

VICENZAORO

25TH
ANNIVERSARY

VICENZAORO INTERNATIONAL MAGAZINE
VICENZAORO.FIRS
ISSUE 109, WINTER 2009

Wonder

Oh, my gold!

LA NUOVA STAGIONE
brilla il colore
lo stile scintilla

**Latest trend
searching
for true**
value

FOPE
GIOIELLI

Quadrimestrale edito da Fiera Vicenza Spa
Spedizione in A.P. - 70% Padova CMP
Anno XXVI n. 109 Gennaio 2009
Italia €20; España €29; Portugal €29; Deutschland €35;
Principauté de Monaco €44; United Kingdom £20

ISSN 1827-2878



Cesari & Rinaldi takes full advantage of the new trend of clothes decorated with gems, invests in fashion and becomes the supplier of fashion brands. What if this trend goes out of fashion? "Our company stays open to new opportunities", replies Paolo Cesari.



Cesari & Rinaldi cavalca il trend delle gemme applicate agli abiti ed

investe sulla moda, diventando fornitore dei fashion brand. E se questa moda passerà di moda? "Siamo un'azienda sempre "aperta" a nuove opportunità", risponde **Paolo Cesari.**

E' DI MODA LA PIETRA

Più che flessibile, Cesari & Rinaldi è un'azienda che Paolo Cesari definisce "aperta". Aperta al nuovo, alla sperimentazione, alle opportunità da qualsiasi parte arrivino. Di questi tempi, per il settore il nuovo pare arrivare inevitabilmente dalla moda, dall'abbigliamento con le sue suggestioni, le ricerche, il suo indomito spirito per il cambiamento, per l'inedito (oggi, in verità, più per il ripescaggio di stili rétro).

La moda, insomma, è entrata a far parte del portafoglio dell'azienda riminese che ha sviluppato un progetto di fornitura e servizio al fine di soddisfare la crescente richiesta di pietre naturali come prezioso ornamento per abiti, scarpe, borse. "In fondo, continuiamo a fare il nostro lavoro di sempre, siamo un'azienda di filiera, quel che cambia è il referente", dice Cesari. Massima riservatezza sui nomi dei clienti sin qui acquisiti, ma Paolo Cesari fa capire che si tratta di alcuni tra i più bei nomi del fashion, le cui collezioni con le pietre fornite dalla sua azienda hanno già affrontato i flash ed il vaglio della passerella.

Con la novità Cesari & Rinaldi sta dimostrando l'esattezza del suo progressivo riorientamento strategico verso il servizio inteso come valore aggiunto: la divisione appositamente creata lavora a stretto contatto con gli uffici stile dei brand con l'obiettivo di "accordare la ricerca sui colori fatta da loro (per la prossima stagione vanno per la maggiore le tonalità pastello) alle pietre naturali effettivamente disponibili in ragione ai budget, alle quantità, agli obiettivi stabiliti", spiega Cesari.

Ma non solo, perché Cesari & Rinaldi s'incarica anche di sviluppare proposte che gli stilisti prenderanno di volta in volta in considerazione, confezionando quindi un servizio a 360 gradi che comprende la ricerca, persino la sperimentazione. In questo senso, la passione per l'arte figurativa di Paolo Cesari ha avuto un ruolo fondamentale nell'attività imprenditoriale. Adesso, ad esempio, Bruto Pomodoro (figlio del celebre Giò che a suo tempo collaborò con Cesari e artista lui stesso) sta completando un ancora misterioso percorso di ricerca sperimentale "incentrato sulle sfumature e sui significati", anticipa Cesari.

Cesari & Rinaldi is more than flexible: Paolo Cesari defines the company as "open" to anything new, experiments and any opportunity. Today novelties seem to come straight from the fashion world, with its clothing sector, its suggestions, its research, its passion for change, and the love of brand new ideas (though now it seems to be the time of retro style revival).

Fashion has become part of the range of activities of the company based in Rimini, which has developed a special supply service in order to meet the growing demand for natural stones for decorating clothes, shoes and bags. "Basically, we keep on working as usual, our company is part of the production chain so what has changed is the buyer" says Cesari. The new clients' names are strictly confidential, but from Paolo Cesari's words it transpires that they are among the best brands in the fashion world, whose collections featuring the stones supplied by his company have already been shown on the catwalk. Cesari & Rinaldi is showing how precise its strategic evolution towards services are seen as an added value: the new department works alongside the style offices of the brands so as to "match their research on colours (the upcoming season goes pastel) with the available natural stones according to budgets, quantities and objectives" explains Cesari. But it is not just that. Cesari & Rinaldi also works on developing projects for fashion designers, thus offering an all-round service that includes researching and experimenting. Therefore Paolo Cesari's passion for figurative art has had an important role in his entrepreneurial activity. For example, Bruto Pomodoro (son of famous Giò, who in the past worked with Cesari and an artist himself) is about to finish a mysterious project based on "nuances and meaning", confides Cesari. www.futurgem.com