a removable tulip in the neck and a *Bronzobianco* crown. The second, in iron, has the two adornments: a water lily or a daisy in *Bronzobianco* placed on the lid of the box.



Giovanni Raspini propone ancora un'idea per la vostra casa: le *Scatole per il tè* in ferro, sempre cilindriche e smaltate di nero. Utilizzabili come contenitore bello e funzionale (sia per le bustine che per altro), mostrano sul coperchio il decoro della tartaruga o della ninfea in *Bronzobianco*.

Le creazioni in *Bronzobianco* di Giovanni Raspini: materia forte che incanta, fra tradizione e contemporaneità, per una nuova età della luce.

Giovanni Raspini proposes one more idea for your home: *tea boxes* in iron, still cylindrical and black enameled. They may be used as a container beautiful and functional (for tea bags or anything else), on the lid they bear the turtle or the water lily decorations in *Bronzobianco*.

The *Bronzobianco* decorations of Giovanni Raspini: strong material that enchants, between tradition and modernity, for a new age of light.





Prezioso, non prezioso, fashion

di Francesco Maria Rossi

Le nuove frontiere del gioiello

Un fiore di campo fra i capelli, due ciliegine agganciate all'orecchio pudico della contadinella. Oppure una catena di oro massiccio, il diamante senza macchia e soprattutto senza prezzo. Il confronto fra prezioso e non prezioso anima da anni il mondo della gioielleria ed è oggi un tema attuale come non mai.

Le motivazioni si sprecano, ma il concetto di fondo è chiaro e limpido: la preziosità del gioiello contemporaneo non consiste più nel valore intrinseco del materiale nobile utilizzato e delle pietre, ma nell'idea, nel carattere, nell'identità del designer o del *brand*. Siamo di certo attraversando un mondo postmaterialista, ove la virtualità dei "nativi digitali" diventa spesso realtà: così il progetto del gioiello precede il valore del materiale, e il monile diviene strumento di comunicazione della persona e rappresentazione socio-culturale.

Le grandi *maison* del lusso globale "contaminano" i metalli nobili con altri meno pregiati: ottone, acciaio, titanio, alluminio, zinco in lega, zama e rame. Il gioiello di tendenza è realizzato con plastica, vetro, con le resine, la ceramica, la pelle e il legno, addirittura la carta o qualsiasi altro materiale di riutilizzo, nobilitato da nuovi orizzonti creativi. E non ci riferiamo alla bigiotteria, cioè *costume jewellery* o *bijoux* che dir si voglia. Qui parliamo di oreficeria e gioielleria in senso lato, compresa la fascia alta, la cosiddetta *fine jewellery*.

Qualcuno parla di nuova democraticità del gioiello, qualcun'altro di elementi che potrebbero ulteriormente confondere il mercato e il consumatore finale. La verità è che le rivoluzioni (sociali, culturali, antropologiche) hanno sempre motivi complessi eppure ben definibili. Un nuovo gusto estetico, l'aumento del prezzo dei metalli preziosi, l'influenza sempre più determinante del *fashion*

A wild flower in her hair and two cherries hooked on the ear of the demure peasant girl, or a chain of solid gold, or the spotless and priceless diamond. The comparison between precious and non-precious has stirred up the world of jewellery for years and is still a current topic today as never before.

The reasons abound, but the basic concept is clear and plain: the preciousness of contemporary jewellery no longer rests in the intrinsic value of the material used and the noble stones, but in the idea, in the character, the designer's identity or in the *brand*. We are certainly going through a post-materialist age, where the virtuality of "digital natives" often becomes reality: so the design of the jewel stands above the value of the material, and the jewel becomes an instrument of communication for the wearer and of socio-cultural representation.

The major global luxury *maisons* "contaminate" the noble metals with other less valuable materials: brass, steel, titanium, aluminum, zinc alloy, zinc and copper. The trendy jewel may be made with plastic, glass, with the resins, ceramics, leather and wood, even of paper or any other recycled material, ennobled by new creative horizons. And we are not referring to *costume jewellery*, *cheap jewellery* or *bijoux jewellery* if you prefer. Here we talk about jewellery in the broadest sense, including the high-end, the so-called *fine jewellery*.

Some speak of a new democracy of the jewel, someone else of elements that could further confuse the market and the final consumer. The truth is that revolutions (social, cultural, anthropological) have always complex reasons even when well defined. A new aesthetic taste, an increase in the price of precious metals, the increasingly more important influence of the *fashion*

system, l'importanza primaria attribuita al design e alla ricerca - non ultima la crisi globale che ci attanaglia da anni - sono tutti elementi che possono farci riflettere e indirizzarci verso il gioiello del futuro.

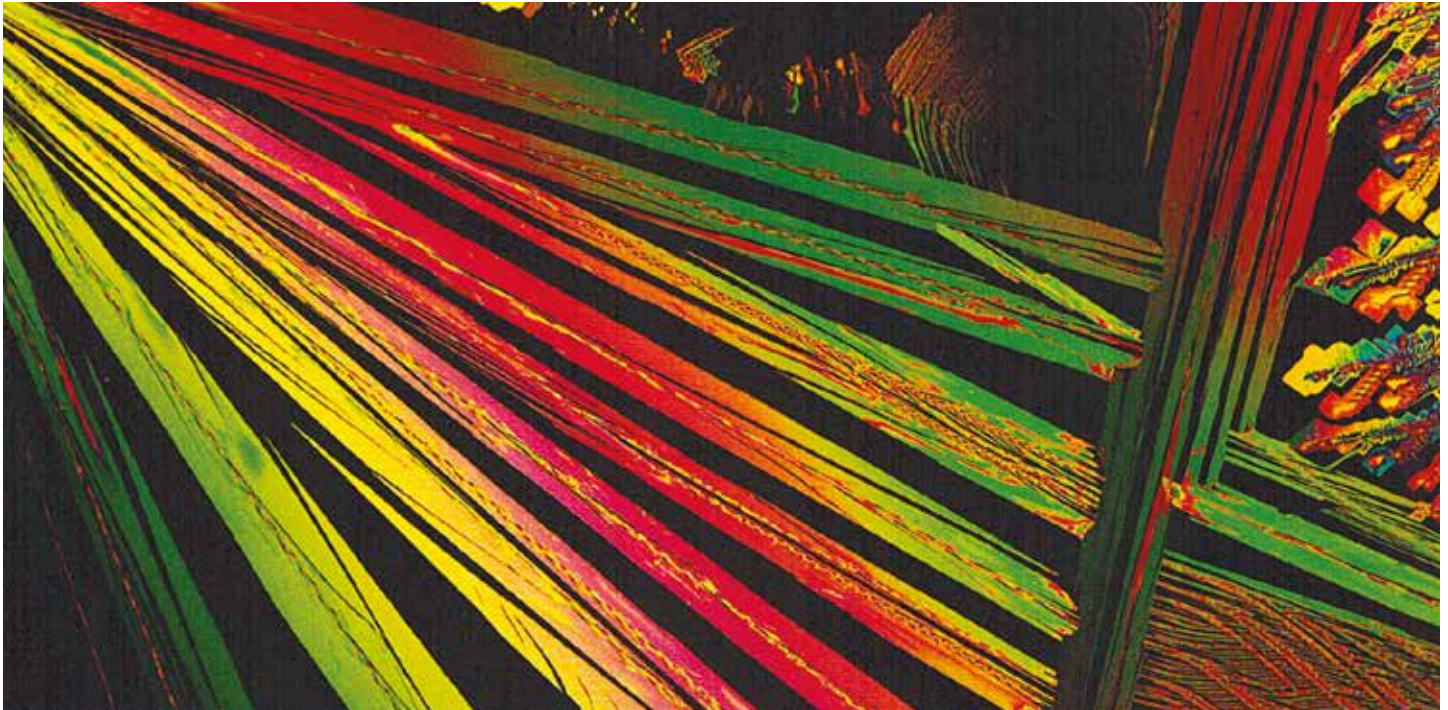
Ora anche l'esperienza dell'acquisto è divenuta un'emozione "globale". *Cool hunter, buyer*, addetti *marketing* e pubblicitari vivono freneticamente un mondo in divenire, con un mercato che ha bisogno di stimoli sempre nuovi e *concept* sempre diversi. Influenze *vintage*, minimaliste o neobarocche, geometriche come organiche, revisioniste e postmoderne evidenziano una libertà di stili, materiali e tecniche che ci conferma la vitalità creativa e commerciale del settore, già entrato a pieno titolo nei territori affascinanti dell'*e-commerce*.

Prezioso, non prezioso, *fashion*, forse semplicemente "narrativo". Il gioiello contemporaneo racconta qualcosa di noi, delle nostre vite, dei nostri bi/sogni. Si dice sempre che l'artista usa le cose come metafora del proprio pensiero, mentre il collezionista le mitizza mostrandole nel pudore dell'accumulo. Ecco, il gioiello dovrebbe raccontarsi esattamente per quello che è, mostrando con classe e naturalezza le proprie forme più nascoste. Non parliamo più di ornamento, di decoro o di superfluo, quanto della rappresentazione di una complessa e significativa identità. Tutto scorre veloce nel nuovo mondo digitale: ma il futuro arriva pur sempre un giorno alla volta.

industry, the primary importance attributed to design and research - not least the global crisis that has now affected us for years - are all elements that can make us reflect and direct us to the jewel of the future.

Now even the experience of a purchase has become a "global" sensation. *Cool hunters, buyers, marketing* and advertising professionals living a frantically changing world, with a market that always needs new and different *concept*. *Vintage*, neo-baroque or minimalist influences; geometric or organic, revisionist and postmodern, show a freedom of styles, materials and techniques that confirms the creative and commercial vitality of the sector, already fully immersed into the fascinating territory of the *e-commerce*.

Precious, non-precious, *fashionable*, or perhaps simply "narrative." Contemporary jewelry tells us something about ourselves, our lives, our needs and dreams. It is always said that the artist uses things as metaphors of his own thoughts, while the collector mythicize showing, with modesty, his accumulation. Instead the jewel should tell exactly what it is showing with class and ease with its most hidden forms. No more talk of ornamental decoration or superfluous, as the representation of a complex and meaningful identity. Everything runs fast in the new digital world, but the future still comes day after day.







Tortuga, i Caraibi da indossare

di Francesco Maria Rossi

I nuovi prodotti in argento dorato

Dall'India all'Andalusia ai Caraibi. Giovanni Raspini attraversa l'oceano e crea *Tortuga*, la nuova collezione autunno inverno 2013 dedicata alle straordinarie suggestioni delle isole caraibiche.

Collane, orecchini, bracciali realizzati con placche e anelli in tartaruga ecologica, accompagnati da decori di borchie e boule in argento dorato. Il fascino dei tramonti e delle notti tropicali per un gioiello "invernale" importante e variegato, ricco di riflessi ambrati e lucentezza aurea. Giovanni Raspini ha cercato un indosso morbido, caldo, pieno di sfumature e forme che giocano col cerchio: un gioiello per una donna dalla personalità forte, piena di passione e gioia di vivere.

Tortuga significa colore, calore e musica. Mix esplosivo di culture creole e vitalità caraibica: mare, sole, rum, ritmi irrefrenabili e giovani innamorati che ballano fino all'alba. Cuba, le Antille, Bahamas, Giamaica, Trinidad e Tobago. E *Tortuga*, l'isola haitiana a nord di Hispaniola, covo dei bucanieri e del Corsaro Nero.

La donna di Giovanni Raspini sta attraversando il mondo, seguendo il mood e le suggestioni dell'argentiere toscano, le tendenze di una moda sempre in cammino. L'India dei Maharaja, l'Andalusia dei Gitanes e adesso il mar dei Caraibi: un sogno di fascino e bellezza che si fa destino di perfezione creativa.

From India to Andalusia to the Caribbean Sea. Giovanni Raspini crosses the ocean and creates *Tortuga*, the new Autumn-Winter 2013 dedicated to the extraordinary charm of the Caribbean islands.

Necklaces, earrings, bracelets made with plates and rings in ecological turtle, accompanied by decorative studs and boules in gilded silver. The fascination of tropical sunsets and nights are suited for an important, variegated, winter jewel, rich with amber reflections and golden sheen. Giovanni Raspini created a soft, warm wear, full of shades and shapes that play with the circle: a jewel for a woman with a strong personality, full of passion and zest for life.

Tortuga means color, warmth and music. An explosive mix of Creole cultures and Caribbean vitality: sea, sun, rum, rhythms and irrepressible young lovers dancing until dawn. Cuba, the Caribbean, Bahamas, Jamaica, Trinidad and Tobago. And *Tortuga*, the island of Haiti north of Hispaniola, the lair of buccaneers and of the Black Corsair.

The woman of Giovanni Raspini travels across the world, according to her mood and the hints given by the Tuscan silversmith, the trends of a fashion always on the move. India of the Maharajas, Andalusia of Gitanes and now the Caribbean: a dream of beauty and charm that becomes the destiny of creative perfection.









Lion Mama, Piume e Scacciastreghe

di Francesco Maria Rossi

I nuovi prodotti in argento per l'autunno inverno 2013

Un autunno inverno che scalda il cuore: *Lion Mama, Piume e Scacciastreghe* sono le tre collezioni in argento create da Giovanni Raspini per la prossima stagione del gioiello.

Lion Mama è dedicata a tutte le mamme del mondo, come simbolo di vita, amore e protezione. Con la maternità anche la ferocia spietata della leonessa cacciatrice si trasforma nell'enorme dolcezza della femmina che ha appena partorito un piccolo. Nell'Africa delle savane nascono così anelli, pendenti e orecchini di grande effetto plastico, realizzati in microfusione ed elettroformatura. Il leoncino indifeso, la madre affettuosa che lo protegge con l'istinto naturale dell'amore, trasmettono un senso di grande serenità, regalando forza, emozione e dolcezza a chi indossa *Lion Mama*.

Con *Piume*, la creatività di Giovanni Raspini danza alla ricerca della leggerezza. Ecco così un meraviglioso decoro in piuma singola valorizzato dalla texture e brunitura dell'argento. Due collane (di cui una longuette), un pendente, una spilla, bracciali, orecchini e anelli (sia a fascia che muniti di cristalli sfaccettati "occhio di gatto" in tre colori). Gioielli in microfusione che solo l'argentiere toscano sa realizzare con l'eleganza sorprendente della semplicità. Argento che da pura materia si fa bellezza.

Scacciastreghe nasce da mille suggestioni magiche, come collezione portafortuna di tema scaramantico ed esoterico, realizzata con minuscoli specchi in due dimensioni, decori di argento brunito e corallo rosso. Ci piace credere - come si è fatto per secoli e millenni - che grazie ad uno specchio o con un frammento di metallo lucido, riflettente, si possano allontanare incantesimi ed invidie, ponendo fine al potere nefasto di persone o entità malefiche. Per *Scacciastreghe*, l'argentiere toscano ha

A fall winter that warms the heart: *Lion Mama, Piume and Scacciastreghe*, are the three silver collections created by Giovanni Raspini for the forthcoming jewellery season.

Lion Mama is dedicated to all mothers of the world, as a symbol of life, love and care. With motherhood, even the merciless ferocity of hunting lioness, turns into the enormous sweetness of a female who has just given birth to a cub. In the African savannah, rings, pendants and earrings are of great plastic impact. Realized by casting and electroforming. The helpless lion cub, the affectionate mother that protects him with her natural instinct of love, convey a great sense of serenity, infusing strength, feelings and sweetness to the wearer of *Lion Mama*.

With *Piume* (feathers) Giovanni Raspini's creativity dances in search of lightness. Here is a marvelous decor, a single feather highlighted by the texture and browning of the silver. Two necklaces (one of which a longuette), a pendant, a brooch, bangles, earrings, and rings (both as band and studded with faceted crystals "cat's eye" in three colours). Micro-casting jewels which only the Tuscan Silversmith is able to create with the surprising elegance of simplicity. Silver that from simple matter turns into beauty.

Scacciastreghe (withch-chaser) derives from thousands of magical hints, the luck-bringing collection with a superstitious and esoteric theme, made of tiny mirrors in two sizes, patterns of burnished silver and red coral. We like to believe - as we have done for centuries and millennia - which, thanks to a mirror or with a fragment of polished metal, reflecting, one may remove spells and envy, putting an end to the nefarious powers of evil persons or entities. For *Scacciastreghe*, the Tuscan silversmith has created a



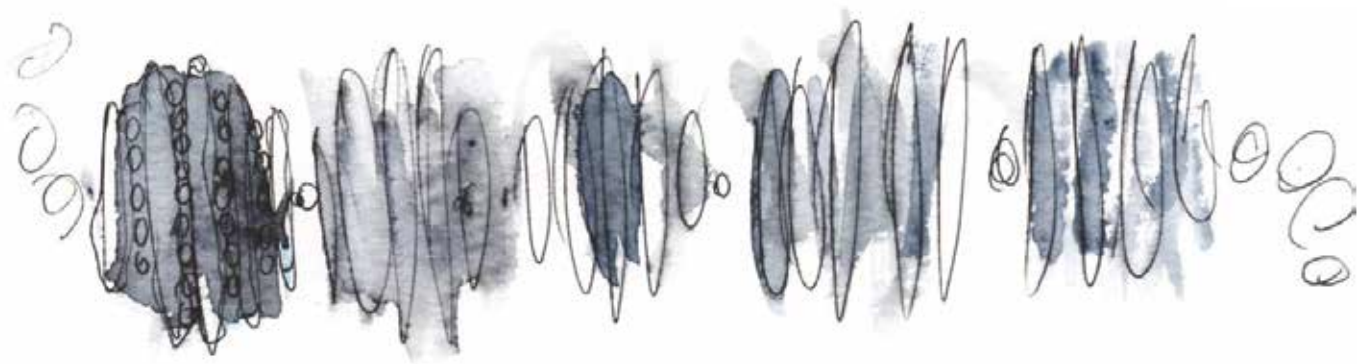




realizzato una collana, due bracciali, un bangle, quattro tipi di orecchini (due muniti del tradizionale corallo), due spille (anch'esse con o senza corallo) e un charm. La luce dell'argento e quella degli specchi creano dei veri e propri "riflessi da passeggio": indossando *Scacciastreghe* si acquista gioia, tanta fortuna e lo stile inimitabile di Giovanni Raspini.

necklace, two bracelets, a bangle, four types of earrings (two bearing the traditional coral), two pins (also with or without coral) and a charm. The light of silver and of the mirrors generates some real "walker's reflections": wearing *Scacciastreghe* you gain happiness, luck and the inimitable style of Giovanni Raspini.





www.raspini.it