



*dal 1980*

---

**CESARI & RINALDI**

*Gemmai*

[www.cesarierinaldi.com](http://www.cesarierinaldi.com)



Paolo Cesari, in veste di mecenate, ha presentato al salone Gem World di settembre il "Tondo Cesari", opera artistica di Bruto Pomodoro.

## GEM STORY

**Cesari & Rinaldi celebra i suoi primi 30 anni di pietre, colori, arte e ricerca con un'importante (in futuro forse necessaria) rivoluzione culturale, la garanzia di trasparenza e correttezza sia all'interno dell'azienda sia nei suoi rapporti nel trade. Un atout che - assieme alla qualità di prodotto - consente a Paolo Cesari di guardare serenamente al dopo crisi.**

**RIMINI, RIMINI** Paolo Cesari 30 anni dopo. Un bilancio, un rilancio. Sembra ieri, ed era il 1980 quando il giovane Paolo decide di fondare a Rimini un'azienda che commercia pietre. Perché Rimini e perché pietre? Non è un caso, qui esisteva il contesto favorevole: le taglierie di San Giovanni e una fervida attività commerciale che nel complesso formano un piccolo polo di pietre preziose (e non), con un futuro ambizioso. L'azienda Cesari & Rinaldi è una scommessa, come lo sono tutte le start up, però basata su un rapporto positivo con il territorio.

**EXCLUSIVE** Nel tempo e con l'esperienza, Paolo Cesari inaugura un sistema di business nuovo: lavora in esclusiva con le aziende forgiando fin da subito un "mercato su misura". Oggi si direbbe ad personam, ma allora costituiva quasi una bizzarria. Paolo ascolta e comprende le esigenze dei fabbricanti orafi, a queste conforma le sue pietre, modula l'offerta, inventa forme ad hoc. Vede il futuro.

**POMODORO E GLI ALTRI** "Feci già allora un discorso di valore aggiunto". Nel valore mettiamoci la collaborazione con l'artista Giò Pomodoro, poi verrà il figlio Bruto, ma intanto anche altri artisti come Remo Brindisi e Bruno Cassinari fanno parte dell'équipe. E poi l'architetto Eugenio De Medio che studia anch'esso la forma originale (il taglio) da dare alla pietra. Infine, la recente collaborazione con lo stilista Alviero Martini. Il pallino di Paolo Cesari si chiama ricerca a tutto campo: "Studiavamo minuziosamente ogni offerta, ancora oggi questa è la nostra forza". Riconosciuta anche dal settore della moda, che in Cesari ha trovato un partner affidabile per le sue invenzioni creative. Il segreto è dunque quello di non volersi appiattire sullo standard, ma di puntare su ricerca e sensibilità culturale.

**ETICO/LECITO** Allo scadere dei trent'anni di attività, Cesari si è adesso impegnato nel promuovere un nuovo tema dai contorni rivoluzionari, perlomeno innovativi. "L'etica - afferma - non è oggi solo doverosa, ma rappresenta un'esigenza oggettiva. Sono convinto che il lusso non debba prescindere dalla salvaguardia dei valori primari; e la vanità deve trovare un comportamento accettabile e accettato dalla morale. Esistono confini che vanno rispettati. I nostri clienti lo sanno. E apprezzano".

**Cesari & Rinaldi celebrates its first 30 years of stones, colours, art, and research with an important (and perhaps necessary) cultural revolution, the guarantee of transparency and fairness for the company itself and its trade relations. This asset - together with the product quality - allows Paolo Cesari to look into the post-crisis years serenely.**

*Rimini, Rimini Paolo Cesari 30 years later. In 1980 young Paolo founded in Rimini a company to sell stones. The choice of the place (Rimini) and the business line (stones) was not accidental. Actually, it depended on the favourable context of the time: the cutting laboratories of San Giovanni and a hectic commercial activity forming a small district of precious (and non-precious) stones, with an ambitious future. In the beginning, the company was a gamble, as every start-up, but based on a positive relationship with the territory.*

*Exclusive Over time and with experience, Paolo Cesari inaugurated a new business system: he worked on an exclusive basis with manufacturers, thus creating his own personalized market. This was almost an oddity at that time. Paolo carefully listened to and understood manufacturers' requirements, then adapting his work to their specific circumstances. In short, he saw the future.*

*Pomodoro and the others Back then Paolo Rinaldi was already considering the concept of added value in his work. Hence the collaboration with Giò Pomodoro - and, later, also his son Bruto - and meanwhile with other artists such as Bruno Cassinari, Remo Brindisi, architect Eugenio De Medio studying the form (cutting) for stones, and, lately, designer Alviero Martini. Paolo Cesari has always loved wide-ranging research: "We used to study any offer carefully; even today this is our strength," he says. This feature has also been recognized by the fashion industry, which considers Cesari as a reliable partner for his inventiveness. The secret to Cesari's success lies therefore in avoiding standardization and focusing on research and cultural sensitivity.*

*Ethical/lawful After thirty years of business activity, Cesari is now engaged in promoting a new revolutionary theme. "Ethics is an objective need today. Luxury should safeguard fundamental values, and vanity should be acceptable and accepted by ethics. There are boundaries that must be respected. Our customers know and appreciate that", says Paolo Cesari.*

www.futurgem.com

### MADE IN ITALY IS THE FUTURE

Paolo Cesari, banalmente si dice che un anniversario non è un punto d'arrivo, ma di partenza. Il vostro, verso dove? "A tutto c'è una fine, finirà anche la crisi. Noi teniamo le antenne tese, puntiamo sulla trasparenza etica e sulla creatività, sul buon gusto e sull'altissima qualità. Concedetevi molto italiani. I vecchi modus operandi sono dunque out. Assisteremo ad un cambio di comportamenti e di aziende. Sarà un cambio importante, radicale. Vincerà un nuovo senso del made in Italy, il meglio, il bello. Attrezziamoci".

An anniversary is not a point of arrival but of departure. "I'm convinced this crisis will end. Paying close attention to the world around us, we want to focus on clear ethics, creativity, good taste, and very high quality, which are very Italian concepts. Companies will change their behaviour radically. A new sense of "Made-in-Italy", best, and beautiful will prevail. Let's get ready then," says Paolo Cesari.

### C&R: IL BUSINESS È STRUTTURATO

Da dealer istituzionale, la C&R si è trasformata in una realtà di business articolata, arricchendosi di diverse competenze che permettono un teamworking di alto livello: dal fornire un servizio su misura per le gioiellerie con l'acquisizione di Meregaglia, che garantisce la possibilità di ordinare anche una sola pietra, all'integrazione della taglieria Franco Frassinetti con cui promuovono i valori del made in Italy, dalla costante ricerca di innovazione di tagli e forme alla realizzazione dei progetti dei reparti creativi della loro clientela, fino a coniugare il prezioso alla moda a cui forniscono un servizio specifico con Stefania Fucci, sia per quanto riguarda la consulenza che per la realizzazione del prodotto.

After starting as a dealer, C&R has developed into a well-organized business reality that can rely on extensive know-how and skills, as well as first-class teamworking. Thanks to the takeover of Meregaglia, C&R can now provide jewellery shops with personalization services, and give customers the possibility to order even a single stone. With Franco Frassinetti, they work on the promotion of the best values of Made-in-Italy, on the research on new cuts and cutting techniques, and the manufacture of the creative projects of their customers. Last but not least, the collaboration with Stefania Fucci has allowed this company to successfully combine the sectors of fashion and jewellery and offer high-quality services ranging from design consultancy to production.