

La Gazette 35

il giornale di **GIOVANNI RASPINI**

Sotto il Vulcano

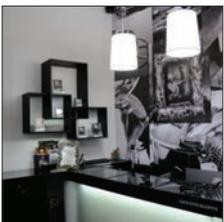






Il punto di Giovanni e Claudio
di Giovanni Raspini e Claudio Arati

4



Vedi Napoli e poi Raspini
di Francesco Maria Rossi

6



Intervista Mario Bottiglieri,
un designer partenopeo
di Francesco Maria Rossi

10



Metro Napoli:
le stazioni dell'arte
di Francesco Maria Rossi

16



Campagna 2013
di Andrea de Paolis

20

Il bracciale
"Omaggio a Sorrento"
di Giovanni Raspini



26

India e Gitane,
fascino nomade
di Fiamma Niccolai



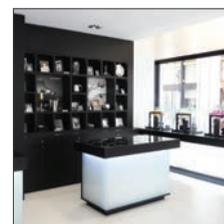
30

Gioielli
che scaldano il cuore
di Fiamma Niccolai



40

La boutique Giovanni Raspini
a San Babila
di Andrea de Paolis



46

La Gazette 35

estate 2013

Il punto di Giovanni e Claudio

di Giovanni Raspini e Claudio Arati

Abbiamo aperto il nostro negozio di Napoli e siamo contenti.
Napoli la puoi leggere in una serie infinita di modi. Facile dire che è una città di contrasti.

Napoli è molto di più e molto oltre.

Sinfonia di rumori. Lacrime e speranze nella Cappella di San Gennaro o al Carmine.

Voglia di volare alla Certosa o a Posillipo. La Napoli del caffè. Il pesce e le verdure di Pignasecca.

Le camicie cucite a mano e i weekend in Costiera. La paura del Vulcano e dei mariuoli.

Sopra i rumori, gli odori le paure e le speranze, regna un re con la sua sposa. Il colore e la luce.

Attenzione. Parecchi si sbagliano. Il bianco e il nero non sono colori.

Sono il massimo della luce e l'assenza della luce. L'argento non ha colori. Come la luna.

Il nostro negozio di Napoli non ha colori. È bianco e nero. In chiaroscuro. *En grisaille*.

Come le foto di allora o il cinema di Totò.

O come il Cristo Velato che Canova disse: "Avrei voluto farlo io".

I colori stanno fuori, e a loro chiediamo di esserne feriti, cullati o travolti.

Noi, artigiani dell'argento, rinunciamo alle cromie, celebriamo la pausa, l'assenza, il digiuno.

Sfogliate questa Gazette. È piena di belle cose.

Guardate con attenzione i nostri gioielli in argento dorato.

Il colore del miele.

Ma, non eravate *black & white*?

Via. Lasciateci il diritto alla contraddizione. Siamo a Napoli, no?

We are happy to have opened our shop in Naples.

One can look at Naples from an infinite series of points of view. Naples is much more and much beyond.

A symphony of sounds. Tears and hopes in the Chapel of San Gennaro or Carmine.

Desire to fly at the Certosa or in Posillipo. Naples of coffee. The fish and vegetables of Pignasecca.

The hand sewn shirts and weekends in Amalfi. Fear of the volcano and of rogues.

Above the noises, odors fears and hopes, a king rules with his bride. Colour and light.

Attention. Many are wrong. Black and white are not colours.

They are the maximum of light and the absence of light. Silver has no colour. Like the moon.

Our shop in Naples does not have colours. And 'black and white. In chiaroscuro. *En grisaille*.

Like photography of those times or Totò's movies.

Or like the Veiled Christ that Canova said: "I would like to have done it myself."

The colors are out, and they ask you to be injured, lulled or overwhelmed.

We, silversmiths, renounce to colour, we celebrate pause, absence, fasting.

Browse through this Gazette. It's full of beautiful things.

Look closely at our silver gilt jewelry. The color of honey.

But, weren't you *black & white*?

Come on. Let us have the right to contradiction. We are in Naples, right?





GIOVANNI RASPINI

GIOVANNI RASPINI

La Gazette

GIOVANNI RASPINI

Vedi Napoli e poi Raspini

di Francesco Maria Rossi

Un monarca del brand toscano sotto il Vesuvio

Via Bisignano, 63 è il nuovo indirizzo della bellezza e del lusso nella città di Napoli. Giovanni Raspini, in collaborazione con la famiglia Mango, ha aperto un nuovissimo punto vendita monarca proprio nel cuore del "quadrilatero" della moda partenopea. Posta fra via Riviera di Chiaia da un lato e via Filangieri e via dei Mille dall'altra, la boutique del brand toscano si apre sulla strada della movida e dei giovani, ove la tradizionale pavimentazione in basalto nero fa da cornice al passeggio e all'incontro.

Ora anche i napoletani potranno spingere la preziosa maniglia d'entrata con il cocodrillo in Bronzobianco, icona *animalier* di Giovanni Raspini. Una boutique monarca in perfetta linea stilistica col mood dell'argenterie toscano, ricco di suggestioni e creatività contemporanea. Un allestimento di design che evidenzia le varie collezioni attraverso l'eterno dialogo fra il bianco e il nero. Spazio esclusivo, caldo e accogliente, ove gioielli e charms, oggetti per la casa e creazioni in Bronzobianco mettono in primo piano la personalità esclusiva del marchio Giovanni Raspini.

Nella città dove l'artigianato e le arti applicate hanno sempre manifestato una vitalità straordinaria, raggiungendo livelli qualitativi altissimi, l'apertura del monarca Giovanni Raspini offre l'occasione per ammirare le sue collezioni dal carattere unico, per uno stile assoluto. Dall'argenteria, che ha reso il marchio storico, ai gioielli contemporanei ed oggetti per la casa che dichiarano un legame forte e preciso tra funzione e decoro, progetto e creatività.

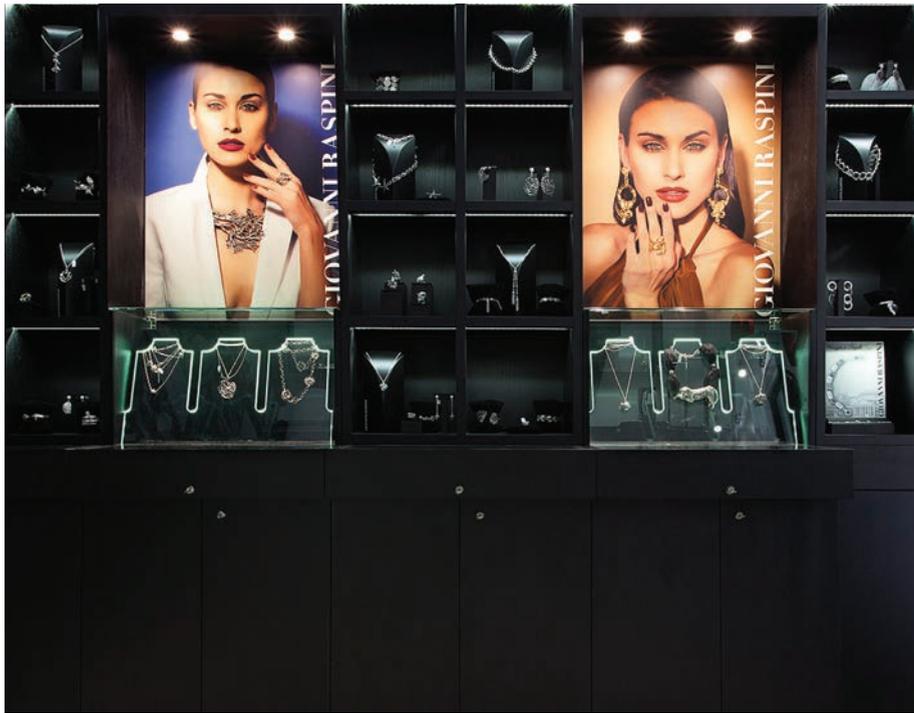
La personalità del marchio Giovanni Raspini nasce dall'eccellenza del lavoro e dalla cifra stilistica irripetibile. Sotto il vulcano, col fascino del fuoco e la forza del metallo.

Via Bisignano, 63 è the new address of beauty and luxury in the city of Naples. Giovanni Raspini, in collaboration with the Mango family, has opened a new outlet exactly in the heart of the Neapolitan fashion district, situated between via Riviera di Chiaia on one side and via dei Mille on the other the boutique of the Tuscan brand opens onto the young people's main street of nightlife, where the traditional black basalt paving is the setting for walking and meeting.

Now even the Neapolitans can push the precious door handle with the crocodile in Bronzobianco, the *animalier* icon of Giovanni Raspini. A flagship store in perfect line with the mood of the Tuscan silversmith full of charm and contemporary creativity. A production of design that highlights the various collections through the eternal dialogue between white and black. An exclusive, warm and welcoming environment, where jewelry and charms, household items and Bronzobianco creations bring to the fore the unique personality of the Giovanni Raspini brand.

In a city where the crafts and applied arts have always shown an extraordinary vitality, achieving high levels of quality, the opening of the Giovanni Raspini flagship offers an opportunity to admire his collections of unique character, for an absolute style. From the silverwork, which made the historic brand, to contemporary jewelry and objects for the home that express a strong and precise tie between function and decoration, design and creativity.

The personality of the Giovanni Raspini brand stands in the excellence of his craftsmanship and unmatched style, under the Vesuvius, with the fascination of fire and the strength of the metal.







Mario Bottiglieri, un designer partenopeo

di Francesco Maria Rossi

Mario Bottiglieri (Napoli, 1967) a ventidue anni lascia la facoltà di architettura per dedicarsi alla sua vera passione: il design. Apre la sua bottega in via Belledonne a Chiaia ove sperimenta nuove forme espressive e progettuali. Disegna interni, mobili, oggetti e gioielli. Capricorno creativo ed ostinato, progetta elementi d'arredo e abitazioni coniugando cultura partenopea e gusto contemporaneo. È oggi un importante punto di riferimento per chiunque desideri una casa d'autore che rispetti sinceramente la propria personalità.

Come si diventa designer? Nel tuo caso ti sei dovuto confrontare con la città di Napoli: il rapporto con un luogo così pieno di suggestioni, storia e fermenti culturali ti ha favorito oppure frenato?

Designer si nasce, ne sono assolutamente convinto. È indispensabile possedere l'ossessione continua delle forme. E avvertire l'ispirazione, che è una sorta di suono naturale, un vibrare interno che cambia di continuo: così si sviluppano anche le tue vibrazioni e le tue visioni. Credo nella Madre Terra: sono un laico fortemente spirituale, sempre affascinato dall'uovo cosmico come simbolo del perenne divenire. I figli della Madre Terra sono geniali proprio perché inventano, il contrario esatto di chi copia. Io genero come la Madre, concepisco, partorisco forme: e partorire una forma nuova che si ispira ad un principio arcaico è come garantire il senso dell'eternità, ove passato, presente e futuro diventano una cosa sola nel tempo ciclico. Napoli è Terra Madre, non mi potrei mai separare da questa città, nata dalla leggenda della sirena Partenope. Qui esiste un moto perpetuo di nascita e morte, femminile e maschile, nobile e popolare che mi ispira alla creazione.

Mario Bottiglieri (Naples, 1967) at 22 he left the Faculty of Architecture to dedicate himself to his true vocation: design. He opened his workshop in Chiaia where he experiments new forms of expression and planning. He designs interiors, furniture, objects and jewels. A creative and stubborn Capricorn, he designs home furnishings, marrying Neapolitan culture and with contemporary taste. He is today an important reference point for anyone who wants a copyrighted home that genuinely reflects his own personality.

How does one become a designer? In your case you had to come to terms with the city of Naples: your relation with a place so full of suggestions, history and cultural ferment; has it been conducive or detrimental?

One is born a designer, I am absolutely convinced. It is imperative to be constantly obsessed by forms. And feel the inspiration, which is a sort of natural sound, a continuously changing inner vibration: in this way your own vibrations develop along with your own visions. I believe in Mother Earth: I am a highly spiritual layman, constantly fascinated by the cosmic egg as symbol of eternal becoming. The offspring of Mother Earth are genial since they create, the exact opposite of those who copy. Like the Mother I generate, conceive, give birth to forms: and giving birth to a new form inspired by an archaic principle is like granting a sense of eternity, where past, present and future become one thing within cyclical time. Naples is Mother Earth, I could never part from this city, born from the legendary siren, Parthenos. Here there is a perpetual motion of birth and death, feminine and masculine, noble and common, that inspire my creativity.

Trovare un'identità, creare uno stile. Che consiglio daresti a chi vuol entrare nel mondo del design o del gioiello?

Lo inviterei a guardarsi di continuo intorno a sé alla ricerca del suono armonico. È come un rito magico: si deve ottenere una sintesi di purezza e trovare l'Uno, la forma, con uno sforzo tangibile di concentrazione. La creatività si può amplificare, perfezionare, ma se non c'è talento non credo sia possibile raggiungerla.

Che rapporto hai con l'oreficeria? Credi che la contemporaneità possa transitare anche attraverso un'arte applicata così antica e prestigiosa?

Il valore di un gioiello è dovuto alla sua progettazione e al lavoro. Non sto parlando del valore delle gemme o del metallo: sono il disegno e la lavorazione a fare la differenza. Un designer deve conoscere l'artigianato, le tecniche ed ogni possibilità realizzativa per poter creare qualcosa di nuovo. Per me il gioiello è un concetto arcaico da sviluppare. Io adoro il concetto di amuleto, di protezione: creo gioielli che si indossano per il loro valore apotropico, oppure veri e propri gioielli della madre, della nonna, che trasmettono cioè il senso di un passaggio generazionale, gioielli di fede. A Napoli,

Finding an identity, creating a style. What would you suggest to someone who wants to enter the world of design or jewelry?

I would invite him to constantly look around, in search of the harmonic sound. It's like a magic ritual: you have to get the synthesis of purity and find the One, the form, with a tangible effort of concentration. Creativity can amplify, enhance, but where there is no talent don't think one can get there.

How do you relate to goldsmith's art? Do you really think the contemporary world can influence such an ancient and prestigious craft?

The worth of a jewel depends on its design and manufacture. I am not talking about the value of the gem or of the metal: it is the design and manufacture that make the difference. A designer must possess craftsmanship, know the techniques and every possibility for producing something new. In my opinion a jewel is an archaic notion to be developed. I adore the notion of amulet, of protection: I create jewels that are put on for their apotropaic significance, or true mother's or grandmother's jewels that transmit the feeling of generational bridge, as objects of faith. Fortunately in Naples



fortunatamente, le cosiddette arti minori sono ancora presenti in modo straordinario. Un intaglio, l'architettura di una scala, una doratura, la tornitura di un pezzo: tutto è sempre stato fatto al massimo delle possibilità realizzative (vedi il Tesoro di San Gennaro, addirittura più ricco di quello della Corona inglese...). Sono nato dislessico e amo tutto ciò che è diverso, fuori sintonia: ho dovuto guardare oltre la semplice realtà delle cose. Questo favorisce il mio stile fresco e fortemente personale.

La forza del progetto, l'identità del marchio, il mercato. Il mondo che ci circonda sta divenendo sempre più virtuale e globalizzato. Come si sta evolvendo il design, anche in relazione ai materiali utilizzati?

Il valore di un oggetto risiede spesso nella sua diversità e novità. La gente invece si riconosce spesso in qualcosa di rassicurante: oggi si guarda molto indietro poiché nel passato c'è la sicurezza, davanti forse il vuoto. Io cerco di far confluire nella mia creatività ambedue le tendenze, cioè pratico la tradizione nell'innovazione. Prediligo però i prodotti naturali, non i materiali sintetici. Amo il calore del rame dorato e le pietre, frammenti preziosi del nostro pianeta.

the so-called minor arts are still very firmly there. A carving, the architecture of a staircase, a browning, the turning of a piece: all is done with the maximum effort and possibility of realization. (see the Treasure of St Gennaro, even richer than the work of the Royal Crown of England...). I am highly dyslexic, and love all that is different and out of tune: I had to look beyond the mere reality of things. This is conducive to my strongly personal, fresh style.

The strength of the project, the brand identity, the market. The world around us is turning increasingly more virtual and globalized. How is design evolving, also in relation to the materials utilized?

Il valore di un oggetto risiede spesso nella sua diversità e novità. La gente invece si riconosce spesso in qualcosa di rassicurante: oggi si guarda molto indietro poiché nel passato c'è la sicurezza, davanti forse il vuoto. Io cerco di far confluire nella mia creatività ambedue le tendenze, cioè pratico la tradizione nell'innovazione. Prediligo però i prodotti naturali, non i materiali sintetici. Amo il calore del rame dorato e le pietre, frammenti preziosi del nostro pianeta.





Tu progetti molte abitazioni private, cioè il luogo primario ove si vive. Qual è il concetto fondamentale da tenere a mente per creare una casa "vera"?

Il lavoro di arredatore di interni è un lavoro di interpretazione: occorre essere come degli psicologi e chiedere, ascoltare, capire. La casa è come una scatola, da riempire con tutte le tue emozioni. Io faccio case solo alle persone che le amano, che ne parlano, che hanno già elaborato un concetto importante e maturo. Così inserisco all'interno del progetto la mia visione artistica: spazi, architettura e colori. Tutto è numero: devi creare una griglia ove collocare il resto, perché la creatività e l'immaginario hanno bisogno di una struttura articolata, forte e dell'estrema cura dei dettagli. Affido estrema importanza ai colori. Con essi riesco ad interpretare il sentire della casa e quello delle persone che vorranno abitarci.

Quali sono gli elementi stilistici e progettuali che ti mettono in contatto col mondo di Giovanni Raspini?

Sicuramente l'amore per le suggestioni naturali, *animalier*, per i contrasti plastici e di luce/ombra: questo fa parte anche del mio carattere di napoletano, in una rivisitazione consapevole e ludica della grande epopea barocca. Ammiro il carattere fortemente artigianale delle argenterie Giovanni Raspini, le tecniche antiche, il vivaio di giovani che vi lavorano: tutto ciò ha un valore culturale estremamente rilevante.

In conclusione: progetti, sogni, utopie?

Molto semplice. Il mio sogno è avere un capanno in riva al mare ove poter sognare - cioè creare - disegnare e bagnarmi ogni volta che voglio. Chiedo forse troppo?

You design many homes, the primary living places. What is the main principle to bear in mind when creating a "real" home?

The job of an interior designer is a work of interpretation: one must be a psychologist and ask questions, listen, understand. A home is like a box that needs filling up with all your sensations. I only work for people who love, who love their homes, who speak about them, who already have matured an relevant idea. I therefore put inside the project my own artistic vision: spaces, architecture and colour. All is numbers, one must create a grid where to fit the rest, since creativity and imagination need an articulate, firm structure and an extreme attention to detail. I very much rely on colour. With colour I am able to interpret the feeling of the home and of the people who will inhabit it.

**Quali sono gli elementi stilistici e progettuali che ti mettono in contatto col mondo di Giovanni Raspini?
What are the style and design elements that put you in touch with the world of Giovanni Raspini?**

Definitely a love for the natural *animalier* inspirations for the plastic contrasts of light and shadow: this is also part of my Neapolitan character, in a conscious and playful reinterpretation of our great Baroque epic. I admire Giovanni Raspini's highly crafted silverware, his ancient technique, the pool of young people who work there: everything has an extremely important cultural value.

In conclusion: projects, dreams, Utopias?

Very simply. My dream is to have a hut on the seashore where to be able to dream, or in other words - create - design and swim when I wish. Amn I asking too much?



Metro Napoli: le stazioni dell'arte

di Francesco Maria Rossi

Duecento opere contemporanee per il museo diffuso della città

Napoli galleggia sul vuoto dei suoi labirinti sotterranei. Un viaggiatore dal futuro potrebbe addirittura convincersi che i progettisti dell'odierna metropolitana cittadina siano stati gli antichi Greci: furono loro i primi a bucare la tenera crosta tufacea per estrarre il materiale da costruzione, creando enormi e profonde cavità. Ed è forse proprio il carattere vulcanico e labirintico di Napoli, sempre in continuo divenire, ad avere favorito la nascita delle Stazioni dell'Arte, cioè il progetto promosso dall'amministrazione comunale per rendere i luoghi della mobilità sotterranea più attraenti e vivibili grazie all'incontro con l'arte contemporanea.

Architetti, design, pittori, scultori, fotografi di fama internazionale sono stati chiamati nella città del Vesuvio per riqualificare il tessuto urbano, coordinati dal critico Achille Bonito Oliva. Gli spazi interni ed esterni delle stazioni della metro sono divenuti un vero e proprio museo diffuso e organico della contemporaneità, con centinaia di opere d'arte perfettamente contestualizzate rispetto ai siti prescelti.

Tredici stazioni, nove della Linea 1 (*Università, Toledo, Dante, Museo, Materdei, Salvator Rosa, Quattro Giornate, Vavitelli, Rione Alto*) e quattro della Linea 6 (*Mergellina, Lala, Augusto, Mostra*) si svelano ogni giorno ai viaggiatori, offrendo loro un approccio non convenzionale alla bellezza. Come per l'ultima aperta nell'autunno scorso: la stazione *Toledo*, a firma di Oscar Tousquets Blanca. Con cinquanta metri di profondità che si snodano fin sotto la falda acquifera, essa propone il percorso cromatico del passaggio dalla terra al mare, mentre un incredibile "cratere" collega il piano di superficie con l'immensa hall posta ben quaranta metri più in basso. Oppure la stazione *Dante*, progettata da Gae Aulenti, con tredici pannelli di Jannis Kounellis ed opere di Joseph Kosuth, Nicola De Maria e Michelangelo Pistoletto.

Naples floats over the hollows of its underground labyrinths. A traveler of the future might convince himself that the planners of the present city's underground railway had been the ancient Greeks: they were the first to bore the tender tufa to extract building material, thus creating enormous deep cavities. And it is precisely the volcanic and labyrinth character of Naples' bedrock, in continuous evolution, to suggest the creation of Stations of the Arts, the project promoted by the municipal administration to make the underground transport system, more attractive and visible by garnishing it with contemporary works of art.

Architects, designers, painters, sculptors, photographers of International repute have been called up to the city of Vesuvius to enhance the urban fabric, coordinated by the art critic Achille Bonito Oliva. The interiors and exteriors of the underground stations have been turned into a true dispersed coordinated museum of contemporary art, with hundreds of works all perfectly arranged in their appropriate sites.

Thirteen stations, nine on Line 1 (*Università, Toledo, Dante, Museo, Materdei, Salvator Rosa, Quattro Giornate, Vavitelli, Rione Alto*) and four on Line 6 (*Mergellina, Lala, Augusto, Mostra*) unveil themselves to travellers, offering them an unconventional approach to beauty. As in the latest, opened last Autumn: the *Toledo* Station, by Oscar Tousquets Blanca. Fifty metres deep which unfolds to below the water table, offering a chromatic route from land to sea, while a huge "crater" connects the surface with the enormous hall, forty metres below. Or the *Dante* Station, designed by Gae Aulenti, with thirteen panels by Jannis Kounellis and works by Joseph Kosuth, Nicola De Maria and Michelangelo Pistoletto.

Il sistema integrato di mobilità del bacino di Napoli è uno dei più ampi e funzionali del nostro Paese, e comprende ferrovie, metro, linee di navigazione e le tradizionali funicolari. Uno degli interventi più interessanti, firmato dall'Atelier Mendini, è la stazione *Salvator Rosa*, in zona Vomero. Installazioni, sculture e mosaici dentro e fuori: forme e colori che animano i palazzi intorno alla stazione e si integrano con un divertente parco giochi.

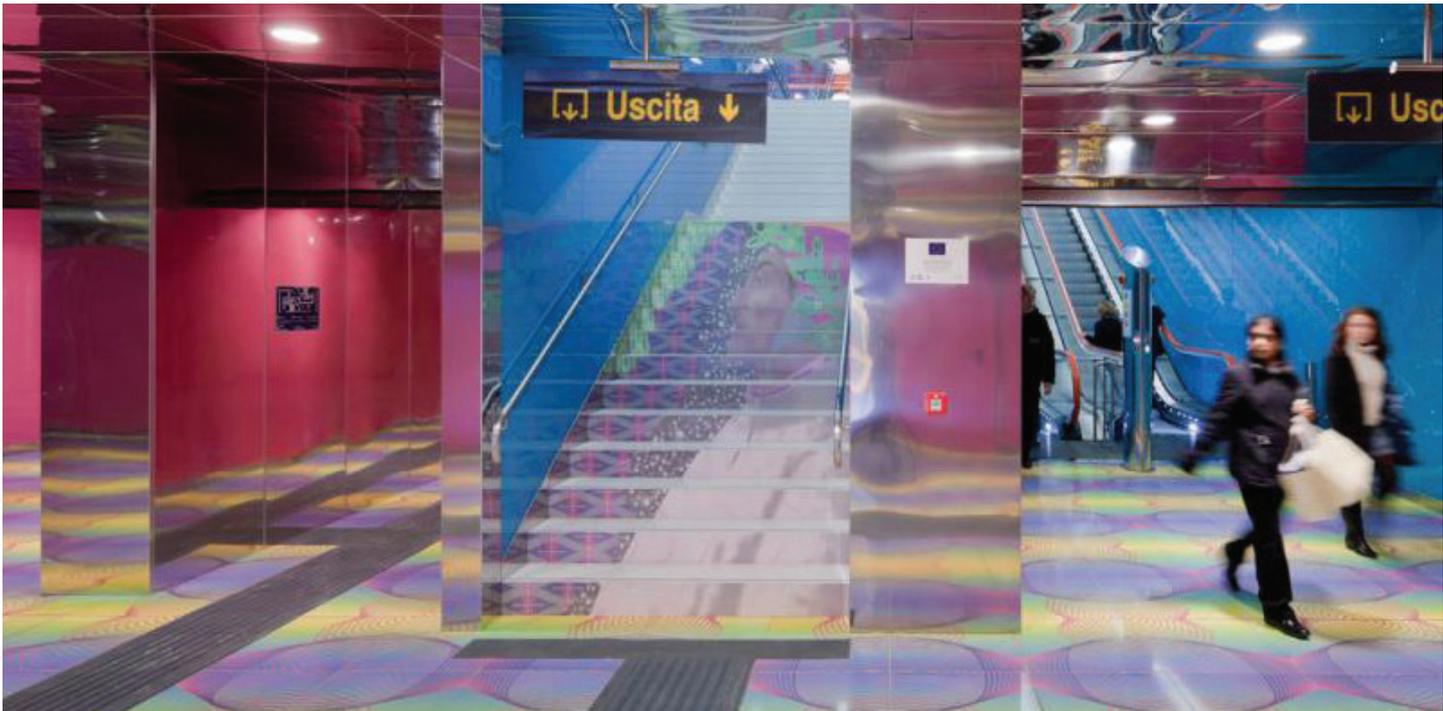
Ogni stazione ha le proprie peculiarità e un suo carattere, pur nel grandioso progetto complessivo che unisce le creazioni dei molti artisti. Per esempio, l'ultima opera di Mario Merz - raffigurante una teoria di animali preistorici - è collocata in *Vanvitelli*, mentre per la stazione più orientale (cioè *Università*), l'architetto e designer Karim Rashid ha pensato ad un luogo che offra una diversa esperienza estetica e sensoriale. Per questo si è concentrato su volumi morbidi, materiali innovativi e colori fluo: il risultato è fortemente emozionale e allo stesso momento rilassante, quasi una pausa di bellezza e piacere, collocata in uno strappo del tempo.

La stazione diametralmente opposta, verso occidente, è *Mostra*. Qui il viaggiatore viene salutato dalle importanti fotografie in bianco e nero di Gabriele Basilico, rappresentanti le architetture della Mostra d'Oltremare, cioè uno dei più importanti poli fieristici italiani. Posta a Fuorigrotta, vicino a Chiaia e alla collina di Posillipo, la Mostra d'Oltremare (1940) è un meraviglioso esempio di "architettura nel verde": comprende anche un parco archeologico e un acquario tropicale. Napoli è tutto questo, e anche l'esatto contrario: eppure la sua storica fragilità tellurica la rende pronta ad affrontare ogni cedimento e a reagire sempre con energia ed ottimismo. Antica e contemporanea, ombelico vitale del Mediterraneo.

The integrated transport system of the Naples area is one of the largest and efficient in our Country, and it includes overground and underground railways, seaways and traditional funicular. One of the most interesting works, by the Mendini Atelier, is the *Salvator Rosa* Station, in the Vomero quarter. Installations, sculptures and mosaics inside and outside: shapes and colours animate the palaces surrounding the station and well integrate with an amusing playground.

Each station has its own peculiarities and its own character, in the context of a grandiose overall plan that brings together the works of many artists. For example, the latest work by Mario Praz - representing a procession of prehistoric animals - is placed in *Vanvitelli*, whereas for the easternmost station (*Università*), architect and designer Karim Rashid has thought of a place that offers a different aesthetic and sensorial experience. This is why he has focused on soft volumes, innovative materials and fluo colours: the result is strongly emotive and at the same time relaxing almost a pause of beauty and pleasure placed into a time gap.

The opposite station, to the west is *Mostra*. Here the traveler is greeted by important black and white photographs by Gabriele Basilico, representing the architectures of the Overseas Exhibition (Mostra d'Oltremare), or one of the most important trade fair sites in Italy. Posta a Fuorigrotta, near Chiaia and the hill of Posillipo, the Mostra d'Oltremare (1940) is a marvellous example of "architecture in the green": it also includes an archaeological ground and a tropical aquarium. Naples is all this, and also the opposite: yet its historical frailty to earthquakes makes it ready to face any failure and always react energetically and optimistically. Ancient and contemporary, a lively navel of the Mediterranean.



Campagna 2013

di Andrea de Paolis

La nuova campagna pubblicitaria 2013 di Giovanni Raspini vede protagonista la top model slovacca Zita Galgociova, della Focus Model Management di Bratislava. Come fotografo, l'art director Filippo Lapi ha scelto Leonardo Beglieri, già autore di importanti shooting per il marchio toscano.

Una campagna ispirata ad una donna sofisticata, lievemente rétro, ora che lo stile androgino metropolitano cangia in quello ammaliante e pastello degli anni Cinquanta. Immagini rese ancora più vivide e affascinanti dagli abiti di Pascal Millet, il sarto parigino che ha iniziato la sua carriera con la maison Balenciaga.

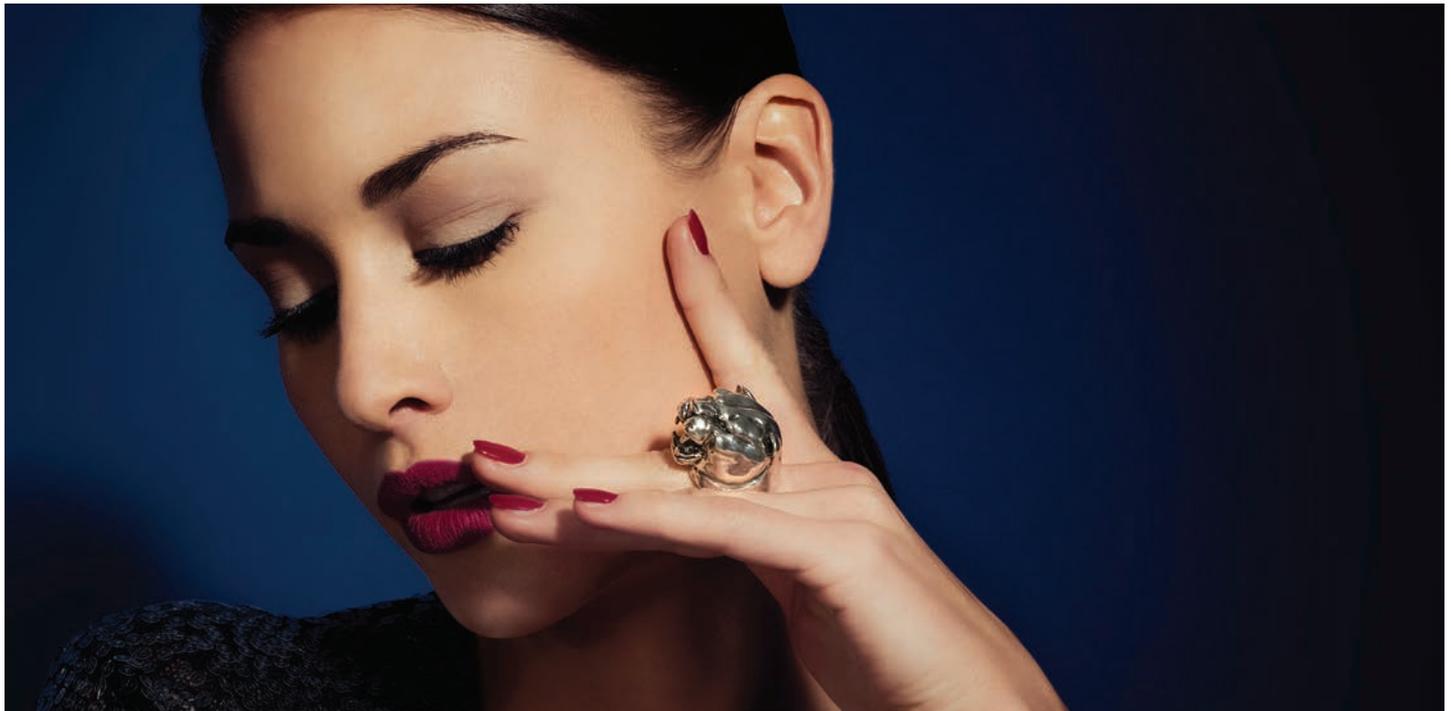
Coral è la linea guida della nuova campagna pubblicitaria, scelta da Giovanni Raspini per lo shooting fotografico. Immagini di grande compostezza e sobrietà formale, illuminate dalla luce plastica dell'argento. Un argento vivo che, da materia, diviene sogno di profondità marine.

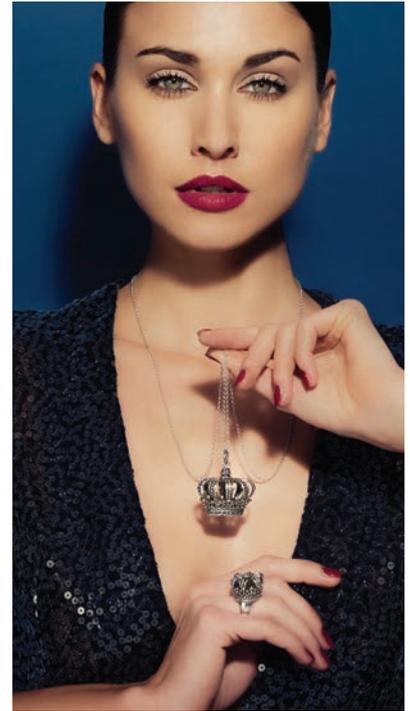
The new advertising campaign 2013 by Giovanni Raspini has as its protagonist the Slovak top model Zita Galgociova, of the Focus Model Management of Bratislava. The art director Filippo Lapi has chosen Leonardo Beglieri as the photographer, author of important shootings for the Tuscan brand.

It is a campaign inspired by a sophisticated woman, a little rétro, now that the metropolitan androgynous style, is turning into a bewitching pastel hue of the Fifties. Images made even more vivid and fascinating by stylist Pascal Millet, the Parisian tailor who started his career with the Balenciaga fashion house.

Coral is the guideline for the new advertising campaign, chosen by Giovanni Raspini for the photo shoot. Pictures of great composure and formal sobriety, lit by the plastic light of silver. A quicksilver, that from raw material, becomes a dream of oceanic depths.











Il bracciale "Omaggio a Sorrento"

di Giovanni Raspini

Questa volta tutto è nato a Milano. Volevamo fare bella figura con i nostri amici giornalisti e regalargli qualcosa legato alla città, alle sue strade, ai suoi segni.

Così è nato il bracciale "Omaggio a Milano". Un successone.

Le strade del quadrilatero. Lo stemma dei Visconti. Il Duomo, il panettone e la cotoletta.

Sono seguiti i bracciali dedicati a Genova, Torino, Firenze, Roma, Napoli (ovviamente) e tante altre città.

Sta dentro il nostro DNA la capacità di essere anche "realisti", plastici, figurativi.

Qualche volta è dura. Penso alla Mole Antonelliana con una prospettiva forzata, o alla cartolina di Portofino dove non si riusciva a vedere le barche.

Oggi siamo sotto il Vesuvio.

Ci inchiniamo davanti alla splendida Sorrento e raccogliamo una sfida facile.

Limoni, mare e ...

This time everything was born in Milan. We wanted to make a good impression with our friends journalists and give them something related to the city, its streets, its signs.

Thus the cuff "Homage to Milan." was born. A huge success.

The streets of the quadrangle. The Visconti coat of arms. The Duomo, the Christmas cake and the breaded veal chop.

This was followed by the bracelets dedicated to Genoa, Turin, Florence, Rome, Naples (of course) and many other cities.

Being "realistic", plastic, figurative, is in our DNA.

Sometimes it is hard. I think of the Mole Antonelliana with forced perspective, or Portofino postcard where one can't see the boats.

Today we are under Vesuvius.

We bow in front of splendid Sorrento and accept an easy challenge.

Lemons, sea and ...









India e Gitane, fascino nomade

di Fiamma Niccolai

I nuovi prodotti in argento dorato di Giovanni Raspini

Un viaggio nel tempo e nello spazio alla ricerca di emozione e bellezza: questo è il percorso che Giovanni Raspini propone con *India* e *Gitane*, le due collezioni in argento dorato cariche di mille suggestioni.

"*India* nasce da un segno e da un sogno, quello della dea Kalì - ci dice Giovanni Raspini - Il bracciale tigre, gli orecchini Masala e Labuan, i pendenti Kalì e Jasmine, la collana India, gli anelli serpente o bambù: una collezione ricca di tante proposte dal fascino misterioso e intrigante, coi decori animalier e le texture che ci contraddistinguono da sempre".

Una continuità stilistica e creativa che apre la strada a *Gitane*, l'altra collezione in argento dorata voluta dal brand toscano. Tanti gioielli pieni di vita e di luce, ricchi di elementi decorativi sorprendenti: monetine di ogni foggia e forma che si rincorrono, formando panoplie in miniatura, riferimenti *animalier* al coccodrillo, catene e catenine che assieme al tintinnio delle monete danno luogo a suggestioni quasi musicali. E poi la novità degli zirconi, che circondano a fascia o ricoprono in pavé i deliziosi *pendetifs*, regalando una straordinaria e trasparente luminosità.

Racconta ancora Giovanni Raspini: "Ho creato *Gitane* per una donna non metropolitana, amante dei grandi spazi aperti. Una donna irriverente, con la brezza nei capelli e le gonne ampie, nomade - oggi come un tempo - nella sua vitalità zingaresca. Dall'India al Mediterraneo, dai maharaja al flamenco, rincorrendo la libertà dei "figli del vento" lungo le carovaniere di Asia, Africa e Medio Oriente. Un viaggio affascinante fuori e dentro di noi, inseguendo la bellezza, memoria di ciò che verrà".

A journey through time and space in search of excitement and beauty: this is the path that Giovanni Raspini proposes with *India* and *Gitane*, the two collections in gilt silver laden with thousands of suggestions.

"*India* was born out of a sign and a dream, the goddess Kali - as Giovanni Raspini tells us - The tiger bracelet, the Masala and Labuan earrings, Kali and Jasmine pendants, the India necklace, snake or bamboo rings: a collection full of offers by the mysterious and intriguing charm, with animalier decorations, and textures that always distinguish us."

A creative stylistic continuity which opens the way to *Gitane*, the other gilt silver collection wanted by the Tuscan brand. Many jewels full of life and light, rich with decorative elements: little coins of all shapes and kind which chase one another forming a miniature array referring to *animalier*; the crocodile, chains which with the coins tinkle in an almost musical fashion. And then the novelty of the zircons, which surround or cover in a pave-like band of delicious *pendetifs*, issuing an extraordinary transparent luminosity.

Giovanni Raspini goes on telling us: "I have created *Gitane* for a non urban woman, one that loves open spaces. An irreverent woman with the wind in her hair and with ample gowns, a nomad - today as yesterday- in her gipsy-like vitality. From India to the Mediterranean, from Maharaja to Flamenco, chasing the freedom of the "children of wind", following the caravans of Asia, Africa and the Near East. A fascinating journey within and without ourselves, in pursuit of beauty and of what will come after."

















Gioielli che scaldano il cuore

di Fiamma Niccolai

I nuovi prodotti in argento di Giovanni Raspini

Giovanni Raspini sa coniugare l'argento con la forza dello stile e di una luminosa creatività. I nuovi prodotti dell'argentiere toscano regalano lusso, sobrietà e bellezza.

Come *Coral*, la linea guida, rappresentata nell'icona scelta per la campagna pubblicitaria. Gioielli nati dal mare per piacere ad una donna sofisticata e decisa, una donna che ama i riflessi lunari dell'argento, valorizzati dalla forza plastica del disegno. La grande collana *Coral*, i pendenti, il bracciale a molla o rigido, gli orecchini e gli anelli; realizzati in microfusione ed elettroformatura, ci raccontano la bravura di Giovanni Raspini nel creare gioielli *animalier* dalla bellezza assoluta, in cui l'argento sembra fluire materico, quasi vivo, dagli intrecci dei rami corallini.

Crok sono i nuovissimi orecchini con la texture di cocodrillo stampata: leggeri e luminosi, dal segno *animalier* estremamente attuale. Con le loro forme circolari sovrapposte (piene o forate) e le microcatene *pendentif* che giocano sul volto tra riflessi e volume, essi regalano personalità e stile, e la possibilità di scegliere sei differenti modelli.

L'interpretazione del tema classico delle *Corone* dà luogo alla collezione omonima, attualizzata da spunti pop e intuizioni contemporanee. Sia le collane che i pendenti, i charms, gli orecchini e gli anelli creano un fil rouge stilistico di grande fascino, divertente e desiderabile.

I quattro Anelli *Fantastik* rappresentano il compendio della creatività plastica di Giovanni Raspini. L'anello testa di leopardo, l'anello leopardo, l'anello castello e l'anello Manhattan: dai temi *animalier* alla città della fiaba e del sogno contemporaneo. Come sculture in miniatura, dalle superfici sapientemente brunate, per un argento da indossare che scalda il cuore.

Giovanni Raspini knows how to marry silver with the power of style and creative luminosity. The new products by the Tuscan silversmith convey luxury, sobriety and beauty.

Like *Coral*, the guideline, represented by the icon chosen for the advertising campaign. Jewels born of the sea to please a sophisticated woman who loves the lunar reflections of silver, enhanced by the plastic power of the design. The great necklace *Coral*, the pendants, the i pendenti, the spring or rigid bracelet, the earrings and the rings: made in microfusion il bracciale a molla o rigido, gli orecchini e gli anelli; realizzati in casting and electroforming, tell of Giovanni Raspini's skill in creating *animalier* jewels, of absolute beauty, where silver seems a flowing matter, almost alive, with intertwined coral branches.

Crok are the new earrings with a printed crocodile texture: light and luminous, with their extremely contemporary *animalier* character. With their superimposed circular form, (solid or hollow) and their *pendentif* microchains which play on the face with their volumes and reflections, they convey personality and style, and the possibility of choosing among six different models.

The interpretation of the Classical theme of *Corone* creates the collection by this name, consisting of pop suggestions and contemporary intuitions.

Both necklaces pendants, charms, earrings and rings create a desirable fil-rouge style of great charm, and fun.

The four *Fantastik* rings represent the epitome of plastic creativity by Giovanni Raspini. The leopard head ring, the leopard ring, the castle ring and the Manhattan ring: animal themes from the city of a contemporary fairyland and dreamland. As miniature sculptures, with carefully burnished surfaces, a silver piece to wear that warms the heart.









G. RASPINI



La boutique Giovanni Raspini a San Babila

di Andrea de Paolis

Una nuova boutique milanese per l'argentario toscano

Cambia sede la boutique milanese di Giovanni Raspini. L'argentario toscano si è spostato in piazza San Babila, con un nuovo e prestigioso punto vendita esclusivo situato proprio accanto all'abside della chiesa omonima, una delle più antiche e cariche di storia della città della moda. Costruita nel IV secolo sui resti di un tempio pagano dedicato al sole, San Babila è stata ulteriormente valorizzata dalla piazza novecentesca su cui si affacciano alcuni dei palazzi più interessanti della nostra architettura anni Trenta. La boutique Giovanni Raspini è posta in corso Monforte 7, proprio sul lato esterno della piazza, tradizionale punto di passaggio e d'incontro della Milano di sempre.

Da corso Garibaldi a corso Monforte, la via del design e delle luci: la boutique del brand toscano si apre in un bel palazzo novecentesco decorato dalle sculture in pietra del caducèo (il bastone di Mercurio con i due serpenti attorcigliati), simbolo del commercio e dell'arte medica. Poco oltre, al numero 23 di palazzo Cicogna Mozzoni, lo studio di Lucio Fontana, fondatore del movimento spazialista, ove dal 1952 al 1968 il grande artista ha creato i suoi capolavori. Dall'altra parte della strada, l'imponente galleria di negozi costruita con la stessa pregevole architettura dei palazzi di San Babila.

La boutique monomarca di Giovanni Raspini interpreta ancora una volta lo stile inconfondibile dei suoi punti vendita. Cinque ampie vetrine d'angolo per un sorprendente spazio minimalista fondato sul contrasto fra luce ed ombra: la chiarezza dei riflessi e il nero degli allestimenti di design, illuminati dai gioielli, dai charms e dagli oggetti della linea casa e in Bronzobianco.

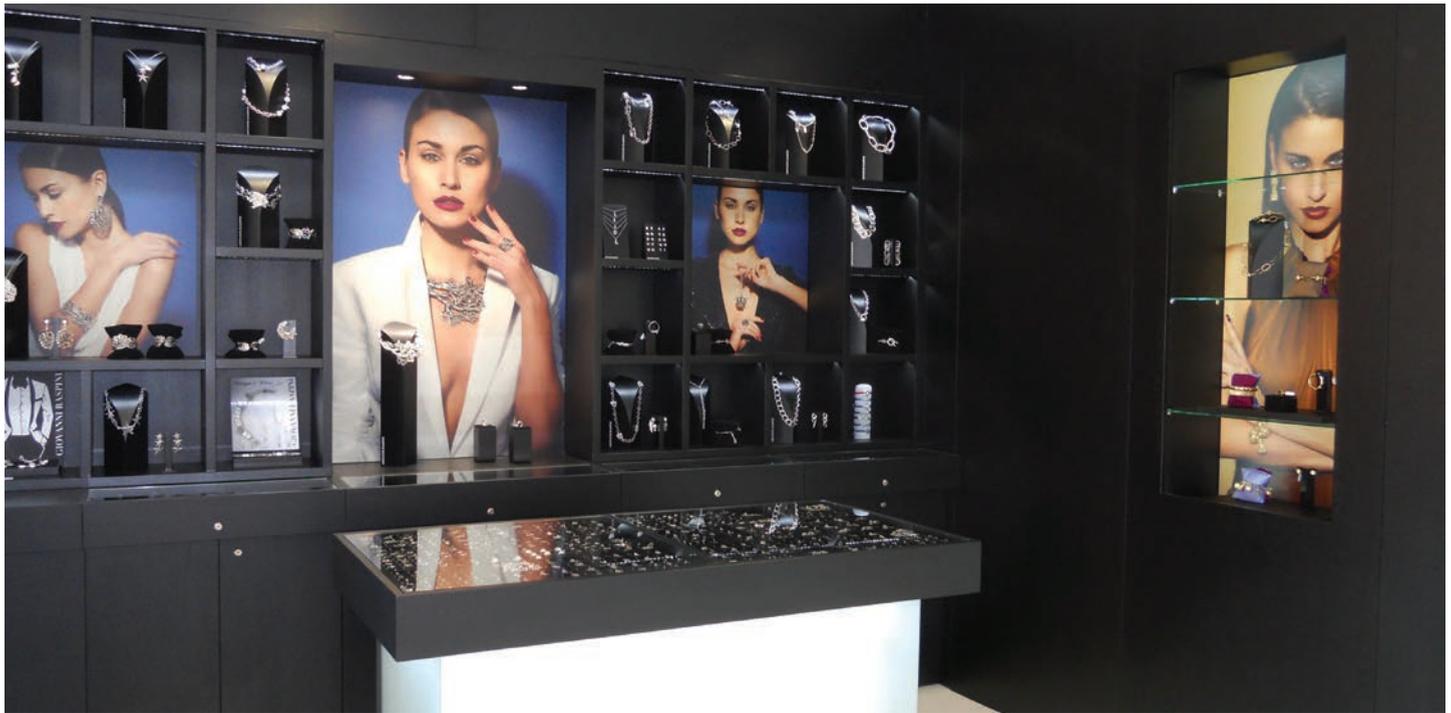
Giovanni Raspini ha scelto la via del design e dello shopping per il suo punto vendita esclusivo a Milano: un incontro al vertice fra il lusso necessario dell'argentario toscano e la città della moda.

Giovanni Raspini's transfers his Milan boutique. The Tuscan silversmith has moved to Piazza San Babila with a renewed prestigious and exclusive outlet right next to the apse of the church, one of the oldest and most historical churches of the city of fashion. Built in the 5th C. AD on the ruins of a pagan temple dedicated to the Sun God, San Babila has been enhanced by the early 20th C. architecture of the square with some of the most interesting buildings of the 1930s. Giovanni Raspini's boutique is situated at N° 7 Corso Monforte. On the far side of the square, a traditional strolling and meeting point of Milan for a long time.

From Corso Garibaldi to Corso Monforte, lies the district of light and design. The boutique of the Tuscan silversmith opens up on the façade of a beautiful 20th C. palace decorated with stone sculptures of the "caduceus" the symbolic staff of Hermes, a symbol of trade and of the medical art. Further up the street, at N° 23 is the Cicogna Mozzoni palace, where the atelier of Lucio Fontana, founder of the "spatialist" movement, stood and where from 1952 to 1968 the great artist created his masterpieces. On the opposite side of the street is the imposing arcade of shops, built of the same architectural style as the palaces in San Babila square.

Giovanni Raspini's flagship boutique once again manifests once again the unmistakable style of his outlets. Five large corner shop windows with a surprising minimalist space, based on a contrast between light and shade: the clarity of reflections and the black of the design décor, lighted by the jewels, by the charms and by the objects in the house style, and on Bronzobianco.

Giovanni Raspini has chosen the street of design and shopping for its exclusive flagship boutique, his only outlet in Milan. A top meeting point between the necessary luxury of the Tuscan silversmith and the city of fashion.







www.raspini.it