

La Gazette 48

il giornale di GIOVANNI RASPINI

CHARMS & Glam







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

4



**La collezione
Primavera Estate 2020
di Giovanni Raspini**
di Andrea de Paolis

6



**La nuova campagna 2020
di Giovanni Raspini**
di Fiamma Niccolai

14



**Giovanni Raspini
e il mondo Charms**
di Francesco Maria Rossi

20

**Summer, l'estate
di Giovanni Raspini**
di Fiamma Niccolai

28



**La "Collana spaghetti
allo scoglio"
di Giovanni Raspini**
di Francesco Maria Rossi

34



**Intervista
a Franco Cardini**
di Francesco Maria Rossi

40



La Gazette 48

estate 2020

Il Punto di Giovanni e Claudio

di Giovanni Raspini e Claudio Arati

E la chiamano estate, o anche *Summer*, come il nome della nostra nuova collezione. Oggi avremmo voluto parlare solo di bellezza, argento e moda. Ma la fioritura di primavera più rumorosa ed eclatante è stata quella del Coronavirus. Di fronte ad una pandemia umana ed economica come il Covid-19, ogni nostra sicurezza, metodo, strategia sembra perdere valore. In momenti come questi riscopriamo il valore sociale della fragilità, del fare insieme, dell'investire energie per il bene comune. Approfittiamo allora di questa crisi globale per dare spazio alla riflessione: immaginiamo una nuova mappa del mondo e della bellezza, concediamo un valore economico anche al benessere personale e collettivo. Da domani le aziende avranno bisogni di filosofi, piuttosto che di consulenti finanziari.

Eppure noi siamo fiduciosi, forse un po' incoscienti, già pronti a fare sempre cose nuove, insolite, innovative. Sperimentare, cambiare, migliorare l'esistente. Portare alla perfezione quello che già facciamo bene. Spesso dobbiamo frenare la nostra energia creativa. Soffocare la voglia di offrire piatti inediti, insoliti, inesplorati. Si può migliorare il sugo di coniglio che lo fai come tua madre e tua nonna da più di mezzo secolo? Certo, si deve tentare. E comunque si deve tentare di non abbassare la guardia o impoverire la qualità.

Da sempre amiamo lavorare a gioielli fantasmagorici ed esagerati. Pezzi unici con cui ci sfoghiamo, ci liberiamo dalla voglia di sperimentare tecniche nuove, pietre rare, effetti speciali, accostamenti arditi e cocktails improbabili. Liberi dai problemi del peso, del costo, del gradimento e della possibilità di (attenti a questa pessima parola) ingegnerizzare i pezzi per una possibile produzione. Tanto non saranno in vendita...

They call it *Summer*, just like the name of our new collection. Today, we would have liked to just talk about beauty, silver and fashion. But what bloomed most loudly and resoundingly this spring was the Coronavirus. Faced with a human and economic pandemic such as Covid-19, all our notions of safety, procedure and strategy seem to be losing value. In moments like these, we rediscover the social value of fragility, doing things together and investing energy for the common good. So, let's take advantage of this global crisis to take some time and think: let's imagine a new vision of the world and beauty, while also acknowledging the economic value of personal and collective well-being. From tomorrow, companies will need philosophers rather than financial consultants.

Yet we are confident, perhaps a little reckless, and always ready to do new, unusual, innovative things. To experiment, change and improve the status quo. Bringing what we already do well to perfection. We often have to curb our creative energy. To suppress our desire to offer new, unusual, undiscovered dishes. Can you improve the rabbit sauce you've been making like your mother and grandmother before you for over half a century? Of course, you must try. And in any case, we must try not to let our guard down or undermine the quality of our work.

We've always loved working on fabulous and extravagant jewellery. We indulge in creating unique pieces; we unleash our desire to experiment with new techniques, rare stones, special effects, daring and unexpected combinations. We are not slave to problems of weight, cost, approval and the possibility of (watch out for the bad word) 'engineering' the parts for a possible production process. That jewellery won't be for sale anyway... Unless someone wants it. The *Spaghetti with seafood*

Ammesso che qualcuno li voglia. La *Collana spaghetti allo scoglio* di cui vi raccontiamo in queste pagine è solo l'ultimo esempio.

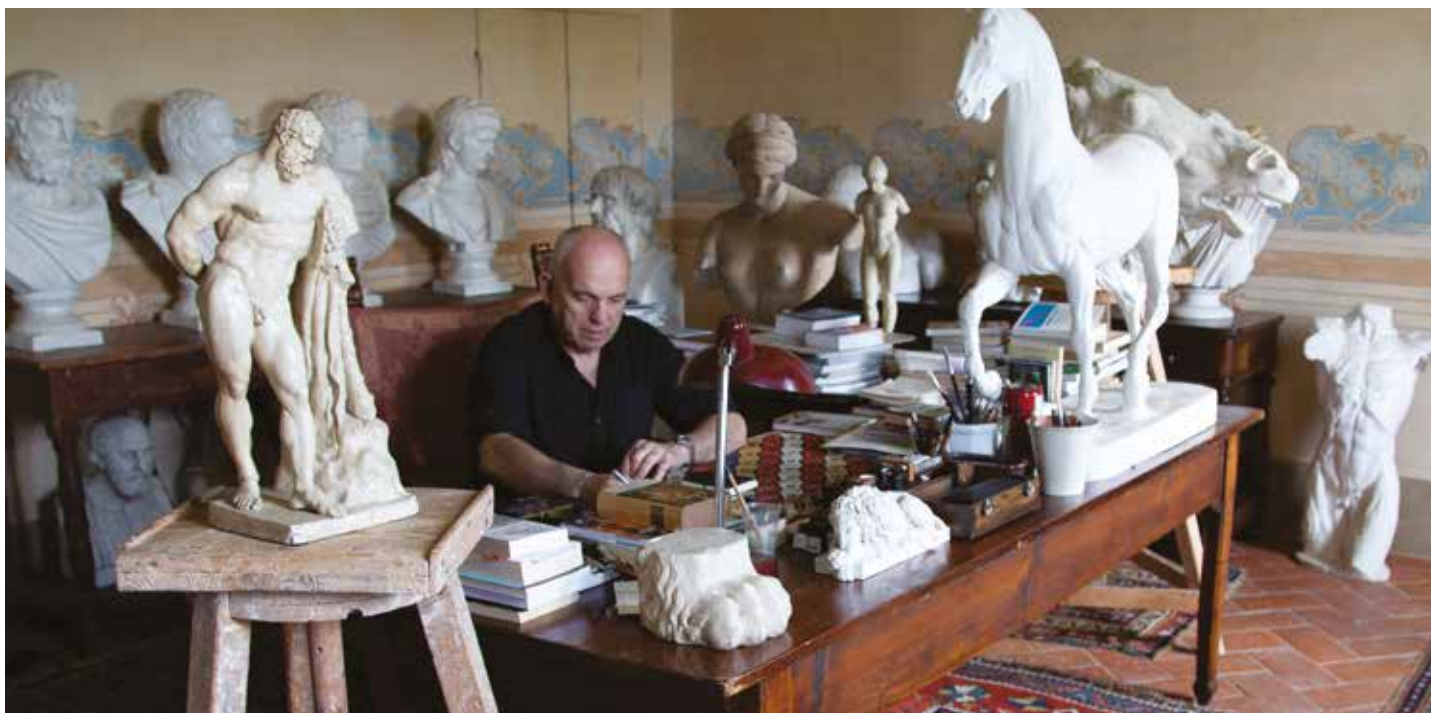
Poi lavoriamo ai *gioielli per il catalogo*. Non è un mondo più povero. È un mondo fatto di cose che devono essere perfette. Sempre nuove e contemporanee. Riproducibili. Prive di difetti. Calibrate e seriali. Come il mondo dei *Charms* di cui vi presentiamo la nuova immagine in questo numero. Un microcosmo fatto di dettagli.

Viviamo in questo doppio binario con gioia, entusiasmo ed operosità. Mescoliamo e cuciniamo insieme il sogno e la quotidianità. L'ideale ed il reale. Volare alto e cogliere i frutti a portata di mano. Abbiamo la stessa fame di sempre e la voglia di stupire e compiacere il nostro pubblico. L'azienda è cresciuta e si è arricchita di collaboratori capaci e motivati. Ma anche il fatturato delle idee non scherza. Seguiteci in questa *Gazette* dove, oltre a raccontarvi di noi, dialoghiamo con uno studioso amico di eccezionale valore: *Franco Cardini*. Buona lettura.

necklace we're going to tell you about in these pages is just the latest example.

Then we work on the *jewellery for the catalogue*. It is not a poorer world. It is a world of things that have to be perfect. Always new and contemporary. Reproducible. Free from defects. Fine-tuned and serialised. Like the world of *Charms*, whose new image we are presenting in this issue. A microcosm composed of details.

We move along these parallel lines with joy, enthusiasm and industriousness. We mix and work with dreams and everyday life together. The ideal and what is real. Fly high and pick the fruits at your fingertips. We are as hungry as ever and full of desire to amaze and please our audience. The company has grown and enriched itself with capable and motivated employees. But selling ideas is not a joke, either. Follow us in this *Gazette* where, in addition to telling you about us we engage in a dialogue with a friend of exceptional value: *Franco Cardini*. Enjoy the read.





La collezione Primavera Estate 2020 di Giovanni Raspini

di Andrea de Paolis

Eccellenza contemporanea per una nuova bellezza

C'è un fil-rouge importante che attraversa la *Collezione Primavera estate 2020* di Giovanni Raspini. È quello della continuità, del riprendere e sviluppare temi iconici che hanno fatto la storia del brand. Identità e stile che giorno dopo giorno si trasformano in bellezza contemporanea. Sono sei le nuove collezioni create da Giovanni Raspini: *Moon Crocodile, Moon Bowl, Berries, Fuego, Caesar* e *Mini Charms*.

Moon Crocodile si inserisce nel contesto della fascinazioni animalier e delle texture del mondo Crocodile, così care al marchio Giovanni Raspini. Grazie ad uno studio stilistico che ha tenuto in conto anche le dovute esigenze di indossabilità, i nuovi bracciali - ovali e con apertura a molla - offrono ora una sezione "a mezza luna" e non tubolare, garantendo al gioiello una leggerezza e praticità straordinarie. Moon Crocodile propone due tipologie di bracciale in argento e due in argento dorato.

There is an important leitmotif that runs through the Giovanni Raspini *Spring/Summer 2020 Collection*. It is that of continuity, of taking up and developing the iconic themes that have shaped the brand's history. Day after day, this identity and style are transformed into contemporary beauty. Six new collections have been created by Giovanni Raspini: *Moon Crocodile, Moon Bowl, Berries, Fuego, Caesar* and *Mini Charms*.

Moon Crocodile falls within the context of the animal-print allure and textures of the Crocodile world, which is so dear to the Giovanni Raspini brand. Thanks to a stylistic study that considered the wearability requirements, the new bracelets - which are oval-shaped with a spring opening - feature a "half-moon" section, ensuring that the jewel has extraordinary lightness and practicality. Moon Crocodile is available in two types of silver bracelets and two types of gilded silver bracelets.

La collezione *Moon Bowl* presenta importanti citazioni tratte da Super Bowl, e come per Moon Crocodile cerca una nuova indossabilità dei bracciali grazie alla sezione “a mezza luna” con apertura a molla. Un gioiello reso davvero bello dalla forza luminosa della lastra d’argento martellata a mano e da uno stile essenziale. Un’evoluzione che rende Moon Bowl pratico e comodo, da indossarsi ogni giorno. La collezione prevede tre bracciali e quattro orecchini in argento. I medesimi pezzi vengono declinati anche in argento dorato.

The *Moon Bowl* collection features important quotes taken from the Super Bowl collection, and, like Moon Crocodile, it aspires to a new type of wearability for the bracelets, thanks to the “half-moon” section with spring opening. This jewellery is made truly beautiful by the luminous strength of the hand-beaten silver plate and its simple style. This evolution makes Moon Bowl practical and convenient, so it can be worn every day. The collection includes three bracelets and four earrings in silver. The same items are also available in gilded silver.







Un'ispirazione organica di stampo vegetale/naturalistico, la tecnica della fusione a cera persa che si affianca a quella della brunitura, l'elemento organico delle piccole bacche stilizzate usato come fosse un pattern: tutto ciò dà vita alla collezione *Berries*, legata all'anima più animalier e romantica del brand Giovanni Raspini. Con una scelta stilistica caratterizzata dal forte chiaroscuro fra le aree lucidate e quelle brunate, *Berries* propone tre collane, tre bracciali, due anelli e tre orecchini.

Fuego è un gioiello davvero unico nel panorama dei bracciali a schiava. Nasce da una lastra d'argento che viene modellata e trasformata dal fuoco, creando una texture diversa ed irripetibile per ogni creazione. Argento e fiamma, una lavorazione interamente manuale - quasi "primitiva" e ancestrale - che trasforma Giovanni Raspini in una sorta di alchimista contemporaneo. I bracciali a schiava vengono realizzati in tre diverse misure.

An organic inspiration from organic/naturalistic ideas, the lost wax casting technique added to that of burnishing, the primary element of the small stylised berries used as a pattern: all this gives rise to the *Berries* collection, which is associated with the more figurative and romantic side of the Giovanni Raspini brand. With a stylistic choice characterised by the strong chiaroscuro between the polished and burnished areas, *Berries* includes three necklaces, three bracelets, two rings and three earrings.

Fuego is a truly unique item of jewellery in the field of slave bracelets. It is formed from a silver plate that is shaped and transformed by fire, making a different and unrepeatable texture for each creation. The silver and the flame reflect an entirely manual process that is almost "primitive" and ancestral, turning Giovanni Raspini into a kind of contemporary alchemist. The slave bracelets are created in three different measures.





Eccoci alle catene, da sempre così desiderate. *Caesar* è una nuova tipologia di catena a maglia bizantina schiacciata, di grande impatto visivo e dalla straordinaria indossabilità a contatto col collo e i polsi. Un luminoso argento le conferisce eleganza e stile. Viene declinata in una collana e due bracciali, con dimensione delle maglie di catena proporzionali alla tipologia di gioiello.

Infine occupiamoci delle piccole gioie: all'interno della *Linea Charms*, la novità assoluta di quest'anno è l'introduzione della collezione *Mini Charms*. Ben sessantaquattro pezzi, delle vere e proprie micro-sculpture che riprendono i temi più amati del brand toscano riproponendoli ancora più in piccolo e con una qualità realizzativa altissima. Montabili su tutti i bracciali base, i Mini Charms offrono ulteriore valore al mondo narrativo e stilistico di Giovanni Raspini.

Now we come to the ever sought-after chains. *Caesar* is a new type of flattened Byzantine chain with a great visual impact and extraordinary wearability when in contact with the neck and wrists. Radiant silver gives it elegance and style. It comes in a necklace and two bracelets, with a link size proportional to the type of jewellery.

Finally, let's turn to the small joys: within the *Charms range*, this year's absolute innovation is the introduction of the *Mini Charms* collection. Sixty-four pieces, real micro-sculptures, reflect the most beloved themes of the Tuscan brand and make them even smaller, with very high quality workmanship. The Mini Charms can be attached to all basic bracelets and offer additional value to the narrative and stylistic world of Giovanni Raspini.



La nuova campagna 2020 di Giovanni Raspini

di Fiamma Niccolai

Natura e materia per un advertising all'insegna della verità

Forza della materia, verità della narrazione, emozione del reale: ecco il concept della nuova campagna advertising 2020 di Giovanni Raspini. Per la prima volta lo shooting esce dallo studio fotografico per confrontarsi con una location vera, con uno scenario di rocce che sembrano appena uscite dall'infanzia del mondo. Forme uniche forgiate dal tempo che entrano in contatto con le forme plastiche dei gioielli di Giovanni Raspini. Tutto il repertorio del designer toscano: creazioni animalier realizzate con l'antica tecnica della fusione a cera persa, pezzi usciti dalla lastra martellata, catene che sfidano ogni moda.

La nuova campagna di Giovanni Raspini ha cercato con determinazione una comunicazione forte e di grande impatto emotivo, eppure essenziale e minimale, proprio perché gioca su tre soli elementi: il contesto, la donna e il gioiello che indossa. "Sculpture" rocciose che divengono il teatro ove il gioiello viene incorniciato, con un continuum narrativo che convoglia design, ricerca, arte, sapienza artigiana, creatività, poesia e naturalmente bellezza.

Per rendere possibile tutto ciò, Giovanni Raspini si è affidato alla fotografa svizzera, residente a Parigi, Elsa Guillet. Lo ha fatto proprio in virtù della sua bravura a scattare in esterno e in contesti veri, cosa abbastanza rara nel mondo della moda. Guillet sa leggere gli spazi naturali, le luci reali che mixa con grande capacità con quelle artificiali: inoltre ha un gusto elegante, inusuale, onirico. Come modella è stata scelta la giovane portoghese Maria Rosa, dal volto delicato e dallo sguardo intenso, una elegante fragilità femminile che confrontandosi col contesto forte e roccioso contribuisce a dare ancor più emotività allo shooting fotografico e valore ai gioielli indossati. Anche lo styling, completato in accordo dall'hair & make up risulta

Strength of matter, truth in narration, the emotions of reality: this is the concept of the new 2020 advertising campaign by Giovanni Raspini. For the first time, the shoot leaves the photographic studio to interact with a real location, with a panorama of rocks that seem newly arisen in the world. Unique shapes forged by time that come into contact with the plastic shapes of Giovanni Raspini jewellery. The entire catalogue of the Tuscan designer is on display: animalier creations made with the ancient technique of lost wax casting, pieces shaped on a hammered slab, chains that challenge every trend.

Giovanni Raspini's new campaign has vigorously tried a strong communication with high emotional impact that is also essential and minimal, precisely because it revolves around only three elements: the context, a woman and the jewellery she wears. Rocky "sculptures" that become the theatre framing the jewellery, with a narrative continuum that conveys design, research, art, craftsmanship, creativity, poetry and of course beauty.

The brand relied on the Swiss photographe, who lives in Paris, Elsa Guillet to make it all possible. She was chosen precisely because of her ability to shoot outdoors and in real scenarios, which is quite rare in the world of fashion. Guillet knows how to interpret natural spaces and real light and is perfectly able to mix these aspects with artificial ones. Moreover, she has elegant, unusual and dreamlike taste. The young Portuguese Maria Rosa was chosen as the model for her delicate face, intense gaze and an elegant feminine fragility which, when contrasted with the strong and rocky context, contributes to the photo shoot's emotional aspects and gives value to the jewellery worn. The styling agreed upon with hair&make up is



essenziale, pulito, giocato sui toni scuri, con un'eleganza misurata, ma dal retroterra psicologico misterioso e affascinante.

L'immagine di campagna appartiene alla collezione *Moon Crocodile*, ovvero un gioiello iconico di Giovanni Raspini, una nuova creazione di ispirazione animalier come quelle che hanno fatto la storia del brand toscano. Noi sappiamo che da sempre i gioielli sono soprattutto un simbolo e racchiudono in sé il messaggio primigenio della bellezza. Una bellezza che Giovanni Raspini condivide con una donna consapevole, di grande fascino e dallo stile inimitabile. Una donna, la sua, che ama giocare alla pari con la moda, da vera protagonista.

La nuova campagna racconta soprattutto una storia e lo fa con gli strumenti di una comunicazione di grande impatto concettuale e visivo. Una promessa di stile ed eccellenza che nasce grazie alla creatività di Giovanni Raspini.

essential, clean, with dark tones and measured elegance, but with a mysterious and fascinating psychological background.

The main image of the campaign features the *Moon Crocodile* collection: an iconic jewel by Giovanni Raspini, a new animalier-inspired creation similar to those on which the history of the Tuscan brand is based. We know that jewellery has always been a symbol and encloses the primitive message of beauty. A beauty that Giovanni Raspini shares with self-confident women of great charm and inimitable style. With free-spirited women who love to stay on top of trends, as a true protagonist.

Above all, the new campaign tells a story and does it with the tools of a communication with great conceptual and visual impact. A promise of style and excellence made thanks to the creativity of Giovanni Raspini.











Giovanni Raspini e il mondo Charms

di Francesco Maria Rossi

Una nuova immagine per l'universo dei micro-gioielli

L'ultima sfida di Giovanni Raspini. Comunicare il mondo dei Charms, ovvero la linea di gioielli componibili, in modo ancor più contemporaneo e progettare una nuova immagine coordinata a sostegno di un di prodotto che evolve continuamente pur nella sua tradizionale identità stilistica.

Una linea che oggi viene rivista a livello di posizionamento, contestualmente alla nuova immagine, mediante un lavoro strategico importante. Ecco allora che il Charm Giovanni Raspini vuole tornare ad appartenere al mondo del gioiello a tutto tondo. Ed è la grande qualità artigianale di queste divertenti micro-scolture a renderlo possibile. Una elegante bellezza in miniatura, risultato di accurate lavorazioni in fusione a cera persa, per tante creazioni in argento dedicate a tutti, emozionanti e variegata.

Un lavoro corale del brand che si traduce in una nuova immagine grafica e fotografica, con un efficace restyling del logo. Il fil-rouge delle foto è il tema dello spot di colore che va a illuminare il viso e il corpo delle modelle, dissolvendosi in sfumature leggere. Scatti dal taglio stretto ove la pelle prossima al gioiello risulta colorata. Ed il concept immagine, in generale, è quello delle macchie di colore che ritornano negli indossati, semindossati, still-life e anche nella grafica. Così i temi della creatività, dell'estro e della leggerezza vengono raccontati attraverso un sofisticato gioco cromatico che diventa il fulcro per presentare i Charms vecchi e nuovi di Giovanni Raspini.

Giovanni Raspini's latest challenge. To convey the world of Charms, the line of modular jewels, in an even more contemporary way and design a new coordinated image in support of a product that is continuously evolving despite its enduring stylistic identity.

A line that is now being revised in terms of positioning, together with its new image, through a significant strategic work. Giovanni Raspini Charms want to make a comeback into the proper jewellery world. This is made possible by the great craftsmanship of these fun micro-sculptures. Miniature elegance and beauty, the result of a precise lost wax casting process, that helps create exciting and varied silver creations for all.

A brand revamp that translates into a new graphic and photographic image, with a compelling restyling of the logo. A spot of colour that illuminates the models' faces and bodies, dissolving into light nuances, is the leitmotiv of the photos. Narrow shots where the skin next to the jewel looks coloured. The general image concept is that of the spots of colour in the worn, semi-worn and still-life photos and graphics. Creativity, flair and lightness are embodied in a sophisticated chromatic game that becomes the focus when displaying Giovanni Raspini's old and new Charms.

Dicevamo del logo. Esso passa da un font corsivo ad un font bastone maiuscolo, estremamente minimale e contemporaneo. Sempre abbinato al logo Giovanni Raspini, esso risulta simbiotico col brand principale. Ciò, a significare che i Charms rappresentano una linea di prodotto che appartiene concettualmente all'universo di valori Giovanni Raspini, con la sua precisa identità e riconoscibilità in termini di progettazione e stile.

I charms Giovanni Raspini offrono ad ognuno la possibilità di narrare la propria personalità e i tanti desideri segreti. Piccoli meravigliosi gioielli che regalano bellezza ed eleganza.

Regarding the logo. It has changed from a calligraphic font to an extremely minimal and contemporary uppercase sans serif font. It always comes along with the Giovanni Raspini logo and is symbiotic with the main brand. Thus, Charms represent a product line that conceptually belongs to the Giovanni Raspini universe and its values, with its clear brand identity and recognition in terms of design and style.

Giovanni Raspini Charms offer everyone an opportunity to express their personality and narrate their secret desires. Marvellous small jewels that exude beauty and elegance.















Summer, l'estate di Giovanni Raspini

di Fiamma Niccolai

Una collezione per uscire dal tunnel

Un'estate che non dimenticheremo tanto facilmente. Giovanni Raspini risponde con la creatività e la bellezza alla tempeste che ha colpito il mondo intero. La *Collezione Summer 2020* è un messaggio di continuità, una proposta dal cuore della Toscana per dire: "Noi ci siamo!". *Summer* nasce in tre collezioni: *Paris*, *Pendenti Luce* e *Charms*. Tre nuove proposte che uniscono la freschezza contemporanea dell'argento alla tradizione di Giovanni Raspini.

Paris è la collezione iconica dell'estate con la sua ispirazione figurativa che si pone fra organico e geometrico. Un intreccio d'argento di forme vegetali realizzato in elettroformatura rodinata. *Paris* è una scultura luminosa declinata in un collier choker, una collana, due bangle, due orecchini e un anello.

A summer we won't forget so easily. Giovanni Raspini has a creative and beautiful response to the event that has affected the whole world. The *2020 Summer Collection* is a message of continuity, coming from the heart of Tuscany to say: "We're here!" *The Summer Collection* consists of three lines: *Paris*, *Circle Pendants* and *Charms*. Three new proposals that combine the contemporary freshness of silver with the tradition of Giovanni Raspini.

Paris is the iconic summer collection with its figurative inspiration that lies between organic and geometric. A silver interweaving of organic shapes made of rhodium-plated electroforming. *Paris* is a gleaming sculpture presented as a choker, a necklace, two bangles, two earrings and a ring.



Pendenti Luce recupera i temi animalier dello stilista toscano, inserendo le delicate fusioni dentro un luminosissimo cerchio. Quattro le proposte per questo gioiello in argento, leggero come una trina: Margherite, Farfalle, Delfini e Stelle Marine.

Circle Pendants re-introduces the Tuscan designer's animal themes, inserting the delicate figures into a bright circle. There are four versions of this silver jewellery, light as lace: Daisies, Butterflies, Dolphins and Starfish.





Ultimi ma non ultimi, i *Charms*, trenta nuovi pezzi pieni di vita. Ecco esplodere il colore con i 13 soggetti best seller rivisitati in chiave estiva, inserendo delicate pietre dai mille colori. Ed ancora i Corni, con i divertenti decori legati al mondo della fortuna.

Summer 2020 di Giovanni Raspini. Voglia di ricominciare, desiderio di bellezza ed eleganza per tutte le donne del mondo.

Last but not least, the *Charms*, thirty new pieces full of life. Here the colour explodes with 13 best sellers redesigned with a summer feel, inserting delicate stones of a thousand colours. And then the small horns, with fun decorations linked to the world of good fortune.

Summer 2020 by Giovanni Raspini. The desire to restart, the desire for beauty and elegance for women everywhere.





La “Collana spaghetti allo scoglio” di Giovanni Raspini

di Francesco Maria Rossi

Quando gli avanzi del pasto si fanno gioiello

Una collana di cui sentirete parlare ancora molto. Un gioiello di Giovanni Raspini che è soprattutto un gesto concettuale e una provocazione contro il lusso fine a se stesso. Parliamo della *Collana spaghetti allo scoglio*, il pezzo unico creato dall'argentiere toscano e realizzato – pensate un po' - in argento dorato, conchiglie del mar Adriatico (vongole, pettini, cozze, ostriche, cannolicchi) e quarzo cherry. Una collana che nasce durante una gioiosa cena di pesce, in amicizia, con quel clima di leggerezza conviviale che è sempre estremamente creativo.

“A questo gioiello”, ci dice Giovanni Raspini, “pensavo già da molto tempo. Proprio ora sto progettando delle creazioni davvero particolari, eccentriche, fantasmagoriche, con accostamenti che parrebbero improbabili e mix di materiali non convenzionali. Nella *Collana spaghetti allo scoglio*, ad esempio, la sperimentazione e il senso di meraviglia nasce dal fatto che *naturalia* poverissimi come i gusci delle conchiglie del mar Adriatico – di solito destinati al bidone della spazzatura – divengano sontuoso decoro d'un gioiello contemporaneo. Lo scarto del pasto si fa prezioso, invertendo magicamente il proprio destino. C'è una trasposizione di significato (lo stesso

A necklace you'll be hearing a lot more about. A piece of jewellery by Giovanni Raspini that is above all a conceptual gesture and a challenge to luxury as an end in itself. Let's talk about the *Seafood Spaghetti Necklace*, the unique piece created by the Tuscan silversmith and made - lo and behold - of gilded silver, shells from the Adriatic Sea (clams, combs, mussels, oysters, razor clams) and cherry quartz. A necklace created during a joyful and friendly fish dinner, with that atmosphere of convivial lightness that is always extremely creative.

Giovanni Raspini says, “I have been thinking about it for a long time. Right now, I'm designing some really special, eccentric, phantasmagorical creations, with combinations that would look like an unlikely and unconventional mix of materials. In the *Seafood Spaghetti Necklace*, for example, experimentation and a sense of wonder stems from the fact that *poor natural* objects like shells from the Adriatic Sea, usually regarded as rubbish, can become sumptuous decoration for a contemporary piece of jewellery. The waste left over from the meal becomes precious, magically reversing its own destiny. There is a transposition of meaning (the same as two ripe cherries placed by the ear of the peasant girl in a nine-

che potevano assumere due ciliegie mature poste all'orecchio della contadinella in un dipinto ottocentesco) e un rinnovamento del valore intrinseco dei gusci, bellissimi nei loro perfetti volumi naturali. Un gioiello fortemente concettuale, che gli inserimenti di sferette in quarzo cherry rosso scuro rendono ancora più intrigante”.

La collana nasce dal desiderio di stupire, di far riflettere sul significato del concetto prezioso/non prezioso, sia chi conosce Giovanni Raspini e ama il suo lavoro, sia tutti coloro che sapranno di lui grazie a questa provocazione. Il designer toscano è sempre affascinato quando le cose, gli oggetti, le opere d'arte sono mostrate all'insegna dello stupore e della soggettività emozionale. D'altra parte dobbiamo tener ben presente che parliamo di gioielli, e nella fattispecie di una collana, quindi del manufatto prezioso meno intimo, maggiormente proiettato verso gli altri. Un gioiello “sociale”, che incornicia e dà luce al volto, consentendo un dialogo visuale col mondo circostante.

teenth-century painting could assume) and a renewal of the intrinsic value of the shells, beautiful in their perfect natural volumes. Strongly conceptual jewellery, which is made even more intriguing by the addition of dark red cherry quartz spheres”.

The necklace was created from the desire to amaze and to make those who know Giovanni Raspini and love his work and all those who will know about him thanks to this challenge, think about the meaning of the precious/non-precious concept. The Tuscan designer is always fascinated when things, objects and works of art are exhibited in the name of amazement and emotional subjectivity. On the other hand, we must keep in mind that we are talking about jewellery, and in this case a necklace; in other words, the least intimate precious artefact, the one that is more projected towards others. “Social” jewellery, which frames and lights up the face of the wearer, allowing a visual dialogue with the surrounding world.





“Con la *Collana spaghetti allo scoglio*”, racconta ancora Giovanni Raspini, “ho cercato l’omogeneità nella disomogeneità: elementi incongrui riportati ad essere gioiello armonioso. Solitamente lavoriamo ai gioielli per le nostre collezioni stagionali, per il catalogo: un mondo di creazioni che debbono essere contemporanee, riproducibili, ricche di appeal, insomma perfette e “ingegnerizzate”. La collana coi gusci è invece un pezzo unico, costruito attorno ai materiali di scarto, inventato mentre stavamo piacevolmente gustando con gli amici le specialità marine del ristorante *L’amo* in Valdichiana. Noi della Giovanni Raspini abbiamo una doppia anima di cui siamo orgogliosi. Allo stesso tempo vogliamo stupire e compiacere il nostro pubblico, volare alto, ma anche cogliere i frutti a portata di mano – ovvero l’ideale che dialoga col reale commerciale – percorrendo un doppio binario creativo con entusiasmo ed operosità. Dice l’artista barocco Giovan Battista Marino che «è del poeta il fin la meraviglia». Desideriamo le sue stesse emozioni”, termina Giovanni Raspini, “cercando con questa collana di cambiare, attraverso la nostra “mediazione” artigianale, il destino a cose ed oggetti, regalandogli valore, luce e passione. Nuova vita, nuova eleganza e un mondo di bellezza che si rinnova di continuo. Una sorpresa creativa che verrà svelata il prossimo autunno in una nuova grande mostra”.

“With the *Seafood Spaghetti Necklace*,” says Giovanni Raspini again, “I looked for homogeneity in inhomogeneity: incongruous elements brought back to create a harmonious jewel. We usually work on jewellery for our seasonal collections, for the catalogue: a world of creations that must be contemporary, reproducible, rich in appeal, in short, perfect and “engineered”. The necklace with the shells, on the other hand, is a unique piece, built around waste materials, invented while we were pleasantly enjoying the seafood specialties of the restaurant *L’amo* in Valdichiana with friends. We at Giovanni Raspini have a double soul that we are proud of. At the same time, we want to amaze and please our customers, to fly high, but also to reap the benefits at hand – that is, the ideal that communicates with the commercial reality – by following a double creative track with enthusiasm and industriousness. The Baroque artist Giovan Battista Marino says that “È del poeta il fin la meraviglia (The poet’s goal is to surprise)”. We want these emotions” , Giovanni Raspini concludes, “we are trying to change the destiny of things and objects with this necklace, giving them value, light and passion through our artistic “mediation”. New life, new elegance and a world of beauty that is constantly evolving. A creative surprise that will be unveiled next autumn in a new major exhibition”.





L'intervista a Franco Cardini

di Francesco Maria Rossi

Un intellettuale contro il pensiero unico

Quella del professor Franco Cardini (Firenze, 1940) è una delle figure più rappresentative del mondo accademico contemporaneo. Storico, saggista e blogger - oltre che osservatore acutissimo della realtà nazionale ed internazionale - Cardini ha ottenuto nel 1989 la cattedra di Storia Medievale a Firenze. Attualmente è professore emerito presso l'Istituto di Scienze umane e sociali aggregato alla Scuola normale superiore e collaboratore delle maggiori università europee. Nella sua carriera di medievista si è occupato principalmente di crociate, pellegrinaggi e del rapporto tra cristianità e Islam. Ha pubblicato numerosi saggi, biografie e persino romanzi. Per i suoi studi ha ricevuto riconoscimenti in tutto il mondo.

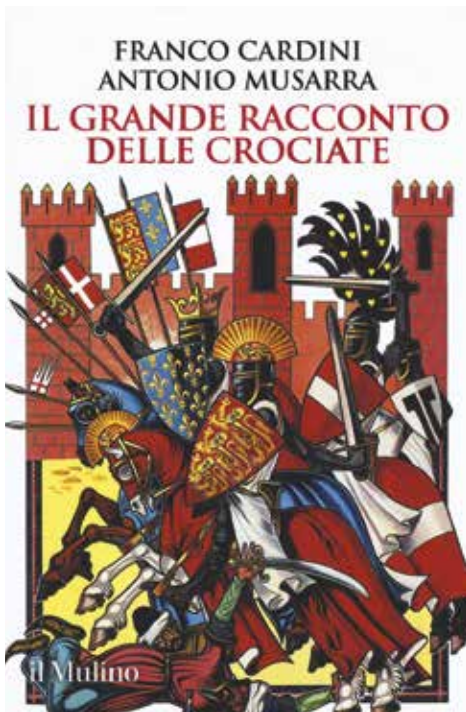
Professore, l'autorevolezza della sua carriera accademica, e la sincerità che ha sempre profuso nel commentare il mondo che viviamo, la rendono un personaggio unico nel panorama intellettuale del nostro Paese. Unico e scomodo. Qual è secondo lei il principale problema della società italiana di oggi?

Francamente non ritengo proprio di essere un personaggio "scomodo": se non altro perché non ho alcun potere; né d'altronde ho mai ambito ad averne, neppure quando per una serie di coincidenze mi sono trovato per anni a svolgere le funzioni di membro del Consiglio di amministrazione della RAI (1994-96) e di Cinecittà (1996-2002). Quanto al principale problema dell'Italia di oggi, esso risiede nell'aver abdicato

Professor Franco Cardini (Florence, 1940) is one of the most representative figures of the contemporary academic world. Historian, essayist and blogger, as well as a keen observer of national and international reality, Cardini has had a tenured post in Medieval History at the University of Florence since 1989. He is currently an emeritus professor at the Institute of Human and Social Sciences aggregated with the Scuola Normale Superiore and collaborates with major European universities. In his career as a medievalist, he has mainly dealt with crusades, pilgrimages and the relationship between Christianity and Islam. He has published numerous essays, biographies and even novels. He has been recognised all over the world for his studies.

Professor, the authoritativeness of your academic career, and the sincerity you have always put forth in commenting on the world we live in, make you a unique character in the intellectual panorama of Italy. Unique and uncomfortable. In your opinion, what is the main problem of today's Italian society?

Frankly, I really don't consider myself an "uncomfortable" character, if for no other reason than I have no power; on the other hand, I've never aspired to have any, even when, thanks to a series of coincidences, I found myself serving as a member of the Board of Directors of RAI (1994-96) and Cinecittà (1996-2002) for years. As for the main problem of today's Italy, it lies in having abdicated the functions of solidarity and



alle funzioni di solidarietà e di rispetto reciproco proprie di una società civile sana. Gli italiani delle ultime due generazioni si sono mostrati, in linea generale, sensibili solo alle questioni che riguardano il danaro e la libertà individuale del tutto priva di qualità etica. Il tratto fondamentale della cultura italiana diffusa è quello ben individuato da papa Francesco quando parla della “cultura dell’indifferenza”. Una società fondata sul principio diffuso del massimo dei diritti individuali e sull’assenza altrettanto diffusa dei doveri deve soltanto “riformarsi”. Ma è nella stessa condizione di un fisico debilitato da una lunga malattia cronica: può risanarsi, nei limiti del possibile, solo grazie a una terapia d’urto. E le “terapie d’urto”, nelle società, sono sempre molto dolorose: come nella Francia del 1789-1804 e nell’Unione Sovietica del 1917-28.

Papa Francesco ha definito l’Europa contemporanea “stanca e invecchiata”. Forse dovremmo aggiungere anche “egoista e tecnocratica”. Lei che ne pensa? La Storia non può davvero insegnarci nulla?

Appunto: sono i grandi problemi europei, che in Italia vengono vissuti al grado più intenso. Quanto alla storia, essa non insegna mai nulla se non viene interrogata alla luce di una volontà, di un disegno civile: i modelli di libertà nel nome dei quali nell’Italia risorgimentale si guardava al Medioevo dei comuni, o quelli di potenza e d’ordine ch’erano i modelli cercati dal regime fascista nell’età augustea, determinarono programmi e progetti che si ritennero adatti ad adeguatamente raggiungerli. Ma il risultato è stato deludente nel primo caso, rovinoso nel secondo. Oggi, le élites che ci governano sono economico-finanziarie e tecnocratiche: la politica è ridotta a loro “comitato d’affari”, quindi asservita ai progetti di arricchimento delle lobbies e costretta a seguire pedissequamente le sue scelte internazionali. Non ci si può meravigliare della caduta qualitativa della nostra classe politica: è funzionale alla necessità ch’essa agisca da ceto esecutivo, quindi privo di capacità decisionale.

Alla luce dei suoi autorevoli studi sul rapporto fra il mondo cristiano e l’Islam (oggi come un tempo), cos’è che dobbiamo tenere di conto, che dobbiamo realmente conoscere per poter comprendere.

L’Islam, oltre un miliardo e seicento milioni di fedeli in tutto il mondo, è una realtà diversificata, divisa in gruppi e in scuole

mutual respect required for a healthy civil society. Generally speaking, the Italians of the last two generations have demonstrated a sensitivity only to questions concerning money and individual freedom completely devoid of ethical quality. The fundamental trait of widespread Italian culture is that which is well identified by Pope Francis when he speaks of the “culture of indifference”. A society founded on the widespread principle of maximum individual rights and on the equally widespread absence of duties simply has to “reform” itself. But it has the same condition as a body weakened by a long chronic disease: it can only heal itself, as far as is possible, with shock therapy. And “shock therapies” are always very painful in societies, such as in France in 1789-1804 and in the Soviet Union in 1917-28.

Pope Francis has called contemporary Europe “tired and aged”. Perhaps we should also add “selfish and technocratic”. What are your views on this? Can history really teach us nothing?

Precisely: they are the great European problems, which are experienced in Italy at a more intense level. As for history, it never teaches anything if it is not questioned in the light of a will, a civil design: the models of freedom in the name of which the Italian Renaissance looked to the Middle Ages of the municipalities, or those of power and order that were the models sought by the fascist regime in the Augustan age, which determined programs and projects deemed suitable to adequately achieve them. But the result was disappointing in the first case, and ruinous in the second. Today we are governed by the economic-financial and technocratic elites: politics is reduced to their “business committee”, therefore enslaved to the enrichment projects of *lobbies* and slavishly forced to follow their international choices. We cannot be surprised at the qualitative decline of our political class: it satisfies the requirement of acting as an executive class, therefore without decision-making capacity.

In the light of your authoritative studies on the relationship between the Christian world and Islam (today as in the past), what must we consider, what must we really know in order to understand?

With over 1.6 billion faithful all over the world, Islam is a diversified reality divided into groups and schools without a



le, priva di un vero e proprio centro normativo (in una parola, non ha “Chiese”) e attualmente lacerato, nella sua compagine del Vicino Oriente e del Medio Oriente, da una lotta senza quartiere (*fitna*, ovvero “divisione”) tra mondo sunnita egemonizzato dall’élite conservatrice saudita e mondo sciita stretto attorno all’Iran: la prima potenza collegata agli USA e indirettamente a Israele, la seconda orientata verso l’alleanza con Russia e Cina. D’altro canto, le differenti società musulmane vanno interagendo con la modernità occidentale in modo complesso e, appunto, differenziato, suscettibile di sviluppi ardui a poter essere preveduti: ma che in generale è prevedibile collaboreranno alla modifica dell’equilibrio tra le potenze, favorendo l’ascesa della Cina sulla scena mondiale e l’eclisse degli Stati Uniti d’America. Quanto al Cristianesimo, non esiste più una società cristiana; ne deriva la conseguenza che papa Francesco ha perfettamente inteso: il cristiano, che nella Cristianità poteva esser tale con una qualche elasticità, in una società decristianizzata deve seguire la sua fede col massimo rigore. Ed ecco il modello di san Francesco, proposto da papa Bergoglio: il cristiano per esser tale dev’essere al servizio di tutti i suoi simili. Il mondo del futuro sarà quello di cristiani in forte minoranza numerica (uscendo definitivamente dalla finzione del “cristianesimo sociologico”, nel quale ci si dice cristiani per puro, svogliato conformismo) ma impegnati ad essere sul serio “il sale della terra”.

Se dovesse descrivere la Toscana e i toscani ad un extraterrestre appena atterrato cosa gli direbbe?

Di non fidarsi di eventuali apparenze affabili e di tener presente che di rado le apparenze corrispondono alla realtà profonda.

Mondo liquido, virtualità, globalizzazione, capitalismo incontrollato e povertà, consumismo: la forbice fra natura e cultura tecnologica si è allargata in modo preoccupante. Ce la faremo a salvare la materia e anche noi stessi?

Dipende dalla tempestività con la quale riusciremo a renderci conto che la riscoperta di un autentico ed effettivo comunitarismo è fondamentale e che il vero vantaggio individuale consiste nel lavorare al benessere e alla sicurezza altrui: se lo facessero tutti, il 50% dei nostri problemi si auto-risolverebbe spontaneamente. Ma la posta è il raggiungimento della fine del turbocapitalismo e della vittoria sul consumismo indiscriminato.

real regulatory centre (in a word, it has no “Churches”) and its structure in the Near East and Middle East is torn by an unrelenting struggle (*fitna*, or “division”) between the Sunni world dominated by the Saudi conservative elite and the Shiite world centred around Iran: the first power is connected to the USA and indirectly to Israel, the second oriented towards the alliance with Russia and China. On the other hand, the different Muslim societies are interacting with Western modernity in a complex and, indeed, differentiated way, susceptible to developments which are difficult to foresee, but in general, it can be foreseen that they will collaborate in the modification of the balance between the powers, favouring the rise of China on the world stage and the eclipse of the United States of America. As for Christianity, there is no longer a Christian society, hence the consequence that Pope Francis understood perfectly: the Christian, who in Christianity could be such with a certain amount of elasticity, in a de-Christianised society must follow his faith with the utmost rigour. Thus the model of Saint Francis proposed by Pope Bergoglio: to be such, the Christian must be at the service of all his fellow men. The world of the future will be that of Christians in a strong numerical minority (definitively leaving the fiction of “sociological Christianity”, in which we say we are Christians for pure, listless conformism), but committed to seriously being “the salt of the earth”.

If you were to describe Tuscany and Tuscans to an alien who had just landed on Earth, what would you say to it?

Not to trust any affable appearances and to keep in mind that appearances rarely correspond to actual reality.

We live in a liquid world, virtuality, globalisation, uncontrolled capitalism and poverty, consumerism: the gap between nature and technological culture has widened in a worrying way. Will we be able to save matter and also ourselves?

It depends on the timeliness with which we manage to realise that the rediscovery of authentic and effective communitarianism is fundamental and that the real individual advantage consists in working for the well-being and safety of others: if everyone were to do so, 50% of our problems would automatically resolve themselves. But the stakes are the achievement of the end of turbo-capitalism and the victory over indiscriminate consumerism.

Lei una volta si è definito un “ragazzo di San Frediano” (*quartiere posto nell’Oltrarno di Firenze, ndr*), vissuto fra artigiani abilissimi, orafi ed argentieri, che “ogni giorno passava per Ponte Vecchio e s’incantava tra quegli antichi sporti pieni di lucenti meraviglie...”. Cosa pensa dei gioielli, degli oggetti e delle creazioni animalier di Giovanni Raspini?

Penso che gli artigiani-artisti d’una volta avevano ben chiaro un principio che è evidente a tutt’oggi ai migliori artigiani-artisti-imprenditori, come poteva essere una volta un Brandimarte: seguire gli antichi e imitarli non tanto nelle forme quanto nello spirito. Gli antichi, ai loro tempi, erano “moderni”, vale a dire che rispettavano la tradizione ch’era stata consegnata loro da chi li aveva preceduti ma la reinterpretavano di continuo alla luce delle loro esigenze. Il Perseo del Cellini è un simbolo splendido del potere che decapita il mostro Medusa, la chioma della quale è fatta di serpenti che si mordono tra loro. Tali serpenti, in realtà, sono la libertà del popolo, che si esprime anche in termini di discordia; ma il principe, vale a dire il tiranno, ristabilisce la concordia uccidendo i serpenti, vale a dire estinguendo la discordia. Come? Decapitando la libertà. Col suo gesto Perseo, che innalza la testa della decapitata al di sopra del popolo che gli sta dinanzi, è il perfetto monumento al boia. Quale più profonda interpretazione del Potere che, secondo la definizione che gli ha fornito Carl Schmitt, è la “possibilità e capacità d’imporre punizioni”? Per quel po’ che ne conosco, le creazioni di Raspini mirano a un equilibrio fra tradizione e originalità. Raspini potrebbe far proprio il motto di Oscar Wilde: “La Tradizione è un’Innovazione ben riuscita”.

A che serve davvero la “cultura”?

A rimettersi di continuo in discussione.

Sogni, progetti, utopie?

Sogno l’Europa unita che si ponga alla guida di un movimento mondiale teso alla redistribuzione della ricchezza in maniera tale da cancellare il fenomeno del concentramento delle ricchezza e del potere nelle mani di pochissimi (i “signori di Davos”) e da determinare la fine del livello della miseria, vale a dire di un’assenza di beni tale da compromettere la dignità. Il mio progetto utopico sarebbe la creazione progressiva di una società differenziata – non egitaria, al

You once called yourself a “boy from San Frediano” (*neighbourhood located in the Oltrarno of Florence, ed*) who lived among skilled craftsmen, goldsmiths and silversmiths, who “passed over Ponte Vecchio every day and was enchanted by those ancient stalls full of shining wonders...”. What do you think of Giovanni Raspini’s jewellery, objects and animal creations?

I think that the artisans-artists of the past had a clear principle that is still evident to the best artisans-artists-entrepreneurs, as Brandimarte could once have been: following the ancients and imitating them not so much in form as in spirit. The ancients, in their day, were “modern”, that is to say, they respected the tradition that had been handed down to them by those who came before them, but constantly reinterpreted it in light of their needs. Cellini’s Perseus is a splendid symbol of the power that beheads the monster Medusa, whose crown is made of snakes biting each other. Such snakes, in reality, are the freedom of the people, which is also expressed in terms of discord; but the prince, namely the tyrant, re-establishes harmony by killing the snakes, that is, by extinguishing discord. How? By beheading freedom. With his gesture, Perseus, who raises the head of the beheaded above the people before him, is the perfect monument to the executioner. What deeper interpretation of the Power that, according to the definition that Carl Schmitt gave it, is the “possibility and ability to impose punishments”? As far as I know, Raspini’s creations seek a balance between tradition and originality. Raspini could embrace Oscar Wilde’s motto: “Tradition is a successful Innovation”.

What is “culture” really for?

To continually question oneself.

Dreams, plans, utopias?

I dream of a united Europe that will lead a worldwide movement aimed at the redistribution of wealth in such a way as to cancel the phenomenon of the concentration of wealth and power in the hands of very few (the “lords of Davos”) and to bring an end to the level of poverty, that is to say, the absence of goods that compromises dignity. My utopian plan would be the progressive creation of a differentiated society – not egalitarian, on the contrary: *Vive la Différence!* – but fair, that

contrario: *Vive la Différence!* – ma equa, che contemperasse il diritto dei migliori di starle alla guida e quello e gli altri a una vita serena e decorosa: una società di persone tutte abbastanza povere, a differenti livelli, ma in grado di vivere una vita a misura d'uomo.

would balance the right of the best to be at the helm and the others to have a peaceful and decent life: a society of people all fairly “poor”, at different levels, but able to live a life on a human scale.





GO
CHARMS
GO!



