

La Gazette 55

il giornale di **GIOVANNI RASPINI**

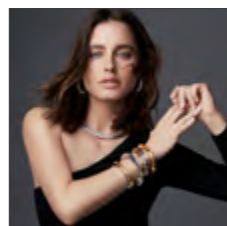
l'estate di
Matilde





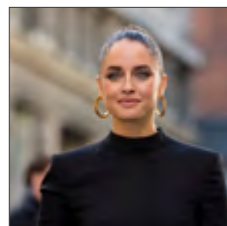
Il Punto di Giovanni e Claudio
di Giovanni Raspini e Claudio Arati

4



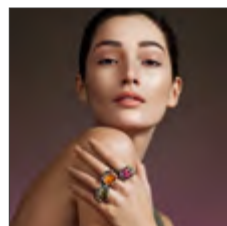
La nuova campagna pubblicitaria 2024
di Fiamma Niccolai

6



Matilde Gioli, un ritratto
di Francesco Maria Rossi

14

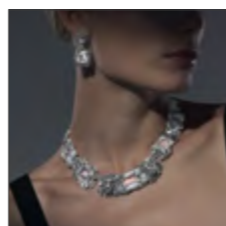


**La nuova collezione
Primavera Estate 2024**
di Andrea De Paolis

16

Babylon, o della bellezza luminosa
di Fiamma Niccolai

22



**Nuove aperture a Venezia,
Bologna e Roma**
di Andrea De Paolis

30



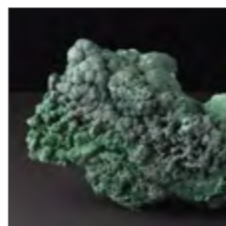
**L'intervista incrociata a
John Jonk & Richard Kerr**
di Francesco Maria Rossi

36



Gioielli dal cuore della Terra
di Francesco Maria Rossi

44



primavera-estate 2024

La Gazette 55

Il Punto di Giovanni e Claudio

di Giovanni Raspini e Claudio Arati

Siamo sempre affascinati dal progettare. Progetto, bellissima parola. Significa gettare qualcosa in avanti. Ha la stessa origine di proiettile, uno strumento di guerra, ma anche di proiettore, la macchina che ci consente di vedere i film. Per noi, però, significa soprattutto creare bellezza, ideare qualcosa, pianificandone le modalità attuative. Presi dall'ispirazione, a volte occorre persino frenarsi, per non prendere troppe strade diverse, concentrando invece sul fare bene quello che si fa. Temi e variazioni su progetti, idee, disegni che, alla fine, nel nostro caso, diventano gioielli di materia preziosa. Gioielli come quelli che vi proponiamo per la primavera estate 2024, a volte estremamente semplici ed essenziali, che però nascono da una complessità iniziale, da una ricerca continua di sintesi stilistica ed eccellenza realizzativa. Per non dimenticare mai che spesso "semplice" è proprio il contrario di "facile", come momento conclusivo di un percorso di crescita e consapevolezza. Ma veniamo alle parole e alle immagini della Gazette: vi raccontiamo molte cose in questo numero. Ci sta particolarmente a cuore la nuova campagna 2024, che vede come primadonna l'attrice Matilde Gioli. Quest'anno il nostro brand compie una scelta ben precisa, con la volontà di progettare (ancora la parola d'esordio...) un'estetica sintetica ed elegante. La campagna, dal titolo *Questa è la mia natura*, nasce da una riflessione sul mondo contemporaneo: ridurre al minimo per valorizzare al massimo le cose essenziali. Matilde Gioli interpreta la donna Giovanni Raspini: è stata scelta come testimonial proprio per il suo carattere forte e indipen-

We are always fascinated by the project. Project is a great word: it also means to take something forward, projecting it into the future. It has shared roots with 'projectile' – an instrument of war – but also with 'projector' – a machine we use to watch films. But for us, projecting is all about creating beauty, devising something and making it real. Sometimes, in the throes of inspiration, we have to restrain ourselves to avoid taking too many different paths, and instead focus on doing what we do well. In our case, that would be themes, variations on projects, ideas and designs that ultimately become beautiful pieces of jewellery, like the pieces in our spring-summer 2024 collection. Some of them might look minimalist and simple in their design, but they all come from complex beginnings, carefully studied in a continuous search for stylistic synthesis and exquisite rendering. We must never forget that 'simple' is often the exact opposite of 'easy' - if anything, it's the culmination of a journey of growth and awareness. But now to the words and images in the Gazette: we've got lots to tell you in this issue. The new 2024 campaign, featuring actress Matilde Gioli in the starring role, is particularly close to our hearts. This year, our brand is making a very specific choice to project (there's that word again!) a refined and elegant aesthetic. The campaign, *This is My Nature*, stems from a reflection on the contemporary world: minimising things in order to maximise the essentials. Matilde Gioli is the iconic Giovanni Raspini

dente, libero. Nei nostri gioielli trova la possibilità di esprimere ed affermare se stessa, in un dialogo continuo fra sentire personale e bellezza. In questo numero della Gazette parliamo anche dell'evento milanese dedicato lo scorso autunno ai gioielli in edizione limitata *Babylon*, vi raccontiamo poi delle ultime aperture di negozi e delle nuovissime collezioni per la primavera estate 2024. Ed infine un'anticipazione della prossima grande mostra di pezzi unici Super Stones e l'intervista a due nostri amici giramondo, i cosmopoliti John e Richard. Buona lettura.

woman: she was chosen as the testimonial precisely because of her strong, independent and forthright character. Our jewellery empowers her to express and assert herself in a continuous exchange between personal sensibility and beauty. In this issue of the Gazette, we're also covering last autumn's event in Milan, dedicated to the limited-edition *Babylon* collection. What's more, we'll be telling you about the latest store openings and our brand-new collections for spring-summer 2024. To wrap up, there's a preview of the next Super Stones exhibition and an interview with two of our globetrotting friends, the cosmopolitan duo John and Richard. Happy reading!





La nuova campagna pubblicitaria 2024

di Fiamma Niccolai

Forza ed essenzialità per una nuova immagine femminile

Le campagne pubblicitarie realizzate da Giovanni Raspini nel corso del tempo sono una preziosa testimonianza dell'evoluzione continua del linguaggio visivo e narrativo del brand. Quest'anno lo stilista toscano del gioiello compie una scelta ben precisa, adottando un'estetica sintetica e minimalista, asciutta ed elegante. La campagna, dal titolo *Questa è la mia natura*, è una vera dichiarazione d'intenti, frutto di una riflessione sulla realtà contemporanea: ridurre al minimo per valorizzare al massimo le cose essenziali.

Nel 2024 il brand procede ulteriormente nel proprio percorso estetico e comunicativo, affidando all'attrice italiana Matilde Gioli il compito di interpretare la donna Giovanni Raspini: forte, sicura e libera. Matilde è stata scelta come testimonial proprio in virtù del suo carattere indipendente e volitivo. È femminile senza essere stereotipata, forte senza risultare intransigente, consapevole delle scelte fatte nella vita e sul lavoro. Nei gioielli di Giovanni Raspini trova una voce per la sua unicità ed un mezzo per esprimere se stessa, in un dialogo intimo fra personalità e bellezza. Insieme alla giovane attrice, protagonisti della campagna sono i gioielli più iconici del brand, in assoluta continuità con la ricerca di uno stile puro ed essenziale.

The advertising campaigns created by Giovanni Raspini over time are a precious testimony to the continuous evolution of the brand's visual and narrative idiom. This year, the Tuscan jewellery designer makes a very precise choice, adopting a concise and minimalist aesthetic that is understated yet elegant. The campaign, entitled *This is my nature*, is a true statement of intent, the result of a reflection on contemporary reality: reducing designs to the bare minimum in order to fully enhance their essence.

In 2024, the brand went further in its aesthetic and advertising journey, entrusting the Italian actress Matilde Gioli with the task of interpreting the Giovanni Raspini woman: strong, self-assured and free. Matilde was chosen as an ambassador precisely on account of her strong and independent character. She is feminine without evoking stereotypes; she projects strength without being uncompromising and she has conviction about her life and career choices. In the Giovanni Raspini jewellery range, she finds a voice for her uniqueness and a mean to express herself in an intimate exchange between personality and beauty. Together with the young actress, the stars of the campaign are the brand's most iconic jewellery pieces, in total continuity with the search for a pure and minimal style.



Regista e fotografo autore della campagna è lo spagnolo Alvaro Beamud Cortés, artista di livello internazionale che vive fra Parigi e Milano. Egli ha firmato alcune delle più belle copertine di moda degli ultimi anni, nonché importanti campagne adv, divenute fortemente iconiche. Collabora con titoli come Vogue, Harper's Bazaar e le maggiori testate del settore.

Sia per lo shooting fotografico che per il fashion film, Cortés si è ispirato ad un concept ben preciso che dà appunto il nome alla campagna, *Questa è la mia natura*, esplorando per immagini e valorizzando il carattere e l'intimità unica e profonda della testimonial. Per le foto ha scelto cromatismi eleganti e di grande personalità, con una luce morbida e pacata che abbraccia dolcemente il corpo e fa dialogare l'abbigliamento black and white col fondale neutro. Questo mood è stato ripreso e sviluppato anche per le riprese del fashion film, da cui sono tratti gli spot pubblicitari. Su un'alternanza video di movimenti, dettagli, espressioni e pose, Matilde Gioli racconta se stessa e la propria natura in "voice over", con delle dichiarazioni ad effetto.

Director and photographer of the campaign is the Spanish Alvaro Beamud Cortés, an international artist who lives between Paris and Milan. He has created some of the most beautiful fashion covers in recent years, as well as several milestone, iconic advertising campaigns. He collaborates with publications such as Vogue, Harper's Bazaar and the major magazines in the sector.

For both the photo shoot and the fashion film, Cortés was inspired by a very precise concept that gives the campaign its name, *This is my nature*, exploring through images and enhancing the brand ambassador's unique and deep character and intimacy. For the photos, he chose elegant colourings with great personality, with a soft and calm light that gently embraces the body and allows the black and white clothing to interact with the neutral background. This mood was also taken up and developed for the shooting of the fashion film, from which the adverts will be taken. In a video alternation of movement, details, expressions and poses, Matilde Gioli tells of her life and how she sees herself, making effective statements.





Fraasi brevissime e potenti, che ci rivelano l'emozione profonda di una donna. Il concept di campagna diventa così anche elemento conclusivo dello spot.

Nella sua continua ricerca della bellezza, Giovanni Raspini esplora una dimensione sempre più profonda, fatta di segni essenziali. È la natura che risiede in ognuno di noi, un paesaggio interiore ricco di sfumature e storie vere. Così, ciò che sembra quasi un "detour" rispetto al passato, è in realtà il punto di arrivo di un percorso concettuale complesso ed articolato, con un fil-rouge creativo che guarda pienamente al futuro. Questo approccio permette di concentrarsi sull'essenziale, ovvero la purezza del design, l'eleganza dell'artigianato e l'espressione autentica della natura attraverso i gioielli.

La campagna pubblicitaria 2024 di Giovanni Raspini interpreta un nuovo capitolo nella storia di un marchio in continua evoluzione, dove l'artigianalità non è solo un mestiere antico, ma una vera e propria forma d'arte contemporanea.

Short, incisive phrases that reveal the depth of a woman's innermost feelings. The campaign concept thus also becomes the final element of the advert.

In his continuous search for beauty, Giovanni Raspini explores an ever-deepening dimension, made up of essential signs. It is the nature that resides within each of us, an inner landscape rich in nuances and true stories. Thus, what may seem to be almost a "departure" from the roadmaps of the past, is actually the end point of a complex and detailed conceptual journey, with a creative thread that looks to the future with determination. This approach focuses on the essentials, namely the purity of design, the elegance of craftsmanship and the authentic expression of nature through jewellery.

Giovanni Raspini's 2024 advertising campaign interprets a new chapter in the history of a brand in continuous evolution, where craftsmanship is not only an ancient craft but a truly contemporary art form.



Matilde Gioli, un ritratto

di Francesco Maria Rossi

Il nuovo volto di Giovanni Raspini

Un sorriso da Millennial illuminato dai bellissimi occhi azzurri. Poco più di 30 anni e già tanti successi nel mondo del cinema e della televisione. Stiamo parlando di Matilde Gioli, l'attrice scelta da Giovanni Raspini come testimonial del brand. “Questa per me è un’esperienza nuova e stimolante”, ci dice Matilde, “perché i gioielli sono anche espressione della nostra anima ed io amo le sfide di ogni giorno. Adoro le creazioni di Giovanni Raspini per la loro armonia tra forza e femminilità. Un’eleganza sincera che tocca il cuore”.

Quella di Matilde Gioli è una carriera segnata da un felicissimo debutto ne *Il capitale umano* di Paolo Virzì, pellicola vincitrice del David di Donatello 2014. Nata a Milano da madre toscana e padre pugliese, Matilde è molto legata alla città della Madonnina, di cui interpreta il sentimento contemporaneo di un perenne e dinamico cambiamento, anche in virtù del quartiere che spesso la ospita quando non è a Roma, quella zona Tortona divenuta uno dei luoghi più cool e creativi della città. Dopo il diploma liceale al prestigioso Cesare Beccaria, Matilde Gioli si laurea in filosofia presso la Statale di Milano. Poi l’incontro, quasi casuale, con la recitazione.

La scopre Paolo Virzì e ne intuisce lo stile attoriale spontaneo, ma anche la voglia di crescere e migliorarsi, grazie ad una determinazione ed umiltà che le consentono di guardare al futuro come un traguardo continuo di esperienze e successi.

A Millennial smile lit up by beautiful blue eyes. She is just over 30 years old and has already had considerable success in the world of cinema and television. We are talking about Matilde Gioli, the actress chosen by Giovanni Raspini as a brand ambassador. “This is a new and stimulating experience for me,” Matilde tells us, “because jewellery is also an expression of our soul and I love everyday challenges. I love Giovanni Raspini’s creations for the way they create harmony between strength and femininity. It is an authentic type of elegance that touches the heart”.

Matilde Gioli’s career is marked by a very successful debut in Paolo Virzì’s *Human Capital*, a film that won the 2014 David di Donatello award. Born in Milan to a Tuscan mother and Apulian father, Matilde has close ties to the city of La Madonnina, whose contemporary feel she interprets, a sense of constant and dynamic change, also because of the neighbourhood in which she often stays when she is not in Rome, that Tortona area that has become one of the coolest and most creative places in the city. After graduating from the prestigious Cesare Beccaria, Matilde Gioli graduated in philosophy from the University of Milan. Then, almost at random, she encountered the world of acting.

Paolo Virzì discovered her and intuited her spontaneous acting style, but also her desire to grow and improve, due to a determination and humility that allow her to look to the future as a continuous path of experiences and successes.

Dal suo debutto, Matilde Gioli ha interpretato una ventina di film al cinema e ha fatto molta televisione: ricordiamo *Gomorra*, ma soprattutto *Doc - Nelle tue mani*, serie Rai da record, dove dal 2020 interpreta con successo il medico internista Giulia Giordano. Nel 2022 è anche conduttrice del primo reality italiano di Netflix, *Summer Job*, e nel 2023 esordisce da protagonista in *Fernanda*, film tv di Rai 1.

“Oggi ho finalmente trovato me stessa”, rivela Matilde, “e non solo sul lavoro, che mi sta dando grandi soddisfazioni. Mi riferisco all’uomo della mia vita, Alessandro, ed a questa incredibile passione per i cavalli sbocciata durante le riprese dei *Moschettieri del Re* di Giovanni Veronesi. Due modi diversi ma complementari di amare e di esserci che, dopo un periodo molto triste, segnato dalla morte di mio padre, mi hanno restituito una gran voglia di vivere, di fare, di confrontarmi apertamente col mondo”.

Since her debut, Matilde Gioli has starred in about twenty films and appeared in a lot of television: there is of course *Gomorra*, but above all *Doc – In your hands*, a record-breaking Rai series, in which she has successfully played the internist, Giulia Giordano, since 2020. In 2022, she also hosted the first Italian reality show on Netflix, *Summer Job*, and in 2023 she debuted as a protagonist in *Fernanda*, a TV movie on Rai 1.

“Today I have finally found myself,” Matilde reveals, “and not only professionally speaking, which is giving me great satisfaction. I am referring to the man in my life, Alessandro, and to this incredible passion for horses that blossomed during the filming of Giovanni Veronesi’s *The King’s Musketeers*. These are two different but complementary ways of loving and existing that, after a very sad period, marked by my father’s death, have restored in me a great desire to live, to do things, and to openly face the world”.





La primavera estate 2024

di Andrea De Paolis

Leggerezza, personalità ed eleganza che si fanno stile

Nel segno distintivo della bellezza, Giovanni Raspini lancia un messaggio chiaro e preciso per la primavera estate 2024: ripensare la propria identità con leggerezza ed eleganza, attraverso un processo di semplificazione che aspira ad esaltare l'essenza della forma. La nuova proposta creativa per la prossima stagione nasce nel solco della continuità stilistica del brand, con una rilettura fortemente contemporanea dell'anima figurativa e animalier. I tratti iconici del marchio vengono alleggeriti e ridotti, lasciando trasparire una evoluzione inevitabile, riflesso del tempo che viviamo. Cinque le collezioni principali per la primavera estate: *Anelli Color*, *Blossom*, *Mini Drops*, *Coral* e *Mini Cerchi*.

L'argento brunito, fuso con l'antica tecnica della cera persa, incontra il quarzo idrotermale: dal dialogo fra luce e ombra nascono i quattro meravigliosi *Anelli Color*. Pienamente appartenenti al mondo animalier di Giovanni Raspini, mostrano quattro decori diversi che vanno ad "abbracciare" la pietra e sovrastano i castoni, abbelliti da un fregio vegetale, creando una sorta di micro universo. Ecco il Leopardo (col quarzo color citrino), il Serpente (quarzo color ametista), la Tartaruga marina (quarzo color acquamarina) ed il Coccodrillo (quarzo color verde).

Blossom è la collezione a tema floreale che regala tutto il fascino cromatico delle perle rosa naturali di acqua dolce, con sfumature delicate e sempre lievemente diverse nella loro armonia. Per dare ancora maggiore luminosità, le perle sono state abbinare ad elementi in argento brunito trattati con la tec-

In a distinctive approach to beauty, Giovanni Raspini launches a clear and precise message for spring and summer 2024: a rethink of its identity, leaning towards lightness and elegance through a process of simplification that strives to enhance the essence of form. The new creative range for the next season follows the brand's stylistic legacy, with a decidedly contemporary reinterpretation of the figurative and animalier spirit. The brand's iconic features are lightened and pared down, revealing an inevitable evolution, a reflection of the time in which we live. This Spring/Summer edition comprises five collections: *Color Rings*, *Blossom*, *Mini Drops*, *Coral* and *Mini Hoops*.

Burnished silver, forged using the ancient lost-wax casting technique, is combined with hydrothermal quartz: the four exquisite *Colour Rings* emerge from the interplay between light and shade. Unmistakably crafted in the Giovanni Raspini animalier mould, they feature four different decoration motifs that "embrace" the stone and surmount the bezels, embellished with a plant frieze, creating a veritable micro-universe. Here are the Leopard (with citrine-coloured quartz), the Snake (amethyst-coloured quartz), the Sea Turtle (aquamarine-coloured quartz) and the Crocodile (green-coloured quartz).

Blossom is the floral-themed collection that bears all the chromatic charm of natural pink freshwater pearls, with del-

nica della “diamantatura” e che raffigurano minuscoli fiorellini. *Blossom* è declinata in una collana, una collana modello Chanel con catena martellata, un pendente, due bracciali, due anelli e una coppia di orecchini.

Piccole e delicate perle di acqua dolce sono ancora le protagoniste della collezione *Mini Drops*. Un tradizionale argento brunito, modellato come luminose sferette, va a incastonare le perle, creando un gioiello pensato per l'indosso quotidiano pervaso da un tocco di classica eleganza. La collezione propone una collana, un pendente, un bracciale (tutti e tre con inserimenti di catena martellata), un anello e una coppia di orecchini.

Il mondo marino è sempre stato motivo di gioia ed ispirazione per Giovanni Raspini. Con *Coral* il brand toscano crea nuovi gioielli strettamente in linea col DNA aziendale, rivisitati all'insegna della freschezza stilistica e di una dimensione ridotta che possa favorire l'indossabilità e la leggerezza. La collezione è realizzata in argento e argento dorato, con un ampio ventaglio

icate shades that harmonise with infinite variations. In order to project even greater brightness, the pearls have been combined with diamond-dressed burnished silver highlights depicting minute flowers. The *Blossom* collection comprises a necklace, a long necklace with a hammered chain, a pendant, two bracelets, two rings and a pair of earrings.

Small and delicate freshwater pearls return as the stars of the *Mini Drops* collection. Delicate pearls are set in a traditional burnished silver base fashioned in luminous spherules to create a piece of jewellery designed for everyday wear yet imbued with a touch of classic elegance. The collection is composed of a necklace, a pendant, a bracelet (all three with hammered chain inserts), a ring and a pair of earrings.

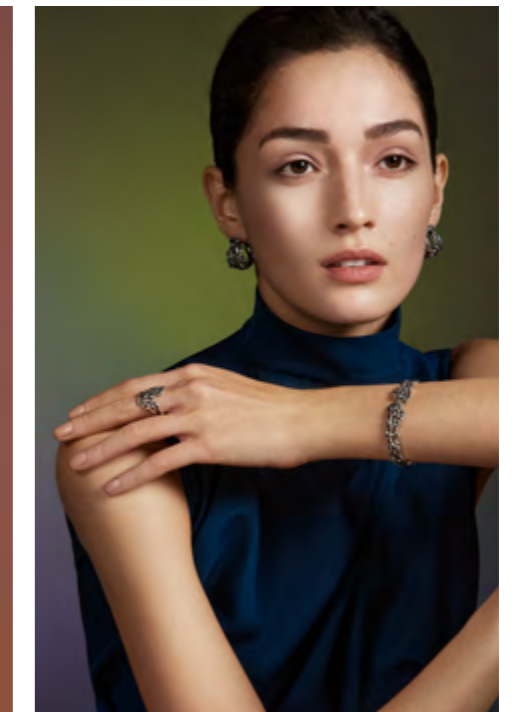
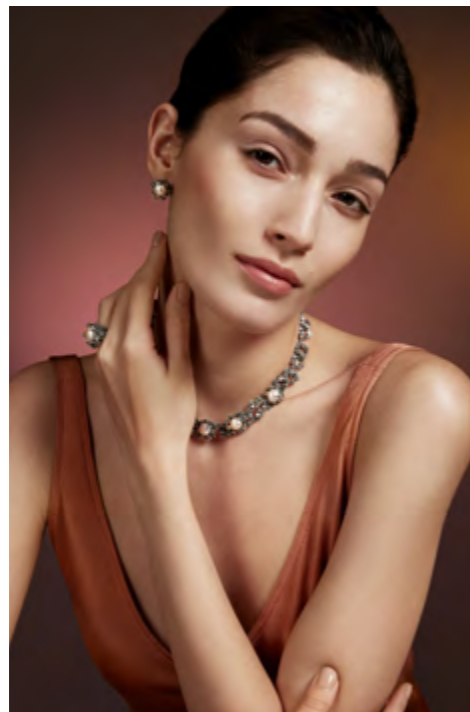
The marine world has always been a source of joy and inspiration for Giovanni Raspini. With *Coral*, the Tuscan brand creates new pieces of jewellery that are rigorously aligned with the brand's foundational expression, revisited with stylistic freshness and a reduced size that enhances wearability and lightness. The collection is crafted in silver and gilded sil-

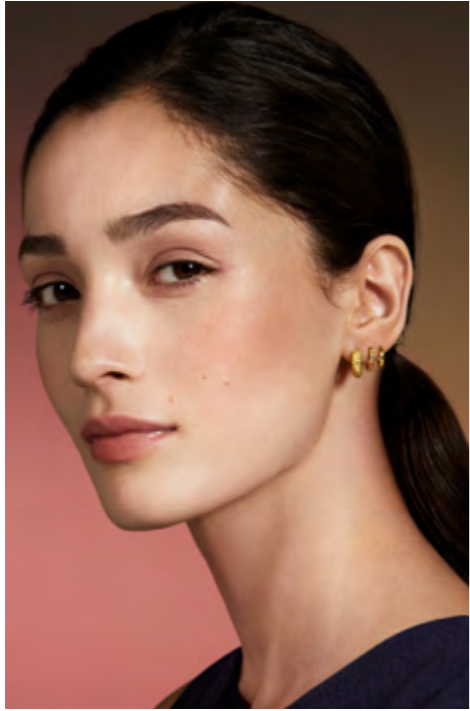
di proposte per entrambe le varianti: un bracciale, due collane, due anelli, quattro orecchini (di cui una coppia “ear cuff” destra/sinistra, sperimentando così la forma che va ad avvolgere il padiglione auricolare).

La proposta creativa per la prossima stagione vede un vero exploit nel mondo degli orecchini. Realizzati in argento e argento dorato, sono declinati in un totale di tredici modelli, con un'idea stilistica precisa, ma decori diversi. Ci sono gli Essentials: cinque diversi tipi di orecchini a cerchio minimal e lineari, perfetti per un indosso multiplo e per accompagnare gioielli più vistosi. Gli altri otto pezzi in fusione vengono proposti nella collezione Orecchini Huggie. Essi ripropongono elementi decorativi di successo come quelli Perlage, oppure rigati, con minuscole viti, o con micro inserimenti in zirconio (sia trasparente che multicolore), ed ancora il decoro viene affidato al logo iconico di Giovanni Raspini, dislocato sulla circonferenza stessa del cerchio. Grazie alla chiusura “a scatto”, gli Orecchini Huggie garantiscono una facile indossabilità, caratterizzata da una delicata e luminosa eleganza.

ver, with a wide range of options in both variants: a bracelet, two necklaces, two rings, and four pairs of earrings (including a right/left “ear cuff” pair, thus experimenting with the shape that envelops the auricle).

The creative range for next season launched a veritable exploit in the world of earrings. Crafted in silver and gilded silver, they come in a total of thirteen models, with a precise stylistic idea, but different decorations. There are the Essentials: five different types of minimal and linear hoop earrings, perfect for multiple wear and to accompany more striking jewellery. The other eight die-cast pieces are proposed in the Huggie Earrings collection. They reproduce successful decorative elements such as those of Perlage, or striped elements, with tiny screws or zircon micro inserts – both transparent and multi-coloured. The highlight of the decoration is the iconic Giovanni Raspini logo, which adorns the hoop's circumference. Elegantly delicate and lustrous, the Huggie Earrings are easy to wear thanks to their snap-action clasp.







Babylon, o della bellezza luminosa

di Fiamma Niccolai

L'evento di presentazione a Milano

Lo scorso novembre la città di Milano ha fatto da cornice per il lancio della collezione in edizione limitata Babylon, disegnata da Giovanni Raspini. Il brand ha voluto presentare i meravigliosi gioielli ad alcuni selezionatissimi ospiti, amici della maison, con una elegante cena che si è tenuta presso la suggestiva terrazza del noto ristorante milanese Cavoli a Merenda.

Nella collezione Babylon, il fascino del mondo animalier incontra lo spirito degli effervescenti anni Trenta, dando vita a gioielli unici. Creazioni in edizione limitata che fondono, con eleganza ed originalità, l'eccellenza artigianale alle suggestioni Art Déco: l'argento, luminosissimo, fuso a cera persa, prende forma in geometrie precise e preziose, per abbracciare zirconi scintillanti.

Last November, the city of Milan was the setting for the launch of the Babylon limited edition collection, designed by Giovanni Raspini. The brand wanted to present the wonderful pieces of jewellery to some carefully selected guests, friends of the maison, with an elegant dinner that was held on the charming terrace of Milan's famous restaurant Cavoli a Merenda.

In the Babylon collection, the allure of the animalier world is combined with the spirit of the flamboyant Thirties, giving rise to unique pieces of jewellery. Elegant and original limited-edition creations that blend artisanal excellence with Art Deco inspirations: sparkling silver, created using lost-wax casting, takes shape in precise and precious geometries, embracing sparkling zircons.

“Ho sempre subito il fascino dell’Art Déco, il movimento che nasce col celebre salone parigino del 1925”, racconta Giovanni Raspini, “ma ciò che mi piace è la vera e propria esplosione di segni che il nuovo stile determinò nell’arco di un ventennio in tutto il nostro mondo. Negli Stati Uniti il Déco ebbe enorme influenza in architettura, nel design, nell’arredamento, nel progetto industriale e automobilistico. Fu un periodo davvero stimolante: dopo la Grande Depressione del Ventinove, tutto rifiorì con grande dinamismo, fiducia nel futuro e tanta voglia di vivere.

“I’ve always been fascinated by Art Deco, the movement that began with the famous Parisian salon of 1925,” says Giovanni Raspini, “but what I like is the veritable explosion of motifs that the new style brought about over a twenty-year period throughout our world.” In the United States, Déco had a huge influence on architecture, furniture styles, and industrial and automotive design. It was a really stimulating period: after the Great Depression of 1929, everything blossomed again with great dynamism, confidence in the future and a great desire to live.





La collezione è declinata in tre mondi stilisticamente autonomi, ma complementari ed uniformi. La prima creazione è la *collana Coccodrillo Palace* che fa dialogare le texture in argento brunito del grande rettile con degli inserimenti “architettonici” in stile déco e un sontuoso zircone trasparente. La *parure Leopard Empire* è composta da tre pezzi coordinati, sempre in argento brunito e grandi zirconi taglio carré (quadrato) e baguette (rettangolare). Infine ecco la *parure Lion Astoria*, costituita da un’importante collana e da due orecchini, tutto in argento brunito e zirconi taglio carré.

Babylon è il nuovo mondo sfolgorante di Giovanni Raspini, la collezione limited edition che regala bellezza ed eleganza senza confini.

The collection is grouped into three styles that are stylistically distinct, but uniform and complementary. The first creation is the *Crocodile Palace necklace* that combines the great reptile’s burnished silver textures with Art Deco “architectural” inserts and a sumptuous transparent zircon. The *Leopard Empire jewellery* set consists of three coordinated pieces, also in burnished silver, with large carré (square) and baguette (rectangular) cut zircons. Closing the collection, the *Lion Astoria jewellery* set consists of a statement necklace and two earrings, all in burnished silver and carré-cut zircons.

Babylon is Giovanni Raspini’s dazzling new world, a limited edition collection that conveys boundless beauty and elegance.





Nuove aperture a Venezia, Bologna e Roma

di Andrea De Paolis

Spazi contemporanei per Giovanni Raspini

La moda e il lusso come scenari. Il brand, la boutique e il cliente come architettura portante dell'opera. Realizzare un punto vendita di successo, presuppone oggi una sinergia complessa di competenze e profonde riflessioni. Parliamo di marketing avanzato, di un negozio multisensoriale ed interattivo, all'insegna della coerenza senza ripetizione e di uno stile efficace e essenziale, poiché per Giovanni Raspini lusso significa soprattutto rifiuto del superfluo.

Le nuove aperture degli ultimi mesi vanno ad aggiungersi alle 16 boutique monomarca e ai 9 corner presenti in department store quali Rinascente e Coin. Dopo la fortunata esperienza con il più importante aeroporto della capitale, quello di Roma Fiumicino, nell'ottica di uno sviluppo del "travel retail", un punto vendita Giovanni Raspini è stato inaugurato presso l'aeroporto Marco Polo di Venezia, ingresso privilegiato per il turismo in Laguna.

Fashion and luxury as backdrops. The brand, the boutique and the customer as the main architecture of the work. Creating a successful retail outlet today presupposes a complex synergy of skills and deep reflections. We are talking about advanced marketing, a multi-sensory and interactive store, offering consistency without repetition and an effective and essential style, since for Giovanni Raspini luxury means above all the rejection of the superfluous.

The new openings of recent months come in addition to the 16 single-brand boutiques and the 9 concessions present in department stores such as Rinascente and Coin. After the successful experience with the most important airport in the capital, Rome Fiumicino, with a view to developing "travel retail", a Giovanni Raspini store was inaugurated at the Marco Polo airport in Venice, a prestigious gateway for tourism in the Lagoon.





Inaugurata anche una boutique monomarca nel grande centro commerciale Shopville Gran Reno presso Bologna e un'altra nella galleria commerciale Porta di Roma, molto frequentata dagli abitanti della capitale. Questi due ultimi punti vendita, ambedue location d'alta fascia, fanno da apripista nel mondo "shopping center" e sono caratterizzati da un concept particolare, con le pareti espositive molto ampie, in linea con le esigenze del sito.

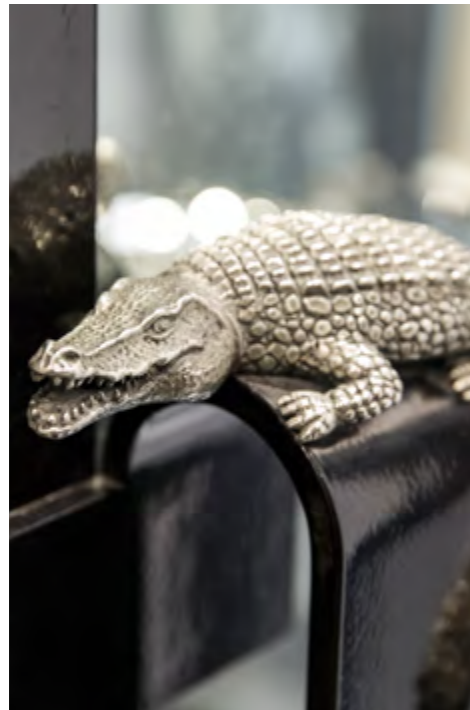
A single-brand boutique was also inaugurated in the large Shopville Gran Reno shopping centre near Bologna and another in the Porta di Roma shopping arcade, which is very popular with the capital's inhabitants. These last two retail outlets, both in high-end locations, are a trailblazer in the "shopping centre" world and feature a particular concept, with very large exhibition walls, in line with the needs of the site.





“Mi domandano spesso come concepiamo i nostri negozi”, dice Giovanni Raspini, “cosa chiedo allo store designer. Bene, noi amiamo il lusso essenziale, la ‘povertà’ delle forme e la ricchezza dei materiali. Nei nostri punti vendita tutto è fuori, esposto in bella vista in un ambiente lineare ed accogliente. Mobili ed allestimento in bianco/nero, ovvero luci ed ombre che si rincorrono. Il nero è il colore della meditazione, della calma interiore, il colore che regala ai riflessi lunari dell’argento un carattere del tutto particolare. Il bianco è il colore della luce e della gioia solare. Anche le vetrine sono ampie ed aperte”, conclude il designer, “un chiaro invito ad entrare, a prendere confidenza con le nostre creazioni, anche solo con la forza del desiderio”.

“People often ask me how we come up with the concepts for our stores,” says Giovanni Raspini, “and what I ask the store designer. Well, we love essential luxury: humble shapes and richness when it comes to materials. In our retail outlets, everything is out, displayed in plain sight in a linear and welcoming environment. Furniture and fittings in black and white, i.e. lights and shadows that chase each other. Black is the colour of meditation, of inner calm, the colour that gives the lunar reflections of silver a very special character. White is the colour of light and sunshine. The windows are also wide and open,” concludes the designer, “a clear invitation to enter, to familiarise oneself with our creations, even simply with the force of desire”.





L'intervista incrociata a John Jonk & Richard Kerr

di Francesco Maria Rossi

Cosmopoliti in Valdichiana

John Jonk (1959) e Richard Kerr (1959) sono una coppia nella vita oltre a collaborare in campo professionale. Canadese il primo, diplomatico di carriera per oltre trent'anni in ben quindici Paesi di cinque continenti. Oggi è consulente immobiliare per proprietà di lusso. Irlandese il secondo, artista pittore e decoratore: dopo gli studi a Bruxelles si è occupato di importanti progetti negli USA e in tutt'Europa. Attualmente è consulente interior designer. John e Richard si sono conosciuti nel 1989, e da allora hanno girato insieme il mondo. Nel 1997 sono arrivati per caso in Valdichiana - ospiti della famosa artista Isabelle de Borchgrave - e si sono innamorati di Monte San Savino (Arezzo), dove hanno deciso di stabilire la propria dimora.

Avete scelto la Toscana dopo aver vissuto in tutto il mondo. Secondo voi cosa rende così unica e desiderabile questa terra?

John / Secondo l'UNESCO l'Italia è il Paese col patrimonio culturale più importante al mondo. Questo potrebbe bastare, ma in realtà ho scelto col cuore e l'anima. Dal 1984 al 1988 ho lavorato come diplomatico a Roma e mi sono subito innamorato del vostro Paese, per certi versi contraddittorio, eppure sempre meraviglioso.

John Jonk (1959) and Richard Kerr (1959) are a couple in everyday life as well as collaborating in the professional field. The former is Canadian, and was a diplomat for over thirty years, living in fifteen countries on five continents. Today he is a real estate consultant for luxury properties. The latter is an Irish artist, painter and decorator: after studying in Brussels, he worked on important projects in the USA and throughout Europe. He is currently an interior designer consultant. John and Richard met in 1989, and have been touring the world together ever since. In 1997, they arrived by chance in Valdichiana - guests of the famous artist Isabelle de Borchgrave - and fell in love with Monte San Savino (Arezzo), where they decided to establish their home.

You chose Tuscany after living all over the world. What do you think makes this region so unique and desirable?

John / According to UNESCO, Italy is the country with the most significant cultural heritage in the world. This may be enough, but I actually made the choice with my heart and soul. From 1984 to 1988, I worked as a diplomat in Rome and I immediately fell in love with your country, which is in some ways contradictory, yet always wonderful.

Richard / Anch'io quarant'anni fa sono venuto nel Chianti per le vacanze estive. Poi qualcuno mi ha chiesto di aiutarlo nella vendemmia, quindi per la raccolta delle olive... e così sono rimasto in Italia per ben tre anni!

Siete collezionisti, appassionati di cose belle, consulenti immobiliari e interior designer. Che significa oggi avere una casa? Quali sono gli elementi irrinunciabili di una abitazione contemporanea?

John / Non c'è niente di meglio di abitare un luogo privato e tranquillo. Un mondo a parte dove poter vivere pienamente in contatto con noi stessi. Tempo, spazio e silenzio. La verità è che in Toscana esiste ancora una natura incredibile: piante, animali, panorami, biodiversità. Chi cerca troverà la bellezza.

Richard / La cosa fondamentale è creare o ricreare l'anima di una casa, trovando un rapporto sostenibile con la natura o comunque con l'ambiente che ci accoglie. In ciò ammiro Giovanni Raspini, la sua capacità di leggere e interpretare al meglio il contesto ambientale e culturale. Mi riferisco sia ai restauri che ha effettuato, sia alle creazioni di gioielleria e arte della casa.

Richard / I also came to Chianti for the summer holidays, forty years ago. Then someone asked me to help him with the harvest, for the olive harvest I mean... and so I ended up staying in Italy for three years!

You are collectors, lovers of beautiful things, real estate consultants and interior designers. What does it mean to have a home today? What are the essential elements of a contemporary home?

John / There is nothing better than living in a private and quiet place. A world apart, where we can live fully in touch with ourselves. Time, space and silence. It's true that there is still incredible nature in Tuscany: plants, animals, landscapes, and biodiversity. Those who seek beauty will find it.

Richard / The fundamental thing is to create or recreate the soul of a house, finding a sustainable relationship with nature or in any case with the environment that welcomes us. In this sense, I admire Giovanni Raspini, his ability to better read and interpret the environmental and cultural context. I am referring both to the restorations he has carried out and to his jewellery and home art creations.



Qual è il luogo più straordinario dove avete vissuto? E l'incontro che vi ha cambiato la vita?

John / La Colombia, dove ci siamo recati per lavoro, ma che mi ha affascinato sia per le bellezze ambientali che per i rapporti umani. A Bogotá abbiamo conosciuto la famiglia del grande scultore colombiano Fernando Botero: un'esperienza straordinaria.

Richard / Concordo con John. Nonostante le difficoltà di un luogo oggettivamente pericoloso, è stata una bellissima esperienza di vita. Ho lavorato tre anni con la figlia di Botero, Lina, realizzando importanti progetti, e con la nipote ceramista. Abbiamo passato tanti week-end insieme, quasi fossimo una sola famiglia.

È difficile essere una coppia nella vita e al tempo stesso collaborare nel lavoro?

John / Ad essere onesti sì. A volte è faticoso. Riusciamo a farlo anche perché le nostre professioni sono complementari, ma allo stesso tempo autonome. Abbiamo capacità diverse e siamo consapevoli di essere molto più forti in due che separati.

Richard / Diceva Oscar Wilde che "il segreto di ogni buon matrimonio è l'incomprensione reciproca". E lui la sapeva lunga. A parte gli scherzi, noi stiamo molto bene insieme.

Conoscete Giovanni Raspini con un rapporto di stima reciproca. Fra i gioielli, i complementi di arredo e gli oggetti per la casa, cosa preferite? C'è qualche creazione che risulta particolarmente in sintonia col vostro sentire?

John / Amiamo tutto quello che Giovanni realizza in argento, gli oggetti per la casa e per la tavola. Davvero unici i grandi tavoli con i topi e le iguane, creazioni che abbiamo anche consigliato ai nostri clienti con risultati entusiastici.

What is the most extraordinary place in which you have lived? And the encounter that changed your life?

John / Colombia, where we went for work, but which fascinated me both on account of its environmental beauty and in terms of the human relationships. In Bogotá we met the family of the great Colombian sculptor Fernando Botero: it was an extraordinary experience.

Richard / I agree with John. Despite the difficulties of an objectively dangerous place, it was a beautiful life experience. I worked for three years with Botero's daughter, Lina, carrying out important projects, and with the ceramist's granddaughter. We spent many weekends together, almost as if we were all a part of the same family.

Is it difficult to be a couple in everyday life and at the same time collaborate at work?

John / To be honest, yes. Sometimes it is tiring. We also manage to do this because our professions are complementary, but at the same time autonomous. We have different skills and we are aware that we are much stronger as a team than separate.

Richard / Oscar Wilde said that "the secret of any good marriage is mutual misunderstanding". And he knew what he was talking about. Jokes aside, we work very well together.

You regard Giovanni Raspini with a relationship of mutual esteem. Between jewellery, furnishing accessories and household items, what do you prefer? Is there any creation that is particularly in tune with your feelings?

John / We love everything that Giovanni makes in silver, objects for the home and tableware. The large tables with mice and iguanas are truly unique, creations that we have also recommended to our customers with enthusiastic results.





Richard / Mi piace molto che Giovanni supporti e stimoli chi tenta strade nuove, i giovani che hanno talento e voglia di fare, sempre con energia ed entusiasmo. Fa parte del suo carattere, di qualcuno che ama la vita ed è curioso di tutto, uno sperimentatore. Riguardo alle sue creazioni, poi, amo gli elementi animalier che si sposano con l'argento: sono un estimatore dell'antica ceramica attica zoomorfa e trovo che Raspini abbia la stessa trascinate sensibilit .

Sogni, progetti, utopie?

John / Progetti e sogni: nel periodo del Covid abbiamo riscoperto un luogo magico presso Palazzuolo di Monte San Savino. Abbandonato da quasi un secolo e ora ricco di pi  di duecento specie di fiori selvatici e tantissimi animali. Vogliamo farci la nostra nuova casa. Realizzare un'abitazione sostenibile, contemporanea: senza scalini o difficolt , interamente accessibile anche a persone con disabilit  motoria. Credo nei progetti, nel fare. Soprattutto in et  di pensione   necessario avere almeno un sogno, un'utopia che offra nuova linfa alla routine quotidiana. Da questo punto di vista sono molto in sintonia con Giovanni Raspini.

Richard / Nutro anch'io lo stesso sogno, quello della casa. Vedendo le rovine della preesistente costruzione completamente coperte di rovi e rampicanti - nel silenzio perfetto interrotto solo dal vento - ci siamo innamorati del posto e dello straordinario panorama che da l  si pu  godere. L'occhio, infatti, spazia per ben cinque province e la citt  di Siena quasi si pu  toccare con la mano. Nel Settecento, la casa oggi in rovina, era propriet  dell'Ospedale degli Innocenti di Firenze, e questo ci affascina molto. Abbiamo appena iniziato i lavori e gi  vorrei che fossero finiti. Pi  utopia di cos .

Richard / I really like that Giovanni supports and stimulates those who are embarking on new paths: young people who have talent and the desire to create things, always with energy and enthusiasm. It is part of his character, the character of someone who loves life and is curious about everything, an experimenter. With regard to his creations, I also love the animalier elements that are combined with silver: I am an admirer of ancient zoomorphic Attic ceramics and I find that Raspini has the same compelling sensibility.

Dreams, projects, utopias?

John / Projects and dreams: during the Covid period we rediscovered a magical place at Palazzuolo di Monte San Savino. It had been abandoned for almost a century and was by then filled with more than two hundred species of wild flowers and many animals. We want to make it into our new home. We want to create a sustainable, contemporary home: without steps or obstacles, fully accessible to people with motor disabilities. I believe in projects, and in doing. Especially around retirement age, it is necessary to have at least one dream, a utopia that brings new life to one's daily routine. From this point of view, I am very much in tune with Giovanni Raspini.

Richard / I also have the same dream, that of the house. Seeing the ruins of the pre-existing building completely covered with brambles and vines - surrounded by perfect silence, interrupted only by the wind - we fell in love with the place and the extraordinary scenery that can be enjoyed from there. The eye actually spans five provinces and you can almost reach out and touch the city of Siena. In the eighteenth century, the house, which is now in ruins, was owned by the Ospedale degli Innocenti di Firenze, and this is something that really fascinates us. We have just started the work and I already wish they it was finished. What could be more utopian than that?





Gioielli dal cuore della Terra

di Francesco Maria Rossi

*Di fronte a questa nostra umanità così effimera,
davanti a questo nostro mondo animale e vegetale di cui noi
stessi acceleriamo la perdita,
qualcuno oppone un rifiuto, perché alla ricerca di una
sostanza meno evanescente,
di una materia più pura. E la trova nell'universo infallibile
delle pietre.*

(Marguerite Yourcenar)

Superstones / Gioielli dal cuore della Terra è il titolo dell'ultima grande mostra di pezzi unici di Giovanni Raspini, un progetto ancora in fase di elaborazione che vedrà la luce nella primavera/estate del 2024. L'esposizione consta di oltre una ventina di pezzi, emblematici ed affascinanti, che vanno dalle grandi collane ai sorprendenti anelli, dai bracciali alchemici agli orecchini, dalle tiare ai preziosi pettorali-gioiello. Un trionfo di creatività, fantasia e ricerca, per una mostra che lascerà il segno nel mondo sempre più omologato della gioielleria.

*Faced with this ephemeral humanity of ours,
before this animal and plant world of ours, whose loss we
ourselves accelerate,
someone has to say no, and look for a less
ephemeral substance,
for a purer material. And he finds it in the infallible universe
of stones.*

(Marguerite Yourcenar)

Superstones / Jewellery from the Earth's Heart is the title of the last major exhibition of one-of-a-kind pieces by Giovanni Raspini, a project still under development, which will be unveiled in the spring/summer of 2024. The exhibition consists of over twenty emblematic and fascinating pieces, ranging from large necklaces to surprising rings, from alchemical bracelets to earrings, from tiaras to precious jewelled bibs. It is a triumph of creativity, imagination and research, for an exhibition that will leave its mark on the increasingly standardised world of jewellery.

“Pensavo a *questo progetto* da molto tempo”, ci dice Giovanni Raspini, “con l’idea un po’ folle di sostituire - nelle mie creazioni di pezzi unici - minerali e pietre alle consuete gemme: utilizzare così cristalli lucenti, pietre rare, minerali dai colori, dalle dimensioni e forme fantasmagoriche, materiali sconosciuti ai più, ma anche coralli e perle scaramazze. Ho così scoperto un mondo affascinante e misterioso da cui partire per creare gioielli assolutamente non convenzionali. È una grande sfida quella di *Superstones*”, continua Giovanni Raspini, “poiché il decoro e la struttura stessa del gioiello deve tener conto ed essere in perfetta sintonia stilistica con le pietre scelte”.

Per tutti questi motivi, il designer toscano ha sentito il bisogno di coinvolgere interlocutori professionali ed esperti. Grazie alla collaborazione con l’Università di Firenze (dipartimento di Scienze della Terra), si è instaurata una proficua collaborazione col professor Giovanni Pratesi, geologo e divulgatore scientifico di fama internazionale, già conservatore delle prestigiose collezioni mineralogiche del Museo di Storia Naturale di Firenze.

“Con il supporto del professor Pratesi”, conclude l’autore, “ci siamo attivati con grande passione per trovare minerali di ogni parte del mondo che fossero bellissimi, rari ed affascinanti: abbiamo così scoperto le malachiti, i granati demantoidi, i desert glass, dei minerali allo stato nativo, cristalli e geodi di ogni tipo, veri e propri tesori della natura. Come per le altre mostre del nostro brand, *Superstones* sarà anche una grande opera collettiva, da me coordinata, ma con diversi collaboratori artistici di altissimo livello”.

Superstones: prima dell’opera d’arte, prima dell’uomo con la sua creatività, c’è qualcos’altro che già esiste ed è perfettamente compiuto. Sono le forme minerali, bellezza eterna ed intangibile che attraversa il tempo e lo spazio.

“I have been thinking about *this project* for a long time,” Giovanni Raspini tells us, “I had the slightly crazy idea of using minerals and stones instead of the usual gemstones to make my unique creations. Luminous crystals and rare stones, minerals in phantasmagorical colours, shapes and sizes. Stones that most people aren’t familiar with, but also corals and baroque pearls. It led me into a fascinating and mysterious world, which was the starting point for these completely unconventional jewellery pieces. “*Superstones* is a big challenge”, he continues. “The decoration and the structure of the piece itself need to be in perfect harmony with the stones you are using”.

For all these reasons, the Tuscan designer felt the need to involve professional and expert interlocutors. Thanks to the collaboration with the University of Florence (Department of Earth Sciences), a fruitful collaboration has been established with Professor Giovanni Pratesi, an internationally-renowned geologist and scientific educator, who is already a curator of the prestigious mineralogical collections of the Natural History Museum of Florence.

“With the support of Professor Pratesi,” concludes the author, “we worked with great passion to find minerals from all over the world that were beautiful, rare and fascinating: we thus discovered malachites, demantoid garnets, desert glass, native minerals, crystals and geodes of all kinds: veritable treasures of nature. As with our brand’s other exhibitions, *Superstones* will also be a large collective work, coordinated by me, but with several artistic collaborators of the highest level.”

Superstones: before the work of art, before man with his creativity, there is something else that already exists and has been perfectly accomplished. Mineral forms, whose eternal and intangible beauty travels through time and space.





COLLANA
CORALLO

DISTO
GASTEM

TRU
DI
CORALLO



