GERMANO
GAMBINI

ROSSO IS
THE NEW RED

Indice.
Index.

p. 4
Una storia di famiglia.

p. 4
A family story.

p. 24
Gli anni delle collaborazioni con Cardin, Ferrè, Coveri.

p. 24
The years of collaboration with Cardin, Ferrè, Coveri.

p. 48
Gli anni settanta: nasce lo stile GG.

p. 51
The Seventies: the GG style is born.

p. 112
Germano Gambini oggi.

p. 113
Germano Gambini today.

p. 6
Il marchio Gambini: dal primo negozio di Ottica nel 1912, un viaggio attraverso un secolo di storia.
p. 6
The Gambini brand: from the first optical store in 1912, a voyage through a century of history.

p. 10
Una storia di famiglia: Paola Gambini racconta.
p. 15
A family story, Paola Gambini tells.

p. 18
Germano Gambini, imprenditore e innovatore.
p. 20
Germano Gambini, entrepreneur and innovator.

p. 54
Un lavoro di squadra. In azienda con Germano Gambini.
p. 57
Team work. In the holding with Germano Gambini.

p. 61
Il rosso tartaruga Gambini: l'innovazione del colore.
p. 62
Gambini tortoiseshell red: Color innovation.

p. 66
La collezione *Tessa.*
p. 66
The *Tessa* collection.

p. 90
La collezione *Variety.*
p. 90
The *Variety* collection.

p. 104
La collezione *Cristalli.*
p. 104
The *Cristalli* collection.

p. 120
La collezione *I Leggeri.*
p. 123
I Leggeri collection.

p. 134
La collezione *Germano Gambini.*
p. 137
The *Germano Gambini* collection.

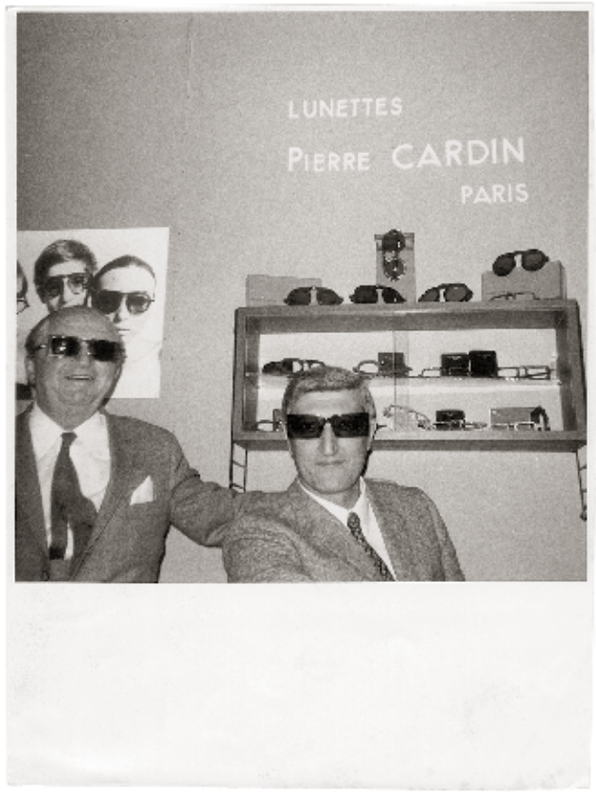
p. 138
Germano Gambini oggi.
p. 138
Germano Gambini today.

Una storia di famiglia.

Di che cosa è fatta la sostanza di un Marchio? Cosa costruisce il suo spessore, quell'idea di solidità e familiarità che ispira fiducia, credibilità ed attrazione? La Storia gioca un ruolo fondamentale. Perché non si tratta soltanto di durata nel tempo, ma anche di ricerca, esperienza, stile e sedimentazione del sapere. Il marchio Gambini ha una lunga storia e vogliamo raccontarla attraverso la figura che maggiormente l'ha segnata: Germano Gambini.

A family story.

What is the substance of a Brand made of? What builds its importance, the idea of solidity and familiarity that inspires confidence, credibility and attraction? History plays a fundamental role. Because it's not only about its lifespan, but also about research, experience, style and the settling of knowledge. The Gambini brand has a long story and we want to tell you about it through the figure that imprinted it the most: Germano Gambini.



Il marchio Gambini: dal primo negozio di Ottica nel 1912,
un viaggio attraverso un secolo di storia.

The Gambini brand: from the first optical store in 1912,
a voyage through a century of history.

GILBERTO GAMBINI
Ottica e Fotografia

DITTA G. GAMBINI
Via Rizzoli, 6 - BOLOGNA
Telefono 24439
OTTICA FOTOGRAFIA

G. Gambini

G. Gambini
BOLOGNA

Ditta
Gambini
Bologna

1912

Gilberto Gambini (zio di Germano) fonda l'attività di Ottico in via Mazzini. Allo scoppio della Grande Guerra l'attività si converte alla produzione di maschere antigas, per poi tornare all'ottica alla fine del conflitto.

Gilberto Gambini (Germano's uncle) founds the optical business in via Mazzini. At the outbreak of the Great War, the business converts itself to the production of gas masks, and then returns to optics at the end of the conflict.

1926

Muore Gilberto e l'attività viene rilevata dal fratello Arcibaldo. Apertura del negozio di ottica sotto le Due Torri di Bologna, insieme alla cugina Anita Venturi.

Gilberto dies and the business is taken over by his brother Arcibaldo. Opening of the optical business below the Due Torri (Two Towers) in Bologna, together with the cousin Anita Venturi.

1927

Da Arcibaldo e Isolina Gambini nasce Giulia.

Arcibaldo and Isolina Gambini give birth to Giulia.

1931

Da Arcibaldo e Isolina Gambini nasce Germano.

Arcibaldo and Isolina Gambini give birth to Germano.

1939/45

L'attività di ottici continua tra molte difficoltà. Il negozio di via Indipendenza viene distrutto da una bomba durante la guerra. Giulia Gambini, sorella maggiore di Germano, entra nell'attività familiare.

The optical business proceeds with great difficulty. The shop in via Indipendenza is destroyed by a bomb during the war. Giulia Gambini, Germano's older sister, enters the family business.

1950

Germano Gambini, che ha intrapreso la carriera sportiva, è un campione del basket; dal settembre 1952 al gennaio 1959 gioca nella Nazionale, nel 1955 gioca ai campionati europei. Vince due scudetti con la Virtus. Nel frattempo, ottiene il diploma di ottico e la specializzazione in optometria. Nel 1957 si sposa con Ornella.

Germano Gambini, pursues a career in sports, he's a basketball champion; in 1955 he plays the European championship; until january 1959 he plays in the National Team. He wins two championships with the Virtus. In the meantime, he obtaines a diploma in optics and specializes in opticianary. In 1957 he marries Ornella.

1960

Germano comincia ad occuparsi di ottica e importa in Italia le prime lenti a contatto pensate per gli sportivi. I Gambini hanno in città 4 centri ottici: via D'Azeglio, via Zamboni, Via Rizzoli ed il centro di Strada Maggiore, specializzato nell'applicazione di lenti a contatto.

Germano starts taking care of optics and imports the first contact lenses for athletes in Italy. The Gambini's have 4 optical centres in the city: via D'Azeglio, via Zamboni, via Rizzoli and, the centre in Strada Maggiore, specialized in the application of contact lenses.

1970

In concomitanza con la nascita del prêt à porter e della notorietà degli stilisti intuisce l'importanza dell'eyewear di moda e comincia ad importare dall'estero i primi occhiali "griffati" Pierre Cardin. Inizia a disegnare collezioni per Gianfranco Ferré, Nicola Trussardi ed Enrico Coveri.

Concurrently with the birth of prêt à porter and stylists' fame, he senses the importance of fashionable eyewear and starts importing the first designer's eyeware by Pierre Cardin from abroad. He starts designing collections for Gianfranco Ferré, Nicola Trussardi, and Enrico Coveri.

1970

Comincia a pensare di produrre una linea sua. Progetta una montatura estremamente flessibile e leggera, utilizzando lastre di acetato da 8mm: nascono *I Leggeri*. La montatura pesa solo 8 grammi. Li contraddistingue con la sigla GG. Concepisce le prime montature tartarugate che fa produrre all'azienda Mazzucchelli. Ci crede e ci investe tanto che si parla di "Tartaruga Gambini".

He starts thinking of producing his own line. He designs an extremely flexible and light frame, using 8 mm acetate plates: the *I Leggeri* (lightweight) are born. The frame weighs only 8 grams. He marks them with the signature GG. He conceives the first tortoiseshell frames that he has produced by the Mazzucchelli company. He believes in them and invests in them so much that people speak of "Gambini Tortoiseshell".

1972

Muore improvvisamente Arcibaldo. Germano subentra nell'attività con la sorella Giulia. Le attività dell'ottica vengono concentrate in un unico grande centro in via Rizzoli, che diventa punto vendita all'avanguardia.

Arcibaldo dies abruptly. Germano takes over the business with his sister Giulia. The optical enterprise is concentrated in a unique large centre in via Rizzoli, that becomes a groundbreaking sales point.

1975/79

Progetta una linea solo donna, molto femminile, in acetato trasparente arricchito da smalti e cristalli Swarovski: nasce la linea *Divina*. Inventa le *Mascherine*, di linea supermoderna, che permettono l'abbronzatura.

He plans a women only line, very feminine, in transparent acetate enriched with Swarovski crystals: the *Divina* line is born. He invents the *Mascherine* (eye masks), with a super modern design, made for tanning.

1980

Nasce la linea *Variety*, in combinato di plastica e metallo, che si rivolge ad un pubblico più giovane.

The *Variety* line is born, combining plastic and metal, addresses a young audience.

1986

Rileva un impianto produttivo in Cadore ed inizia la produzione diretta di montature in acetato di cellulosa. Dopo poco, però, il mercato si rivolge soprattutto alle montature in metallo. Germano cede le attività produttive e commerciali e torna a concentrarsi sull'attività di designer.

He buys out a production plant in Cadore and starts producing directly the frames in cellulose acetate. Shortly after, though, the market turns to metallic frames above all. Germano transfers the production and commercial businesses, and resumes his designer work.

1990/00

Germano porta avanti le sue linee *I Leggeri* e *Cristalli* con una forza vendita da lui creata, formata e diretta.

Germano carries on with the *I Leggeri* and the *Cristalli* lines with a sale force he creates, forms and directs.

2008

Nasce la partnership con l'azienda trevigiana Faoflex, con la quale Germano ritrova la qualità artigianale su scala industriale in cui ha sempre creduto.

The partnership with Faoflex, the business from Treviso, is born, where he recovers quality craftsmanship, in which he always believed, on an industrial scale.

2011

Germano Gambini scompare improvvisamente. La figlia Paola subentra nella gestione del marchio.

Germano Gambini suddenly passed away. Paola, the daughter, takes over the managing of the brand.

Una storia di famiglia: Paola Gambini racconta.

Appena cinquant'anni anni fa era impensabile tutta l'attenzione che in questi anni dedichiamo agli occhiali: un "utensile" certamente necessario, ma oggi soprattutto accessorio fashion, capolavoro di artigianalità e tecnologia, espressione della personalità, oggetto di culto. Di questa lunga storia, che ha le sue origini nel XIII secolo, la famiglia Gambini ne ha vissuto un pezzo considerevole, e io posso dire davvero di averla respirata per tutta la vita.

L'attività di Ottici viene iniziata nel 1912 da Gilberto Gambini, il mio prozio, con l'apertura del primo negozio in via Mazzini a Bologna. Pur in mezzo alle difficoltà della Grande Guerra, l'attività cresce e porta all'apertura di un secondo negozio proprio sotto alle Due Torri, il simbolo di Bologna. Al termine della Seconda Guerra, e con il succedersi delle generazioni che entrano nell'attività familiare, vengono aperti altri negozi, e il nome Gambini consolida una reputazione di eccellenza nel settore che supera i confini della città.

Mio padre Germano, il più giovane della seconda generazione, in gioventù ha un destino segnato dalla sua struttura fisica: atletico ed altissimo è destinato allo sport. E per tutti gli anni '50 si dedica con grande passione alla pallacanestro, diventando prima un bravissimo giocatore, poi un campione e infine un mito per gli sportivi del basket e per la sua città. Il suo amore per la pallacanestro lo fa diventare Presidente di una gloriosa squadra di basket di Serie A di Bologna.

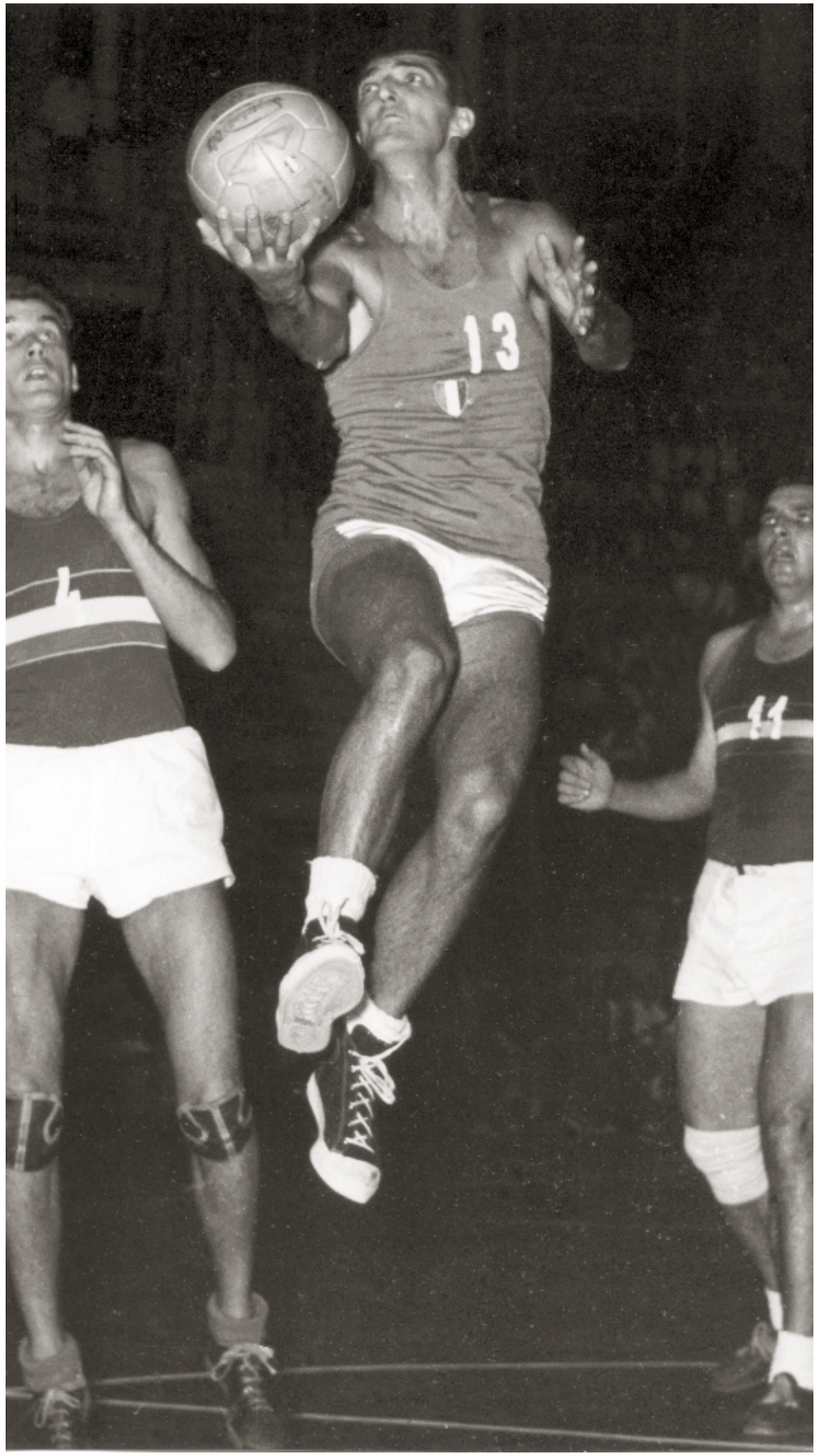
Ma in qualche modo l'attività di famiglia lo influenza e gli trasmette il senso di responsabilità di una storia da continuare. Si diploma come Ottico e si specializza in Optometria. L'ingresso nell'attività familiare, però, Germano Gambini lo fa a modo suo, non si accontenta di subentrare in un solco già tracciato. È un uomo giovane e di successo, ha viaggiato per il mondo, è dotato di innata curiosità e gusto per il bello, entrerà fin dall'inizio nel settore dell'ottica con uno sguardo fresco ed innovatore. Dall'esperienza sportiva porta con sé lo spirito agonistico, l'amore per le sfide, la grande lealtà, caratteristiche che tutti gli hanno sempre riconosciuto e che gli saranno utili per motivare i suoi collaboratori e trasmettere insieme sapere e passione.

p. 11 I centri ottici Gambini nel centro di Bologna: **1** via Zamboni, **2** Strada Maggiore – centro specializzato nell'applicazione di lenti a contatto, **3** via D'Azeglio e **4** via Rizzoli.

p. 11 The Gambini optical shops in the center of Bologna: **1** via Zamboni, **2** the center in Strada Maggiore specialized in the application of contact lenses, **3** via D'Azeglio and **4** via Rizzoli.

“Dai venti ai trent’anni ho giocato a pallacanestro:
non pensavo agli occhiali ma solo al puro divertimento!”.
— *Germano Gambini*

“From when I was 20 to 30 years old I played basketball:
I did not think about eyeglasses only about pure fun!”.
— *Germano Gambini*



p. 14, 1 Metà anni '60. Isolina con la nipote Paola sul banco del negozio di via d'Azeglio, dove si trascorreva buona parte del giorno.
2 Fine anni '80. Giulia Gambini sul balcone del negozio di via Rizzoli. Sullo sfondo le Due Torri di Bologna.
3-5 I negozi Gambini furono in attività anche durante le due Guerre Mondiali, acquisendo a Bologna e dintorni la reputazione di azienda di riferimento nel campo dell'ottica.

p. 14, 1 Mid 60's. Isolina with her niece Paola on the counter of the shop in D'Azeglio street, where they spent most of the day.
2 End of the 80's. Giulia Gambini on the balcony of the shop in via Rizzoli. The Due Torri (Two Towers) of Bologna in the background.
3-5 Gambini's shops were running even during the two World Wars, they acquired, in Bologna and its surroundings, a reputation as the leading company in the field of optics.

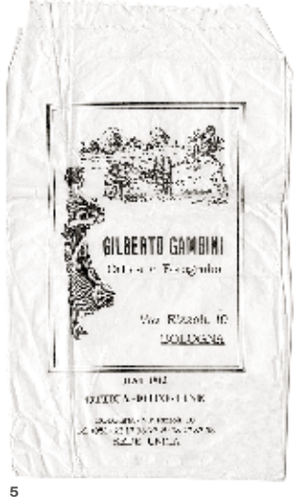
1

gambini

3

4

2



5

A family story, Paola Gambini tells.

Barely fifty years ago the attention we put into eyeware was unthinkable: an "instrument" undoubtedly necessary, but today, above all, a fashion accessory, a masterpiece of craftsmanship and technology, an expression of personality, an object of worship. The Gambini family has experienced a considerable part of this long story, that started in the XIII century, and I can say that I've breathed it my whole life.

The optical business was initiated by Gilberto Gambini, my great-uncle, in 1912, with the opening of the first shop in via Mazzini in Bologna. In spite of the difficulties of the Great War, the business grew and brought to the opening of a second shop right underneath the Due Torri (Two Towers), the symbol of Bologna. At the end of the Second World War, with the succession of generations that enter the family business, other shops open, and the Gambini's name reinforces its reputation for excellence in the industry that goes beyond the boundaries of the city.

My father Germano is the youngest of the second generation. His destiny as a young man, is marked by his physical structure: very tall and athletic, is destined to sports. And during the 50's he devoted himself with great passion to basketball, becoming at first a very good player, then a champion and finally a legend of basketball and his city. His love for basketball turns him into the President of a glorious Bologna basketball team in the major league.

But somehow the family business influences him and transmits him a sense of responsibility for the story that must continue. He obtains a diploma in optics and specializes in opticianary. Germano enters the family business in his own way, he in not content with taking a path that has already been traced. He is a young successful man, he's travelled the world, he has an innate curiosity and a taste for beauty. He will enter the field of optics with a fresh and innovative gaze from start. He brings competitive spirit, love for challenges and great loyalty from his sports' experience, all features that he was always recognized for, and that will be useful to motivate his employees and transmit his knowledge and passion together.

p. 16 Germano Gambini Presidente della Fortitudo pallacanestro, in una pausa allenamento, calamita l'attenzione.

p. 17 Dopo una gloriosa carriera da giocatore nella Virtus, negli anni ottanta guidò la squadra rivale Fortitudo. Qui appena dopo aver vinto un derby.

p. 16 Germano Gambini President of the Fortitudo basketball team, attracting the attention during a break in training.

p. 17 After a glorious career as a player of the Virtus team, in the 80's he leads the opponent team. Here is right after winning a derby.

"Oltre a collezionare successi come imprenditore nel campo dell'ottica, mio padre coltivò sempre la sua passione per lo sport, divenendo anche Presidente della Fortitudo".
— *Paola Gambini*

"In addition to collecting successes as an entrepreneur in the field of optics, my father always cultivated his passion for sports, becoming also the President of the Fortitudo".
— *Paola Gambini*

Germano Gambini,
imprenditore e innovatore.

Sensibile alle esigenze di praticità e di comfort, che aveva vissuto con l'attività sportiva, Germano Gambini ha l'intuizione che quella strana novità di cui si comincia a parlare, le lenti a contatto, avranno un grande futuro. Nei primi anni '60 comincia ad importare le prime lenti rigide, le famose *Micropupil* di *Söhnges*. Farà molto per diffonderne la conoscenza e per insegnare a tanti ottici il modo corretto di applicarle.

Pochi anni dopo, mentre nasce il *prêt à porter*, un'altra intuizione importante: anche gli occhiali possono essere un elemento valorizzante e di moda, non soltanto uno strumento per correggere un difetto. Inizia così ad importare i primi occhiali fashion, i Pierre Cardin, che saranno tra le primissime griffe di occhiali distribuite in Italia. La collaborazione con Pierre Cardin si dimostra proficua anche in termini innovativi: insieme fanno nascere i primi occhiali con aste pieghevoli, che vengono subito copiati da tanti designer.

Seguiranno altre collaborazioni con Gianfranco Ferré, Nicola Trussardi ed Enrico Coveri, per i quali disegnerà delle collezioni e sarà distributore per l'Italia.

p. 19 Anni sessanta. Convegno internazionale sulle lenti a contatto. Alla destra di Germano Gambini, Rinaldo Sala e Marino Stanzani, suoi collaboratori.

p. 19 60's. International convention on contact lenses. At the right hand of Germano Gambini his collaborators Rinaldo Sala and Marino Stanzani.

Germano Gambini,
entrepreneur and innovator.

Sensitive to the needs of comfort and convenience, he had experienced them in his sports' activity, Germano Gambini has the intuition that the strange new product that people start to speak of, the contact lenses, will have a great future. At the beginning of the 60's he starts importing the first hard contact lenses, the famous *Micropupil* by *Söhnges*. He will do a lot to spread the knowledge and to teach many opticians how to correctly apply them.

A few years later, while *prêt à porter* stems, another important intuition: even eyeglasses can be a fashion element that adds value, not just a tool to correct a defect. Thus begins importing the first fashion eyewear, Pierre Cardin, that will be amongst the first labels of eyeglasses distributed in Italy. The collaboration with Pierre Cardin proves beneficial in terms of innovation: together they give birth to the first eyeglasses with foldable rods, which are now copied by many designers.

Other collaborations with Gianfranco Ferré, Nicola Trussardi ed Enrico Coveri, will follow. He will design their collections and be their Italian distributor.

p. 21 Anni sessanta. Immagini del congresso della Società Optometrica Europea, con il fondatore, il belga Jean Thiriart.

p. 21 60's. Images from the European Optometric Society convention, with the Belgian founder Jean Thiriart.

pp. 22-23 Anni sessanta. Le lenti a contatto rappresentavano una novità assoluta e un po' misteriosa. Le dimostrazioni di applicazione suscitavano sempre viva curiosità.

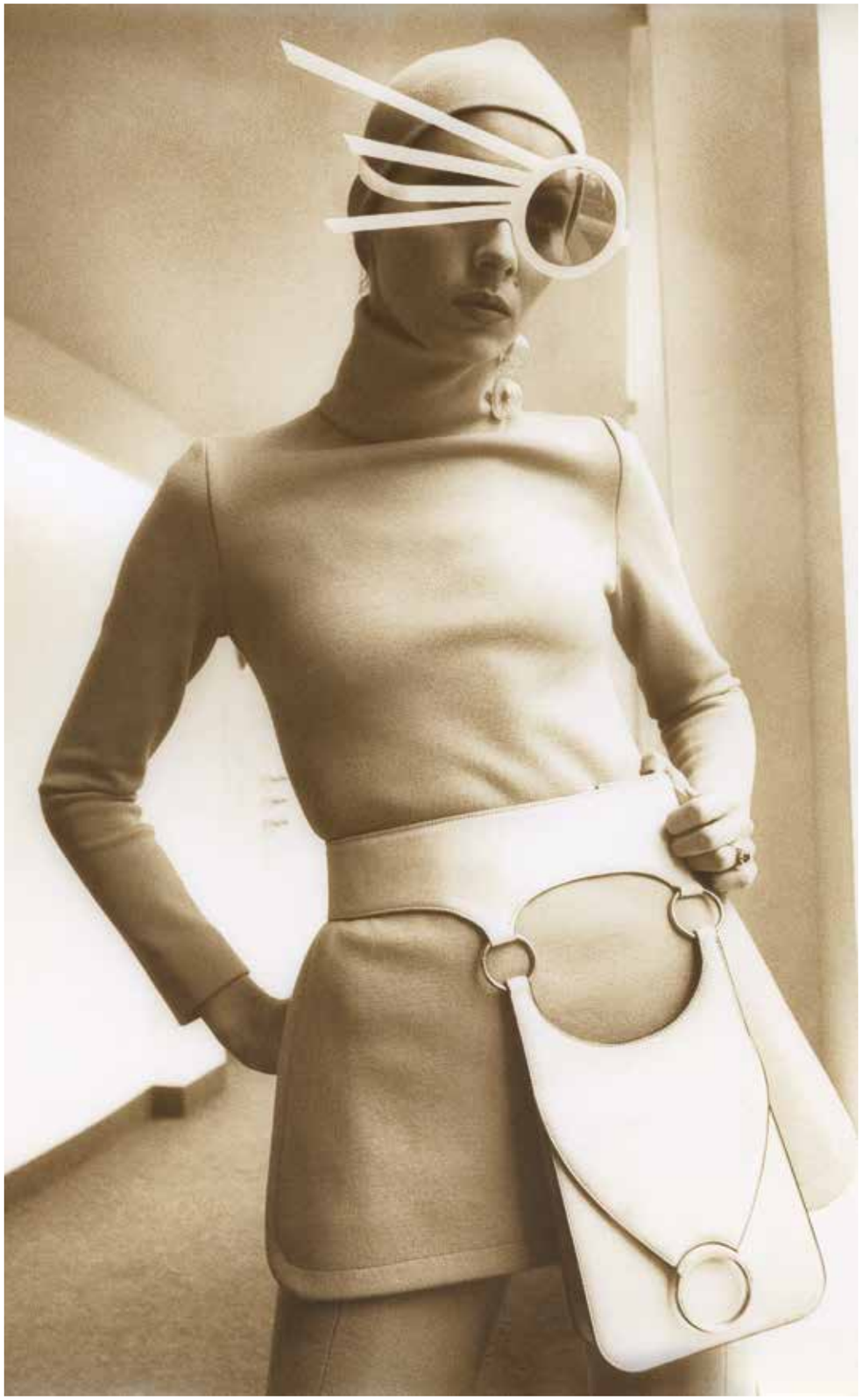
pp. 22-23 60's. Contact lenses were an absolute novelty and a bit mysterious. Demonstrations of the application always aroused intense curiosity.

Gli anni delle collaborazioni
con Cardin, Ferrè, Coveri.

Fine anni sessanta. Sperimentazione su nuove forme in assoluta libertà. Cambia radicalmente la percezione degli occhiali, da strumento correttivo o protettivo a icona dello stile. Queste forme ricordano quelle che cinquant'anni dopo le rock star indosseranno nelle loro *performance*.

The years of collaboration
with Cardin, Ferrè, Coveri.

End of the 60's. Experimenting on new forms in absolute freedom. He radically changes the feeling of the model, from a corrective or protective instrument to style icon. These shapes are a reminiscent of those that fifty years later many rock stars wear in their *performances*.

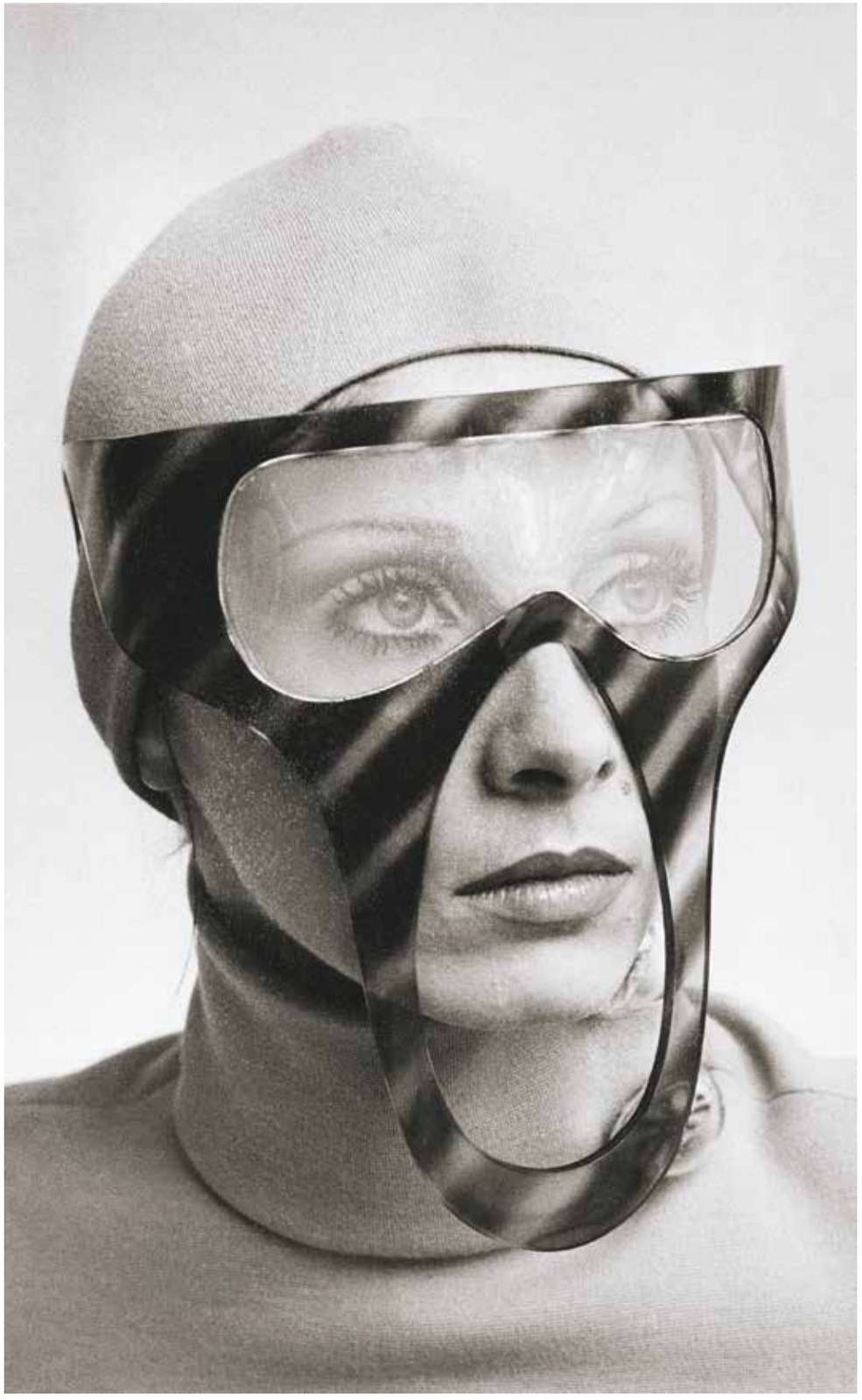


“Erano gli inizi degli anni sessanta quando sono stato a Parigi da Pierre Cardin, con il quale abbiamo creato i primi occhiali pieghevoli. Furono subito copiati, ma io non mi sono mai arrabbiato. Essere copiati vuole anche dire essere bravi!”.
— *Germano Gambini*

“It was the beginning of the 60’s when I was in Paris at Pierre Cardin’s, with whom we created the first folding glasses. They were immediately copied, but I never got angry. If you are being copied it means you are good!”.
— *Germano Gambini*

pp. 25, 28-31 Anni 1966-67. Servizio fotografico per le collezioni Germano Gambini e Pierre Cardin. Grande innovatore e precursore nel campo della moda, Cardin rappresentò un esempio ed uno stimolo per le ambizioni di Germano Gambini.

pp. 25, 28-31 1966-67. Photographic service for the Germano Gambini and Pierre Cardin collections. Great innovator and pioneer in the fashion field, Cardin is an example and a stimulus for the ambitions of Germano Gambini.



p. 34 Stand Gambini negli anni settanta.

p. 34 Gambini stand in the 70's.

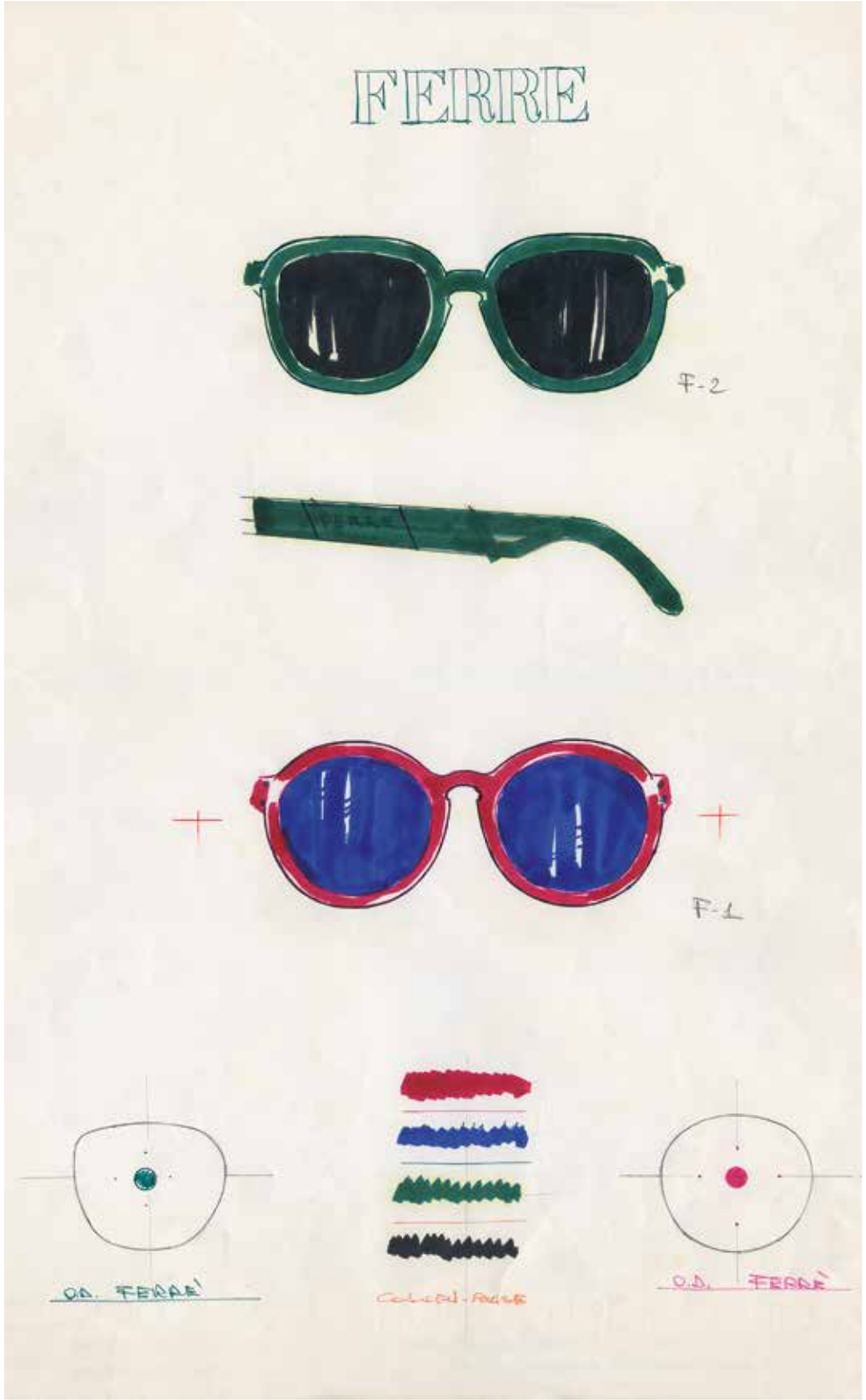
pp. 35-37 Servizi fotografici per le collezioni di Germano Gambini (pp. 36,37) e Pierre Cardin (p. 35), fine anni settanta.

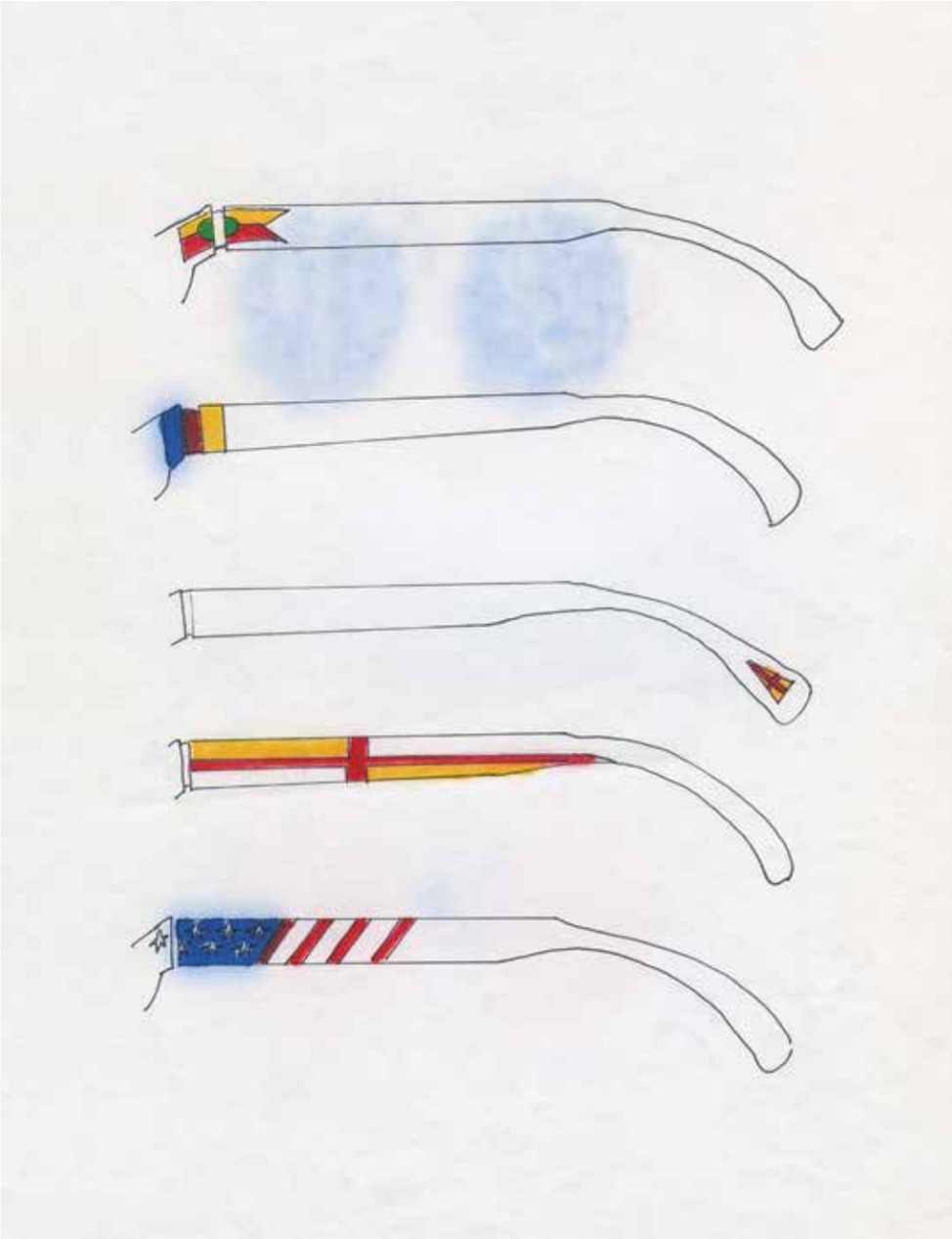
pp. 35-37 Photographic service for Germano Gambini (pp. 36,37) and Pierre Cardin collections (p. 35), at the end of the 70's.

“Il primo campionario che ho disegnato per Gianfranco Ferré fu un grande successo. Attirò l’interesse della Safilo, che volle subito stringere un accordo distributivo”.
— *Germano Gambini*

“The first samples I designed for Gianfranco Ferré were a great success. They attracted the interest of Safilo, that immediately wanted to start a distribution agreement”.
— *Germano Gambini*

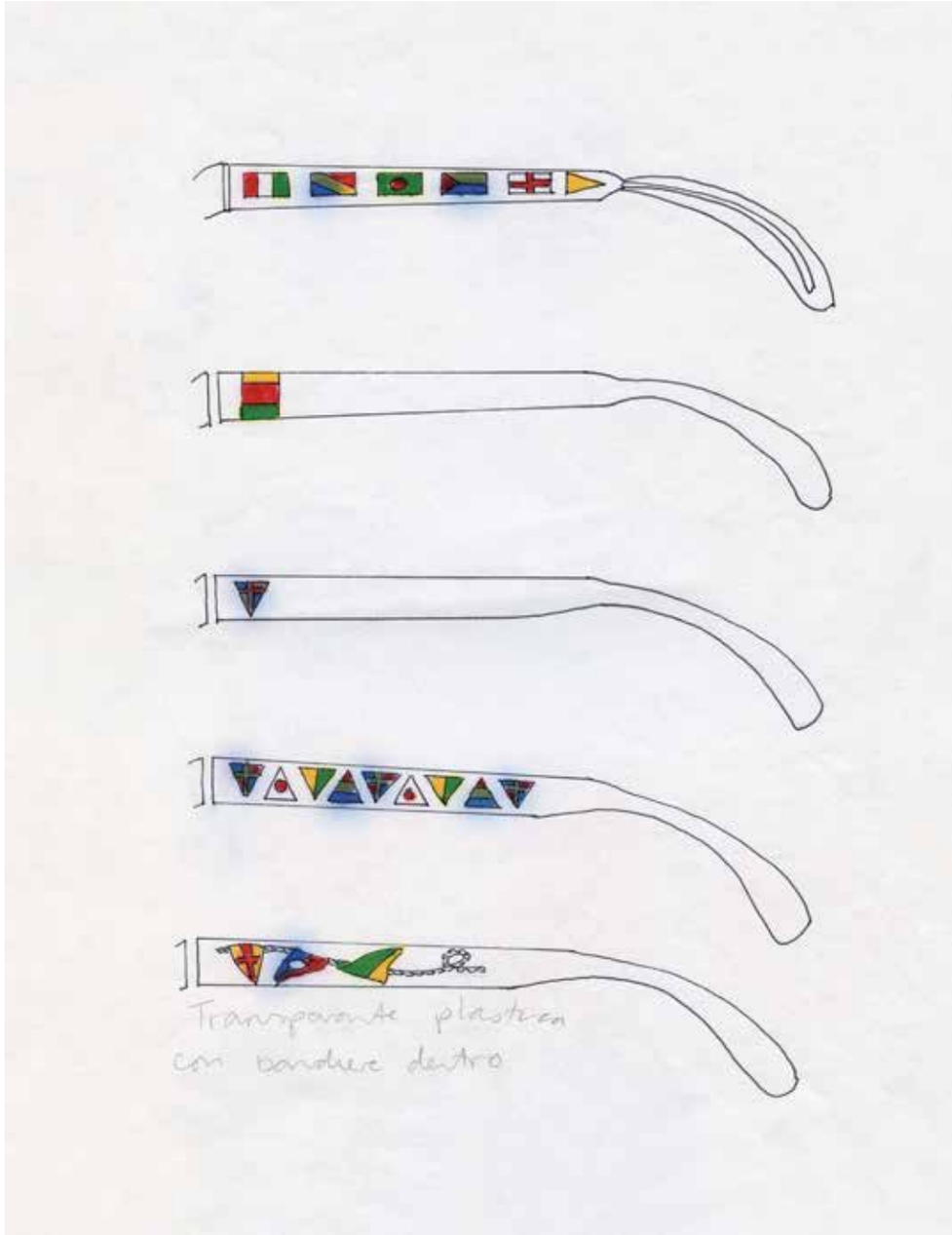
F/5
FERRE
F/6
Colori - BASE


FERRE
F-2
F-1
O.D. FERRÈ
O.D. FERRÈ



“Il più grande in assoluto con cui ho lavorato è stato Enrico Coveri.
Un uomo con una fantasia incredibile, intelligente e molto spiritoso.
Insieme abbiamo realizzato la linea Sole con le bandiere delle nazioni”.
— *Germano Gambini*

“The greatest I’ve ever worked with was Enrico Coveri.
A man with an incredible imagination, intelligent and very funny.
Together we created the Sun line with the flags of the countries”.
— *Germano Gambini*



pp. 42-47 Materiale che documenta la collaborazione tra Enrico Coveri e Germano Gambini.

pp. 42-47 Materials documenting the collaboration between Enrico Coveri and Germano Gambini.

Gli anni settanta: nasce lo stile GG.

Il lavoro con gli stilisti della moda è pieno di soddisfazioni e stimoli, ma Germano ha molto da esprimere e vuole farlo con nuove linee a suo nome, in piena libertà. Nel fare questo non rinuncia a nessuno dei valori che gli sembrano importanti: creatività e stile, certo, ma anche tecnologia e comfort. La sua prima collezione, *iLeggeri*, mette insieme l'innovazione di una montatura sottile e resistente e il gusto "democratico" di dare a ogni volto una cornice che lo valorizzi. Con le sue forme e colori inediti, la collezione rivoluziona il mondo un po' polveroso degli occhiali da vista.

Altre collezioni si distinguono invece per caratterizzazioni più particolari e sofisticate. La linea *Divina*, da vista e da sole, è pura valorizzazione della femminilità, mentre *Variety* va incontro a un mondo di giovani che comincia ad affermare personalità e indipendenza di scelte. La curiosità e l'interesse per l'innovazione sono alla base dell'invenzione delle *Mascherine*: creazioni di schermi solari per gli occhi dal design futuristico, che permettono l'abbronzatura. La collezione *Tessa* va invece ad esplorare i nuovi materiali creati dalla tecnologia: il plexiglass. Ultima in ordine di tempo è *Cristalli*, la collezione che gioca la carta del glamour: forme importanti e applicazioni di cristalli, per fare degli occhiali un oggetto prezioso e personalissimo.

The Seventies: the GG style is born.

Working with fashion designers gives plenty of satisfaction and stimuli, but Germano has a lot to express and wants to do it with new lines under his own name, in complete freedom. He does so without sacrificing any of the values he considers important: creativity and style of course, as well as technology and comfort. His first collection, *iLeggeri*, brings together the innovation of a thin and resistant frame and the “democratic” idea of giving each face a frame to enhance it. With its unusual shapes and colours, the collection revolutionises the slightly antiquated world of eyeglasses.

Other collections distinguish themselves for their more sophisticated and unusual characteristics. The *Divina* eyeglasses and sunglasses collection is a pure appreciation of femininity, while *Variety* reaches out to the young audience which is beginning to assert its personality and independent choices. Curiosity and a penchant for innovation are at the heart of the invention of le *Mascherine*: sun screens for eyes with a futuristic design, which allow tanning. The *Tessa* collection instead explored new technological materials: Perspex. The most recent in chronological order is the *Cristalli* line, a collection that plays the glamour card: substantial shapes with crystal appliqués, making glasses a precious and extremely personal object.

p. 52 Stand espositivo fine anni settanta. Continuano le collaborazioni con gli stilisti, ma il marchio GG Gambini comincia ad acquisire una posizione di primo piano.

p. 52 Exhibition stand in the late 70's. He continues collaborating with designers, but the brand Gambini GG begins to acquire notoriety.

“Negli anni settanta ho cominciato
a produrre collezioni con il mio nome”.
— *Germano Gambini*

“In the 70’s I started producing
collections with my name”.
— *Germano Gambini*

Un lavoro di squadra.
In azienda con Germano Gambini.

Germano credeva profondamente nel lavoro di squadra: sceglieva personalmente i collaboratori, li formava sulle caratteristiche tecniche del prodotto e sul percorso emotivo che avevano portato a quel particolare modello e colore. Aveva un profondo rispetto per i suoi clienti: voleva che venissero informati con dovizia di particolari su ogni aspetto del prodotto, in modo che potessero proporlo a loro volta con consapevolezza ed orgoglio. Proprio perché valorizzava il loro lavoro, si preoccupava che agli ottici fosse garantito un margine di guadagno adeguato, in modo che avessero soddisfazione nel vendere occhiali Gambini.

Dopo tanti anni, lavoro ancora a contatto con gli ottici e mi rendo conto di quanto Germano sia stato un precursore. Oggi sul fronte dello stile il mercato propone praticamente di tutto e c'è una richiesta fortissima di originalità; ebbene i prodotti piú belli che si vedono oggi mi sembrano quelli usciti allora dalla penna di Germano Gambini. Il suo archivio storico é una miniera di idee. Germano aveva anche dei difetti, ma ora non me li ricordo...

Anna Gatti, nipote e collaboratrice

Il mio primo incontro con Germano Gambini è stato nell'ottobre del 1976, in uno studio di contattologia del negozio di via Rizzoli. Mi ero preparata un ineccepibile discorso sulle ragioni che mi avevano portato ad entrare nel mondo del lavoro abbandonando l'università. Lui mi ha spiazzato con un bellissimo sorriso e un diretto: "Come mai hai deciso di lasciare l'università e cominciare a lavorare?". Dopo due giorni sono entrata nel mondo Gambini e a 60 anni mi occupo ancora di lenti a contatto, una materia che amo e continuo a studiare. Il "signor Germano", come noi tutti lo chiamavamo, aveva una capacità così stupefacente di anticipare la moda che arrivava sempre primo, in un mondo come quello dell'ottica in cui la novità è vista sempre con sospetto.

Chi ha lavorato con lui l'ha amato oppure odiato, perché era un titano, uno di quei padri che devi sconfiggere se vuoi avere una tua vita. Nei 16 anni che ho trascorso lavorando con lui ho visto molte persone allontanarsi, alcune addirittura tradirlo e ho sempre pensato che il suo destino di solitudine fosse parte della sua indiscutibile grandezza.

Lela Casini, collaboratrice

"Se penso a Germano Gambini, a quello che mi ha lasciato in eredità, posso sintetizzarlo in una parola: innovazione".
— *Lela Casini, collaboratrice di Germano Gambini*

"If I think of Germano Gambini, at what he left me as an inheritance, I can summarize it in one word: innovation".
— *Lela Casini, collaborator of Germano Gambini*

“La linea leggera, a cui diede il suo nome, nacque da una lastra di acetato di cellulosa prodotta dalla Mazzucchelli, spessa 8 millimetri. La montatura finita senza lenti pesava solo 8 grammi!”.
— *Anna Gatti, nipote e collaboratrice di Germano Gambini*

“The lightweight line, to which he gave its name, was born from a sheet of cellulose acetate produced by Mazzucchelli, 8 mm thick. The finished frame without lenses weighed only 8 grams!”.
— *Anna Gatti, niece and collaborator of Germano Gambini*

Team work. In the holding with Germano Gambini.

Germano deeply believed in teamwork: he personally chose his collaborators, prepared them on the technical characteristics of the product and the sentimental journey that led to that particular model and color. He had a deep respect for his clients: he wanted them to be informed in detail on every aspect of the product, so that they could themselves offer it with pride and awareness. Precisely because he valued the opticians’ work, he was concerned about guaranteeing them an adequate margin of profit, so that they would feel satisfied about selling Gambini glasses. After so many years, I still work in contact with opticians and I realize that Germano was a real precursor.

Today, from a style point of view, market offers basically everything and there is a strong demand for originality; well, the most beautiful products that you see today remind me of the ones that came out from Germano Gambini’s pen. His historical archive is a goldmine for ideas. Germano also had some flaws, but now I do not remember any of them...

Anna Gatti, niece and collaborator

My first encounter with Germano Gambini was in October 1976, in the contactology studio in the shop in via Rizzoli. I had prepared an unexceptional speech on the reasons that had led me to enter the work field and leave university. He threw me off with a beautiful smile and a direct: “Why did you decide to leave university and start working?”. Two days later I entered Gambini’s world and at the age of 60, I still deal with contact lenses, a subject that I love and continue to study. “Sig. Germano”, as we all called him, had an amazing talent to anticipate fashion so that he always came first, in the world of optics, where new is always seen with suspicion.

Those who have worked with him, loved him or hated him, because he was a titan. One of those fathers you have to defeat if you want to have your own life. In the 16 years I spent working with him I have seen many people leave, some even betrayed him and I always thought that his indisputable greatness was his destiny to solitude.

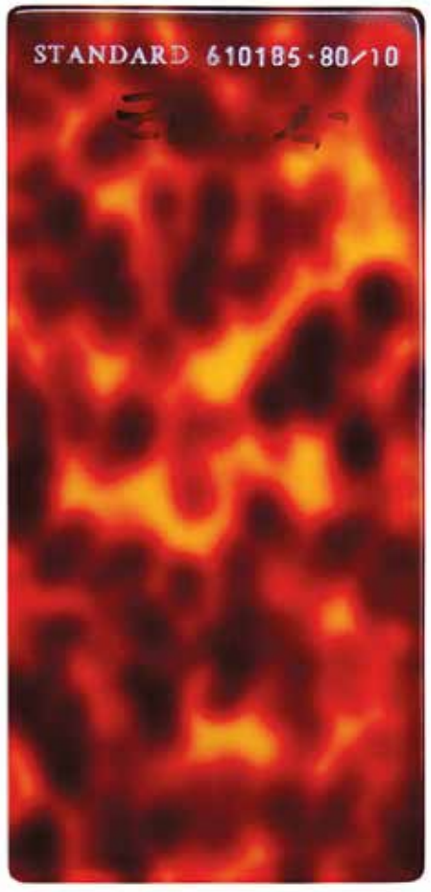
Lela Casini, collaborator

pp. 55-59 Primi modelli di occhiali *Leggeri* in acetato di cellulosa.

pp. 55-59 The first iLeggeri models of cellulose acetate.

“L’Italia negli anni settanta aveva gusti più tradizionali rispetto al resto d’Europa. Ora siamo abituati a vedere il colore negli occhiali, ma all’epoca era pura sperimentazione”.
— *Regina Rossi, Responsabile Ricerca Colore Mazzucchelli 1849*

“Italy in the seventies had a more traditional taste compared to the rest of Europe. Now we are used to seeing colored eyewear, but at the time it was pure experimentation”.
— *Regina Rossi, Head of Color Research at Mazzucchelli 1849*



Il rosso tartaruga Gambini: l’innovazione del colore.

In Italia, come in molti paesi del vecchio continente, prima degli anni settanta gli occhiali erano puramente uno strumento oftalmico, il rimedio ad un difetto, spesso subìto come una necessità penalizzante per il proprio aspetto. In quanto dispositivi correttivi, gli occhiali venivano forniti prevalentemente dal Servizio Sanitario, come i *Rodenstock* in Germania; cosa analoga faceva anche il National Health in Inghilterra, che provvedeva occhiali al pari delle cure dentistiche. L’Unione Sovietica aveva ovviamente gli “occhiali di stato”, gratuiti ed uguali per tutti.

Nei primi anni ottanta il panorama comincia a cambiare: insieme con l’evoluzione della Moda, i designer iniziano a prestare attenzione agli occhiali almeno quanta ne dedicavano agli accessori fashion, dando vita alle prime “collezioni”. Le ricerche di mercato sulle tendenze e gli stili estendono il loro raggio di azione agli occhiali e la rapida evoluzione del costume ne diffonde l’interesse come parte essenziale dello stile personale. Il mondo dello spettacolo, della musica, e del cinema sono in primo piano nel lanciare novità nel campo degli occhiali e nel creare fenomeni di moda e di emulazione. Anche il mondo della fornitura industriale nel frattempo si è messo in moto, rivolgendosi ad Istituti di ricerca per cogliere in anticipo le macro tendenze.

Nel settantasette la Mazzucchelli, leader mondiale nella produzione di Acetato di cellulosa, aveva già creato un proprio centro di ricerca per la produzione di materiale per occhiali di moda: il Centro “O”. L’Acetato di cellulosa richiede la fabbricazione, per colori ad hoc, di blocchi da 180 chili, sufficienti a produrre 1.200 paia di occhiali per volta. Inevitabilmente le tipologie e i colori richiesti erano sempre quelli standard, dei quali si poteva acquistare anche una singola lastra per confezionare non più di una decina di occhiali per tipo di materiale e colore.

È in questo contesto che nel nostro Paese esplode il fenomeno del “Rosso Tartaruga Gambini”. Germano fu infatti uno dei primi ad avere il coraggio di imporre l’acetato di cellulosa con un colore progettato da lui, senza tenere conto delle richieste del mercato. All’epoca il rosso era decisamente un azzardo; il mercato era dominato da non-colori scuri e dai motivi a tartaruga classici. L’uso di un colore smaccatamente “artificiale”, applicato al pattern della “Tartaruga”, era una rottura degli schemi, un cambio di paradigma provocatorio. Ma quando era convinto di una cosa, Gambini non si faceva fermare da considerazioni di prudenza e di convenienza: fece produrre ed acquistò tutto il blocco, e riuscì ad imporre il “Rosso Tartaruga” all’attenzione dei trend-setter prima e del mercato poi, che gli decretò un grande successo. Con questa innovazione aprì la strada della sperimentazione a tanti altri dopo di lui.

Ogni colore, così come ogni disegno, ha dietro di sè una storia... Germano Gambini era animato dalla necessità di spingere in avanti le frontiere, nell’uso dei materiali come nelle forme e nei colori, sempre in anticipo rispetto a ciò che il mercato, dopo un po’ di tempo, avrebbe riconosciuto come geniale, innovativo, o semplicemente “bello”. La scelta del colore rosso è stata emblematica di questa passione.

Gambini tortoiseshell red: Color innovation.

Before the 70's in Italy, as in many countries of the old continent, eyeglasses were a pure opthtalmic instrument, the remedy to a defect, often felt as a need that penalized your appearance. Eyeglasses, as corrective devices, were mainly provided by the Health Service, such as the *Rodenstock* in Germany. Similarly done by the National Health in England, which provided spectacles as dental care. The Soviet Union obviously had "state eyewear", free and equal for all.

At the beginning of the 80's the panorama started to change: together with the fashion evolution, designers started paying as much attention to eyewear as to other fashion accessories, conceiving the first "collections". Market researches about style and trends, extended their operating range to eyeglasses and the swift habit evolution spread its appeal and turned it into an essential part of personal style. Music and cinema businesses, are in the front raw launching newness in the field of glasses and creating fashion phenomena and emulation. Even the world of industrial supply has set in motion in the meantime, turning to research institutes to grasp macro trends in advance.

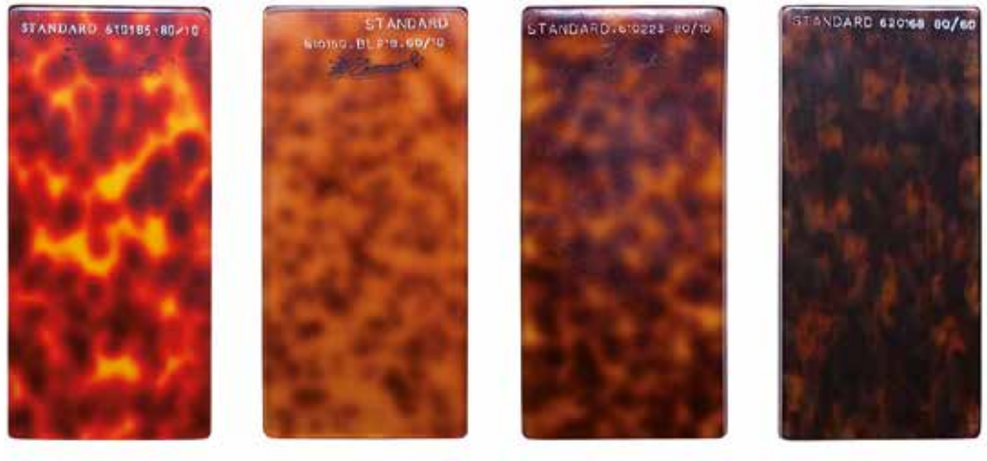
In 1977 Mazzucchelli, world leader in the production of cellulose acetate, had already created its own research center for the production of material for fashionable eyewear: the Centre "O". Cellulose acetate requires blocks of 180 kg, enough to produce 1200 pairs of eyeglasses at the time, to manufacture ad hoc colors. Inevitably, the requested types and colors were always the standard ones, of which you could also buy a single plate for making no more than a dozen glasses for type of material and color.

It is in this context that in our country the phenomenon of "Gambini Tortoiseshell Red" explodes. Germano was one of the first to have the courage to impose cellulose acetate in a color created by him, without taking into account the demands of the market. At that time red was definitely a gamble, the market was dominated by dark non-colors and motifs in classic tortoiseshell. The use of a blatantly "artificial" color, applied to the "Tortoiseshell" pattern was breaking schemes, a provocative paradigm shift. But when Gambini was convinced of something, he wasn't disrupted by considerations of prudence and convenience: he produced and bought the entire block, and he was able to impose the "Tortoiseshell Red" to the attention of the trend-setters first and the market later, which deliberated a great success. This innovation paved the way for experimentation to many others after him.

Any color, as well as each design has a story behind it... Germano Gambini was driven by the need to push frontiers forward, in the use of materials, shapes and colors, always in advance compared to what the market, after a while, would recognize as brilliant, innovative, or simply "beautiful." The choice of the color red is a symbol of passion.

p. 63 Il confronto tra gli avana di moda negli anni settanta-ottanta e il "Rosso Tartaruga Gambini".

p. 63 The comparison between the fashionable havana in the 70's and 80's and the "Gambini Tortoiseshell Red".



"Siamo nel 1977 (…) i primi clienti del Centro 'O' di Mazzucchelli sono stati Alain Mikli e Germano Gambini, geniali innovatori. Grazie a figure come queste gli occhiali sono stati trasformati da semplice protesi oftlamica a *must have* della moda".
— *Regina Rossi, Responsabile Ricerca Colore Mazzucchelli 1849*

"Back to 1977, the first customers of Center 'O' at Mazzucchelli were Alain Mikli and Germano Gambini. With these protagonists, eyewear has been transformed from a simple ophthalmic prosthesis into a fashion *must have*".
— *Regina Rossi, Head of Color Research at Mazzucchelli 1849*

La collezione *Tessa*

La collezione *Tessa* fu una storia decisamente sperimentale. Il materiale plexiglass era innovativo e poco usato, se non per oggetti di design. Affascinante di aspetto, soprattutto nella versione trasparente, era molto difficile da lavorare. Nonostante le tante difficoltá Gambini e Tessarollo diedero vita ad una collezione *Tessa* di grande impatto e modernitá.

The *Tessa* collection

The *Tessa* collection was certainly an experimental story. The plexiglass material was innovative and poorly used, except for design objects. It had a fascinating appearance, especially in the transparent version, and very difficult to work with. Despite many difficulties Gambini and Tessarollo gave birth to a *Tessa* collection of great impact and modernity.

“Negli anni settanta fui attirato dalla sperimentazione sui nuovi materiali, e cominciai la collaborazione con Mario Tessarollo, artigiano bolognese esperto nella lavorazione del plexiglass. Con lui abbiamo dato vita alla fortunata collezione *Tessa*”.
— *Germano Gambini*

“In the seventies I was attracted by experimenting new materials, and began working with Mario Tessarollo, a craftsman from Bologna expert in working with plexiglass. With him, we gave life to the successful *Tessa* collection”.
— *Germano Gambini*

pp. 67-72 Modelli in plexiglass trasparente per la collezione *Tessa*.

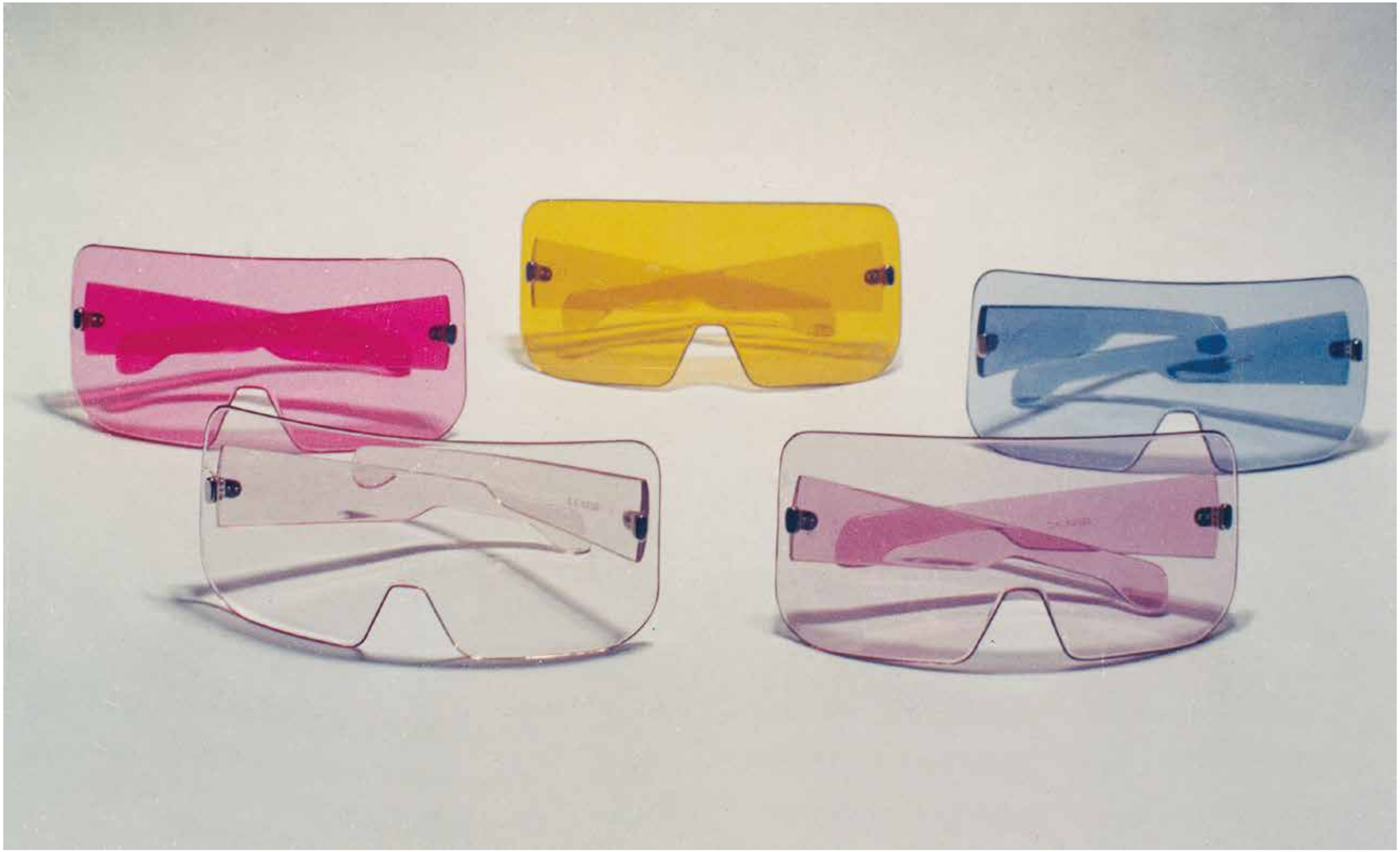
pp. 67-72 Transparent plexiglass models for the *Tessa* collection

p. 73 Campioni colore in plexiglass per la collezione *Tessa*. Il materiale aveva trasparenza e brillantezza eccezionali, ma era molto difficile da lavorare.

p. 73 Samples of colored plexiglass for the *Tessa* collection. The material had excellent transparency and brilliance, but it was very difficult to work with.

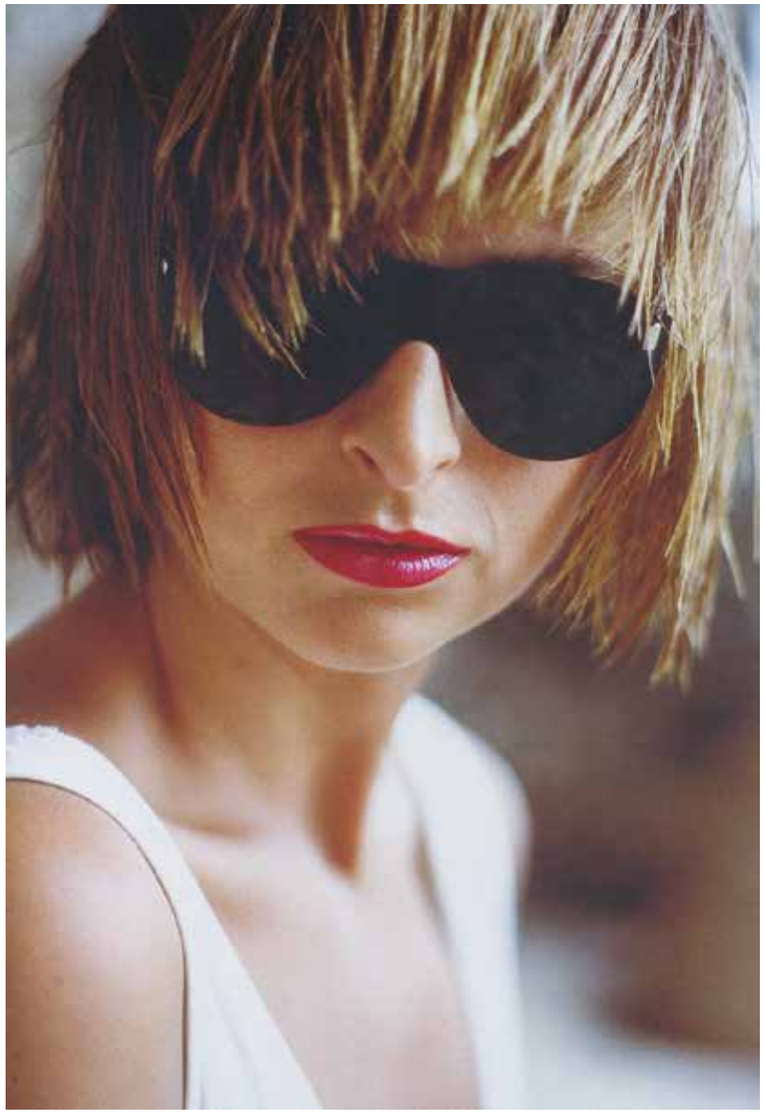
“Negli anni settanta feci una grandissima cosa: per un caso fortuito inventai la *Mascherina* tutta d’un pezzo”.
— *Germano Gambini*

“In the 70’s I did a great thing: I invented by chance the *Mascherina* in one whole piece”.
— *Germano Gambini*



pp. 76-81 Fine anni settanta. Campagna pubblicitaria che promuove l'uso delle *Mascherine* attraverso il mito della motocicletta.

pp. 76-81 Late 70's. An advertising campaign that promotes the use of *Mascherine* through the myth of the motorcycle.



“La *Mascherina* fu un successo di mercato senza precedenti: anche per le caratteristiche innovative del prodotto, che permetteva di abbronzarsi senza togliersi gli occhiali”.
— *Anna Gatti*

“The *Mascherina* was an unheard market success for the innovative features of the product, you could tan without taking off the glasses”.
— *Anna Gatti*

“Negli anni ’80 ho realizzato una nuova collezione di occhiali, i *Divina*: modelli arricchiti da lacche e strass che, come dice il nome, volevano enfatizzare al massimo il fascino femminile. Sono forse gli occhiali più belli che ho prodotto…”.
— *Germano Gambini*

“In the 80’s I made a new collection of glasses, the *Divina*: patterns embellished with rhinestones and lacquers which, as the name implies, wanted to emphasize at the most the feminine charm. These glasses could be the most beautiful that I have produced…”.
— *Germano Gambini*

pp. 83-85 Modelli *Divina* con lacche colorate ad effetto.

pp. 83-85 *Divina* models with sensational colored lacquers.

"Gli occhiali *Divina* hanno anticipato la grande stagione del glamour. Rimasi colpito quando vidi su una rivista che, ai funerali di De Sica, Sofia Loren nascondeva la commozione dietro ad un paio dei miei *Divina*…".
— *Germano Gambini*

"The *Divina* glasses anticipated the great season of glamor. I was impressed when I saw in a magazine that, at the funeral of De Sica, Sophia Loren hid her emotions behind a pair of my *Divina*…".
— *Germano Gambini*

pp. 86-87 Pubblicità per i modelli *Divina*.

pp. 86-87 Advertising for *Divina* models.

pp. 88-89 Disegni per la collezione *Divina*.

pp. 88-89 Drawings for the *Divina* collection.

La collezione *Variety.*

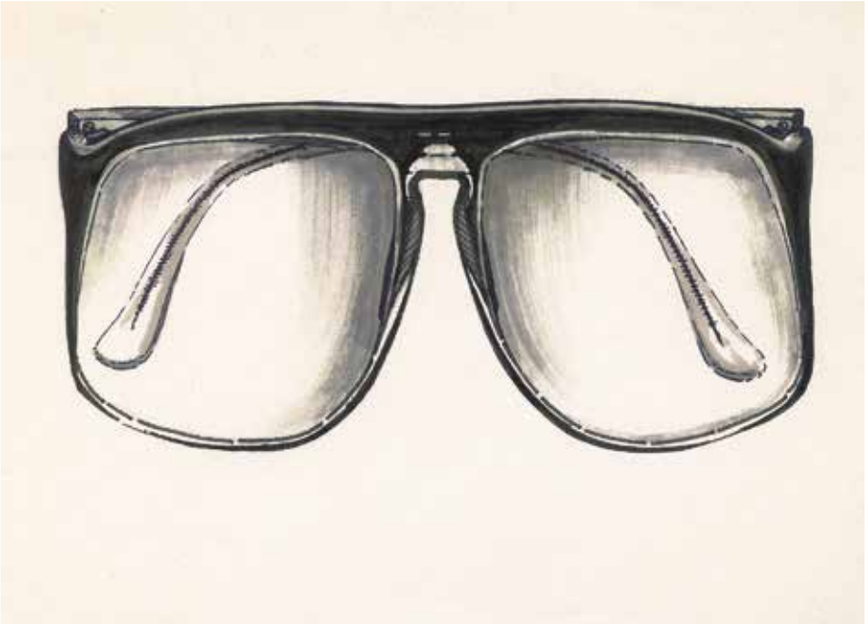
Con l'idea di avvicinarsi ad un pubblico più giovane, Germano Gambini progettò la collezione *Variety*, con inedite combinazioni di metallo e plastica, colori e forme originali. La qualità del prodotto e il comfort degli occhiali indossati furono un punto fermo anche di questa linea.

The *Variety* collection.

With the idea of approaching a younger audience, Germano Gambini designs the *Variety* collection, with new combinations of metal and plastic, colors and patterns. The product quality and the comfort of the glasses when worn were also a characteristic of this line.

pp. 92-93 Modelli *Variety*. La collezione va incontro a un mondo di giovani che cominciano ad affermare personalità e indipendenza di scelte.

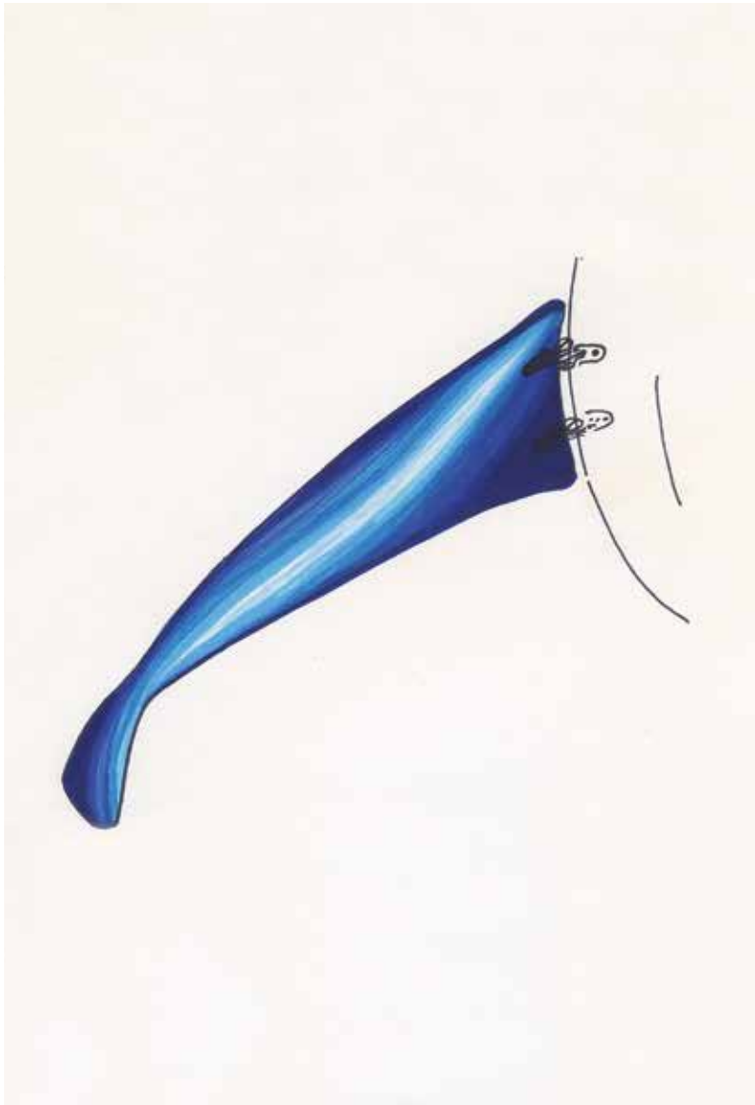
pp. 92-93 *Variety* models. The collection reaches out to the young audience which is beginning to assert its personality and independent choices.



METALLO SCURO

pp. 94-97 Disegni per la collezione *Variety.*

pp. 94-97 Drawings for the *Variety* collection.



“Negli anni novanta abbiamo collaborato con designer autorevoli come Terri Pecora e lo Studio De Lucchi”.
— *Germano Gambini*

“In the 90’s, we collaborated with distinguished designers like Terri Pecora and Studio De Lucchi”.
— *Germano Gambini*

Milano, 19 Marzo 1990

Spett.
Gambini s.r.l.
Via Cobetti, 27
Bologna

Cara Anna,

Ti invio i disegni esecutivi degli occhiali che abbiamo scelto nell'incontro avvenuto a Bologna.

Ho inoltre inserito altri disegni di nuovi occhiali mantenendo una linea piu' tradizionale.

Tutti i modelli che sono stati disegnati sono da realizzare in acetato di cellulosa.

Ci sentiamo telefonicamente per ulteriori informazioni.

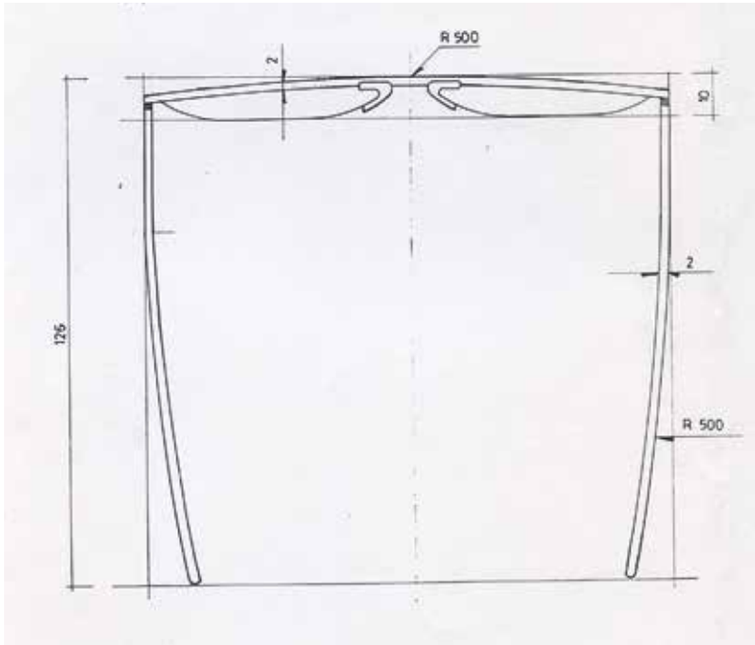
Cordiali saluti.
arch. Angelo Micheli

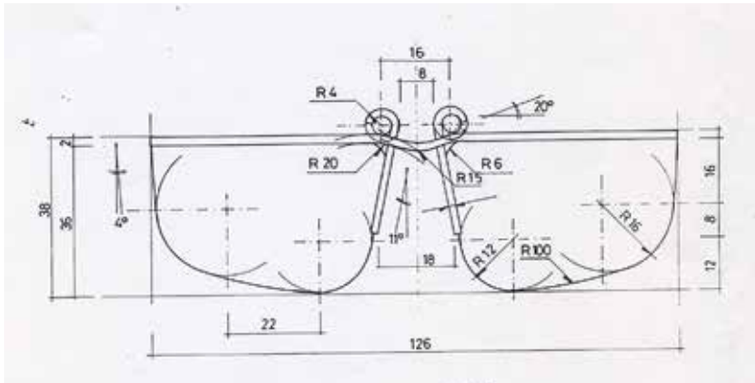
STUDIO DE LUCCHI S.R.L.
NICHOLAS BEWICK
DANIELA DANZI
MICHELE DE LUCCHI
FERRUCCIO LAVIANI
ANGELO MICHELI

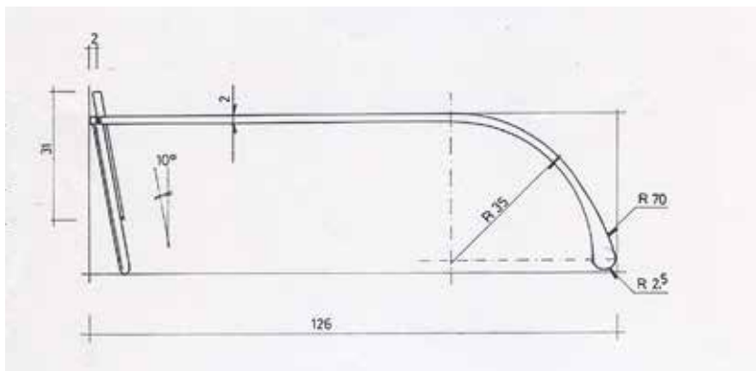
Rif. 22A90

pp. 98-99 Materiale che documenta la collaborazione tra lo studio De Lucchi e Germano Gambini, anni novanta.

pp. 98-99 A material that testifies to the collaboration between the De Lucchi Studio and Germano Gambini, in the Nineties.

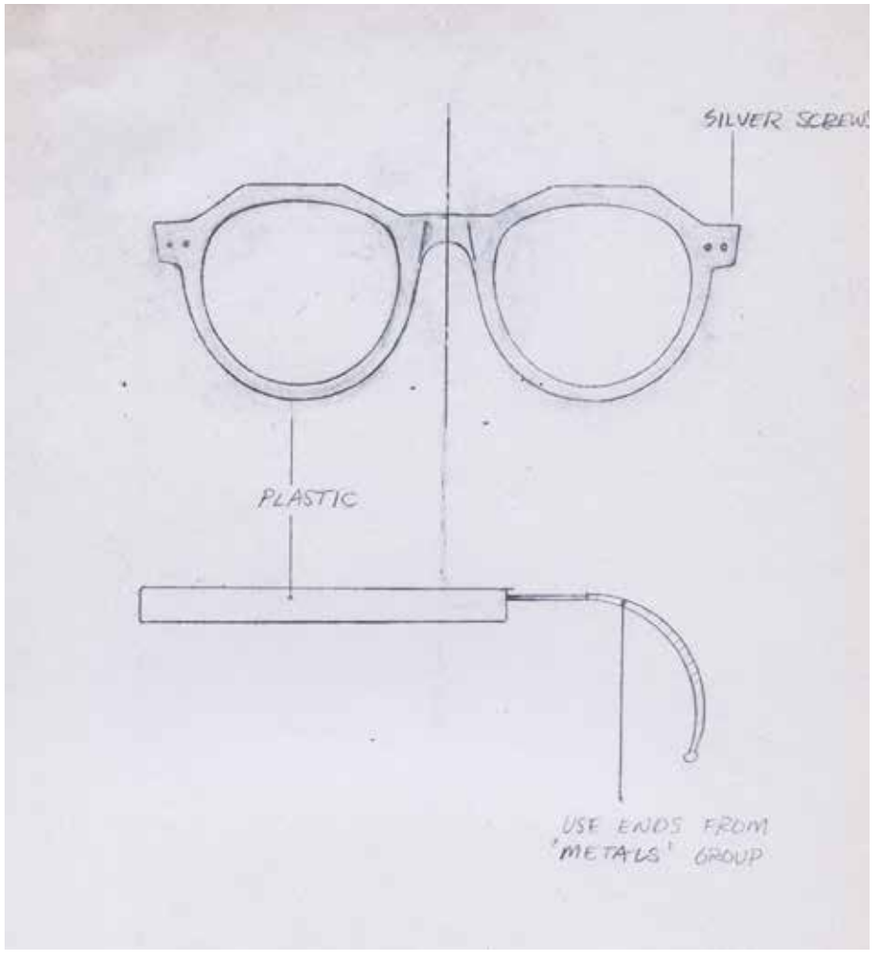






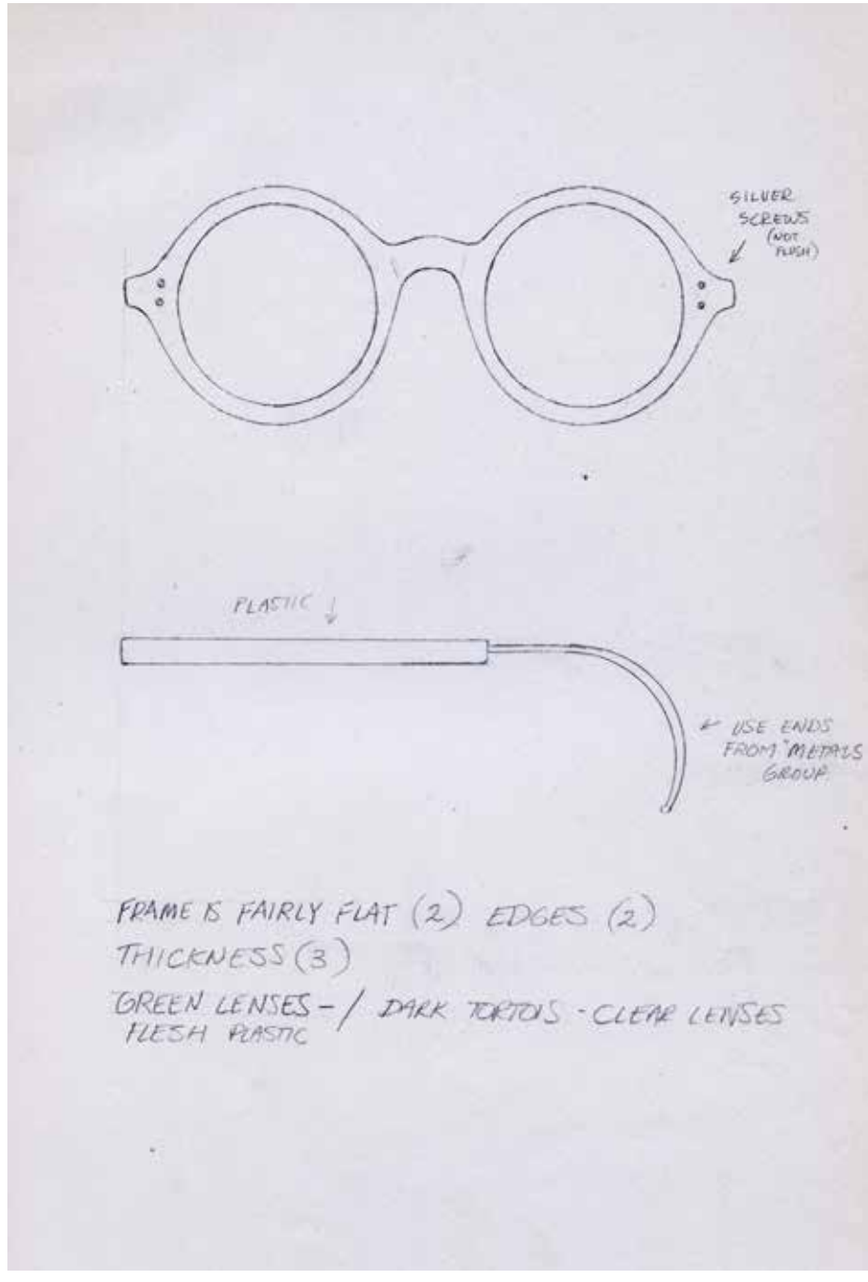
“Disegnare occhiali è un perfetto mix fra product design e moda. Ho disegnato il mio primo paio per L.A. Eyeworks, un marchio di nicchia. Ero talmente affascinata dall’oggetto-occhiale che ho chiesto alle titolari se avessi potuto provare a disegnarlo. Mi hanno illustrato un paio di regole tecniche, e ho iniziato!”.
— *Terri Pecora, designer*

“Designing eyewear is a perfect mix between product design and fashion. I designed my first pair for L.A. Eyeworks, a niche brand. I was so fascinated with the object-eyewear that I asked the owners if I could try to draw one. They illustrated to me a couple of technical rules, and I started!”.
— *Terri Pecora, designer*



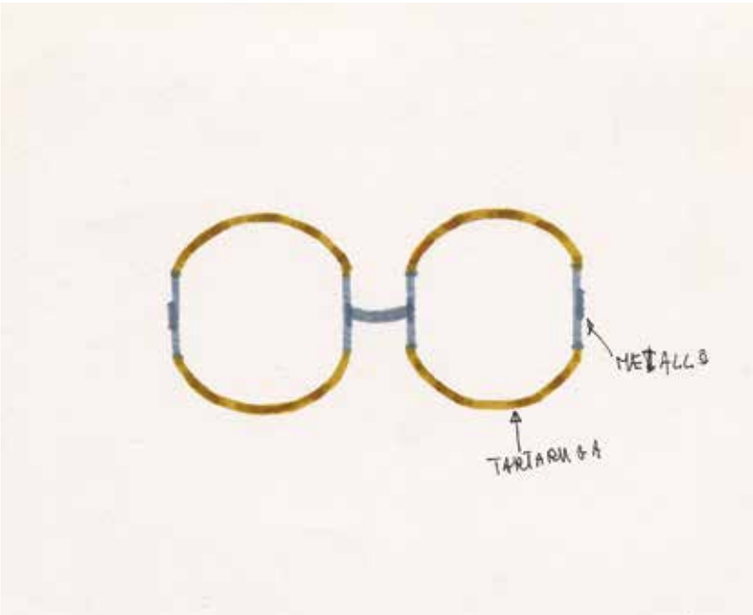
pp. 100-101 Disegni dalla serie *Super Classic Variety*.

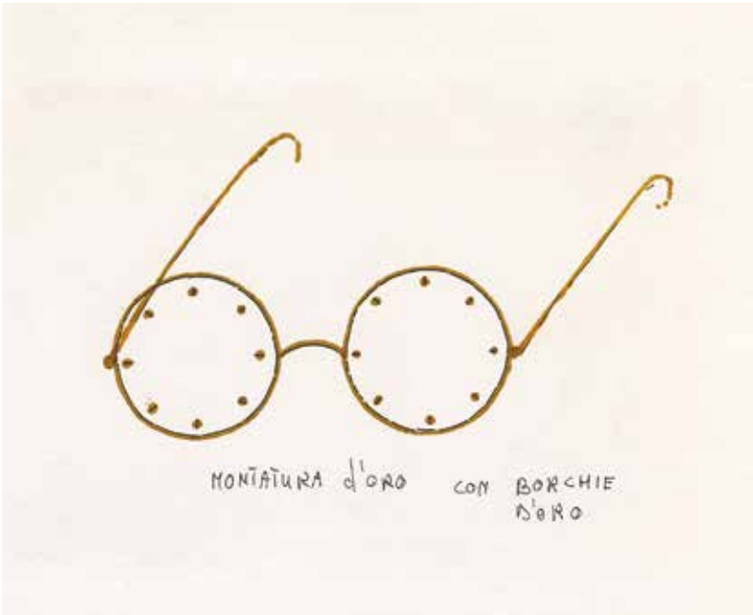
pp. 100-101 Drawings from the *Super Classic Variety* series.



pp. 102-103 Progetti su carta per modelli in acetato di cellulosa e metallo, fine anni novanta.

pp. 102-103 Projects on paper of cellulose acetate and metal models, late nineties.





La collezione *Cristalli.*

La collezione *Cristalli* segna il passaggio del secolo, tra la fine degli anni ’90 e gli anni 2000. Una collezione top level tutta femminile, che si dà una connotazione decisa: splendere con la luce dei cristalli, grandi e glamour oppure minuti in preziose texture che ricamano sulla montatura degli occhiali.

The *Cristalli* collection.

The *Cristalli* collection marks the turn of the century, between the end of the 1990s and the 2000s. A top-end female collection with a resolved character: the crystal shine, large and glamorous or minute with precious textures embellishing the frame.

Le montature sono più importanti e protagoniste: nelle forme, nelle nuance di colore e nelle preziose applicazioni di cristalli Swarovski, che disegnano motivi di grande impatto. Il risultato è un accessorio che esalta la femminilità e valorizza con un tocco di carattere anche il look più semplice.

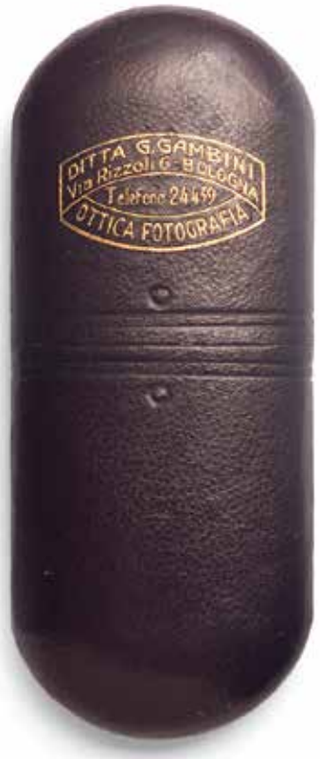
The frames are more important and become the protagonists. The shapes, the shades of color and the precious Swarovski crystals, draw great impact motifs. The result is an accessory that enhances femininity and highlights even the most simple look with a touch of character.

pp. 105-109 Modelli della collezione *Cristalli*, fine anni '90.

pp. 105-109 Models of *Cristalli* collection, end of nineties.

pp. 110-111 A sinistra una custodia per occhiali da vista della Ditta Gambini. Accanto, e nelle pagine seguenti, alcune delle custodie studiate da Germano Gambini per le sue collezioni.

pp. 110-111 On the left an eyeglass case of the first Gambini Company. Next, and in the following pages, some of the cases studied by Germano Gambini for his collections.



Germano Gambini oggi.

Germano Gambini Eyewear esprime il suo stile nella contemporaneità, custodendo una grande eredità di carattere, stile e valori. Paola Gambini e i suoi collaboratori si muovono nello spazio privilegiato di chi vive pienamente nel mondo di oggi, avendo una lunga storia alle spalle. Un ambito, questo, in cui l'*heritage* è ispirazione e non vincolo, sfida verso il meglio e mai accettazione dell'ovvio, superamento e non emulazione. Con l'apertura mentale di chi sa di avere basi solide, Paola ha accompagnato l'evoluzione delle collezioni accogliendo le suggestioni dei designer, i trend della moda, le innovazioni tecniche e le sperimentazioni, ma con tenace spirito di fedeltà ad una impronta di stile inesauribile.

C'è un mondo di valori che connota la tradizione di Germano Gambini, portandola oltre la semplice realizzazione di *oggetti*: il profondo rispetto per i destinatari della propria creazione. Gli occhiali si portano sul viso e dicono qualcosa di noi, coinvolgendo la parte più espressiva del corpo. Le collezioni Germano Gambini oggi rappresentano un mondo ampio e articolato, di molteplice ispirazione, ed hanno in comune un'ambizione: interpretare il volto, valorizzarlo e non nasconderlo, far emergere la personalità in modo più intenso senza imporre uno standard. Germano Gambini Eyewear è scelto da una rete di ottici qualificati in tutta Italia, certi di offrire un prodotto dal valore intrinseco, che dà garanzia di qualità e performance oltre l'aspetto estetico. Le collezioni sono distribuite nei principali Paesi Europei, in Canada, negli Stati Uniti e in Australia.

Germano Gambini today.

Germano Gambini Eyewear expresses its contemporary style while preserving a great heritage of character, style and values. Paola Gambini and her team work in that privileged space of those who live today's world to the fullest, while having a long tradition. This is an area in which *heritage* is the inspiration and not the constraint, the challenge towards improvement and never the acceptance of the obvious, surpassing, not emulating. With the open-mindedness of those confident of their solid foundations, Paola has accompanied the development of the collections embracing the suggestions of the designers, fashion trends, technical innovations and experiments, but with firm loyalty to a limitless mark of style.

There is a world of values that characterizes the Germano Gambini tradition, taking it beyond the simple production of *objects*: the deep respect for the recipients of his creations. Glasses are worn on the face and convey something about us, engaging the most expressive part of the body. Today the Germano Gambini collections represent a wide and articulated universe, of multiple inspiration, and have a common ambition: to interpret the face, enhancing and not hiding it, bringing out the personality more intensely without imposing a standard. Germano Gambini Eyewear has been chosen by a network of qualified opticians across Italy, positive they can offer a product with intrinsic value, which guarantees quality and performance in addition to aesthetics. The collections are distributed in the main European countries, Canada, the United States and in Australia.

Bellezza e stile possono esprimersi soltanto in occhiali costruiti con materiali di eccellenza e con grande maestria. Per questo Germano Gambini ha scelto Faoflex come partner, per unire alla sua storia di design e di stile un'esperienza e un sapere di 40 anni nella costruzione degli occhiali. Questo sapere oggi si avvale anche dell'uso di moderne tecnologie, ma non ha eliminato le lavorazioni particolari fatte a mano e, soprattutto, la passione e la competenza che distinguono il vero artigiano italiano.

Beauty and style can only be expressed through glasses made from the highest quality materials and with great craftsmanship. This is why Germano Gambini chose Faoflex as a partner, combining many years of design and style expertise with 40 years of knowledge in eyeglass manufacturing. Today this knowledge also uses modern technologies, but has not eliminated the particular handmade production, and above all, the passion and expertise that distinguish the true Italian craftsman.

p. 117 Costruzione delle forme: dal disegno su carta, al disegno tecnico alla sagoma per tagliare il materiale.

p. 117 Realization of the frames: from the drawing on paper, to technical design, to the shape to cut out the material.

p. 118 Fasi di sagomatura, montaggio, finitura e calibratura.

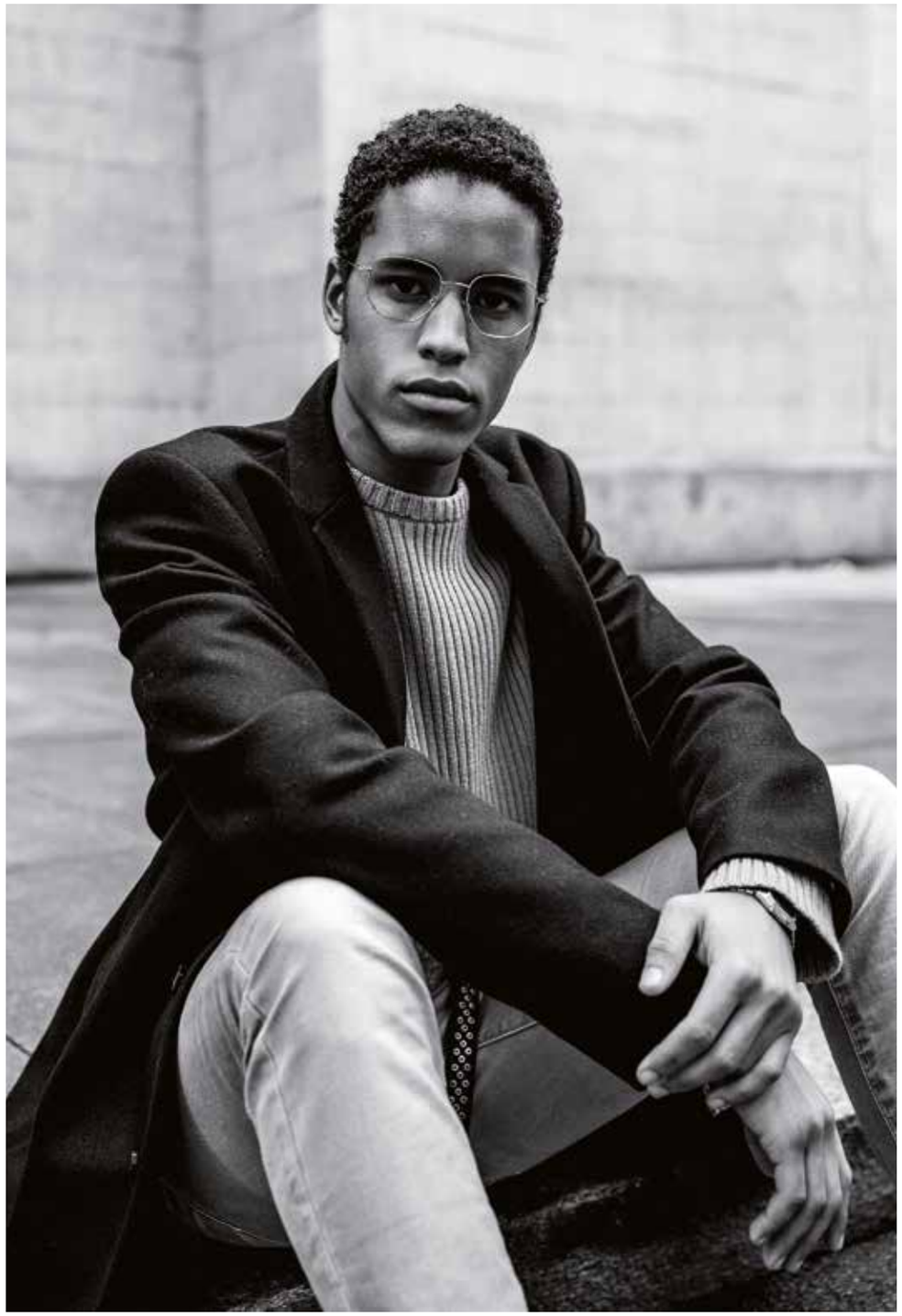
p. 118 Shaping, assembly, finishing and calibration phases.

Ogni montatura deve passare attraverso vari passaggi in cui l'intervento manuale è fondamentale: sono le fasi più delicate che garantiscono l'assenza di difetti e la perfetta *indossabilità* del risultato finale.

Each frame must pass through various steps in which manual intervention is crucial: these are the most delicate stages which guarantee the absence of flaws and perfect *wearability* of the end result.

La collezione *I Leggeri.*

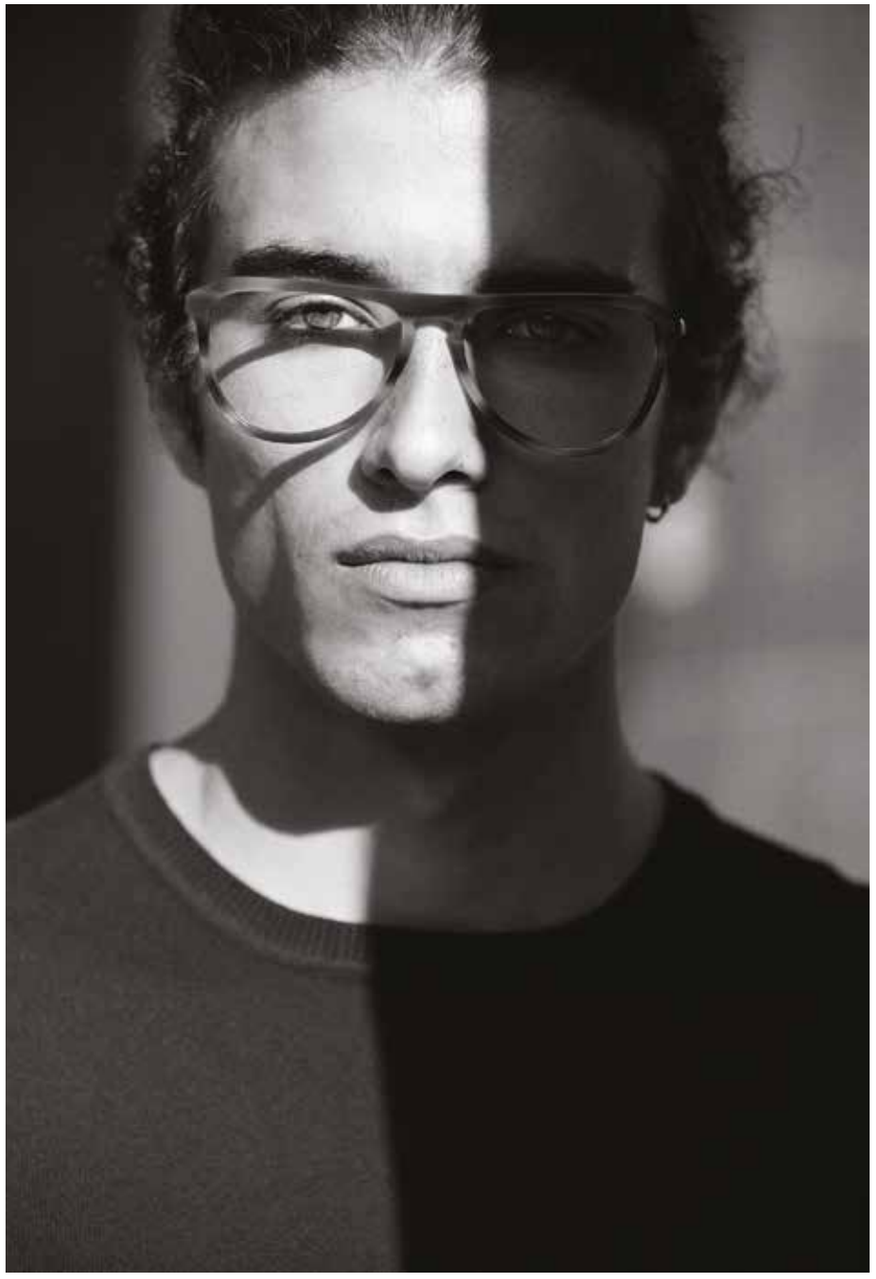
La storica collezione *I Leggeri* nasce con la caratteristica di estrema leggerezza, grande comfort, qualità tecnica, sorprendente varietà di forme e colori. L'eleganza minimale dell'autentico Made in Italy ne ha decretato l'enorme successo nel corso degli anni. L'acetato si presenta con solo due millimetri di spessore, il suo peso è quasi impercettibile a chi lo indossa e al contempo dona unicità alla propria immagine. La ricerca si dirige verso un carattere sempre più *urban* e cosmopolita. Nella collezione odierna il tema della leggerezza è stato sviluppato anche nella versione in metallo. La proposta di forme e colori è in linea con i trend correnti, senza dimenticare le varianti più classiche proposte in nuance moderne. L'immagine della collezione viene interpretata attraverso la selezione di fotografi e location scelti con cura in contesti urbani ed internazionali. *I Leggeri* è libertà, la collezione dove ognuno può trovare il proprio paio di occhiali, quella montatura che si desidera indossare ogni giorno e che diverte possedere anche in più varianti colore.



I Leggeri collection.

The characteristics of the historic *I Leggeri* collection are its extreme lightweight, utmost comfort, technical quality, stunning variety of shapes and colours. The minimalist elegance of the authentic Made in Italy has made it a huge success over the years. Acetate frames are just two millimetres thick, their weight almost imperceptible for the person wearing them and at the same time gives that touch of uniqueness. The research is focussed on an increasingly urban and cosmopolitan character. In today's collection the theme of lightness has been developed also in the metal frame version. The proposal of shapes and colours is in line with current trends, without forgetting the classic models offered in modern hues. The image of the collection is interpreted through the selection of photographers and locations carefully chosen in urban and international contexts. *I Leggeri* collection is freedom, one in which everyone can find a pair of glasses, that frame which they desire to wear every day and which is fun to have even in different colours.

GERMANO GAMBINI – ROSSO IS THE NEW RED



GERMANO GAMBINI – ROSSO IS THE NEW RED

La collezione *Germano Gambini.*

La collezione che porta il nome del Brand, *Germano Gambini*, assume e fa propria tutta la poliedricità che è stata caratteristica della storia del designer, con un particolare legame al mondo della moda, così come Germano fece *in primis*. La scelta di strutturare la collezione in *capsule*, stilisticamente molto connotate, permette di raccogliere diverse ispirazioni narrative: dalla storia di icone che hanno costruito un'immagine ed uno stile capace di influenzare il grande pubblico, a quelle dedicate ai trend odierni o a quelle che celebrano in chiave contemporanea riletture di modelli del passato. Nella collezione *Germano Gambini* rivive una creatività che già in passato non ha esitato a sperimentare tra tradizione e innovazione, *bon ton* e *glamour*.

The *Germano Gambini* collection.

The collection that bears the name of the brand, *Germano Gambini*, takes on and adopts all the versatility which has been the characteristic throughout the designer's history, with a special link to the fashion world, as Germano did *from the start*.
The decision to structure the collections as *capsules*, with characteristic style, allows the use of different narrative inspirations: from the history of icons that have built an image and a style capable of influencing the widespread audience, to those dedicated to the current trends or those that celebrate contemporary interpretations of past models.
The *Germano Gambini* collection relives a creativity that never hesitated to experiment between tradition and innovation, *bon-ton* and *glamour*.

La collezione *GG Junior.*

Ultima nata in ordine di tempo, la collezione *GG Junior* è dedicata ai ragazzi che hanno personalità, gusti, preferenze e vogliono esprimerli in modo indipendente: per loro ci sono forme inusuali e colori originali, la possibilità di trovare i modelli che rimandano al mondo degli adulti, ed anche quella di scegliere tra tanti il *proprio* paio di occhiali.

The *GG Junior* collection.

The most recent in chronological order, the *GG Junior* collection is dedicated to children with a personality, tastes and preferences and who wish to express them independently: it offers unusual shapes and original colours, the possibility to find models resembling those for adults, and also the possibility of choosing a *pair* of glasses among a great variety.

“Ricostruire la storia di Germano Gambini ha significato per me scoprire altri aspetti di un uomo che era soprattutto un padre dolcissimo e comprensivo. Credeva nei valori dell’amicizia, provava sincera ammirazione per le intuizioni altrui e poneva la correttezza al di sopra di qualunque interesse. L’eredità umana e professionale che mi ha lasciato, la curiosità, l’amore per il lavoro, il rispetto degli altri, la ricerca assoluta dell’eleganza delle forme, sono la forza che mi ha consentito di raccogliere il suo testimone e di affrontare con entusiasmo la responsabilità di questo compito”.
— *Paola Gambini*

“Reconstructing Germano’s story meant discovering other aspects of a man who was especially a sweet and forgiving father. He believed in the values of friendship, he felt sincere admiration for the insights of others, and placed decency above any other interest. He left me with a human and professional legacy, continuous curiosity, love for work, respect for others’ ideas, research of absolute elegance in shape and color. These are the forces that allow me to collect his inheritance and deal with enthusiasm with the responsibility of this task”.
— *Paola Gambini*

Ringraziamenti

Giulia Gambini è la memoria storica che ha permesso di ricostruire il percorso umano e professionale di Germano Gambini.
Anna Gatti ha fornito una preziosa visione dall'interno dell'avventura imprenditoriale.
Roberto Gatti ha contribuito con notizie e materiali d'epoca.
Lela Casini ha disegnato un ritratto vivo dell'uomo e del designer.
Marino Stanzani e Sandro Caravante hanno inviato ricordi affettuosi di una lunga collaborazione.
Regina Rossi e Davide Orsi Mazzucchelli hanno gentilmente accettato di fornire materiali e testimonianze.
Cristina Gibertoni ha dato un contributo professionale, operativo e morale.
L'azienda Faoflex ha messo a disposizione tutte le immagini delle fasi produttive.
A tutte queste persone, senza le quali questo libro non sarebbe stato realizzato, va un ringraziamento sincero.

Acknowledgements

Giulia Gambini is the historical memory that allowed the reconstruction of the human and professional path of Germano Gambini.
Anna Gatti provided a valuable insight into the entrepreneurial adventure.
Roberto Gatti contributed with news and vintage material.
Lela Casini designed a living portrait of the man and the designer.
Marino Stanzani and Sandro Caravante sent fond memories of a long collaboration.
Regina Rossi and Davide Orsi Mazzucchelli kindly agreed to provide materials and statements.
Cristina Gibertoni provided a professional, operational and moral contribution.
The Faoflex company made all the images of the stages of production available.
We thank sincerely all these people, without whom this book would not have been accomplished.

fotografie
Andrea Chemelli
Anouk Nitsche
Simone Nocetti
Christophe Peray
Jen Ries

graphic design
Normat studio

style designer
Fabio Stramare
Marianna Pellino

stampa
Tipografia Irnerio, Bologna

citazioni
p. 65, Regina Rossi,
B2Eyes Magazine n°8, 2012
p. 100, Terri Pecora, www.admnetwork.
it/index.php/2013/01/21/terri-pecora-
poliedrica-avanguardia

photography
Andrea Chemelli
Anouk Nitsche
Simone Nocetti
Christophe Peray
Jen Ries

graphic design
Normat studio

style designer
Fabio Stramare
Marianna Pellino

print
Tipografia Irnerio, Bologna

quotations
p. 65, Regina Rossi,
B2Eyes Magazine n°8, 2012
p. 100, Terri Pecora, www.admnetwork.
it/index.php/2013/01/21/terri-pecora-
poliedrica-avanguardia

© 2018 Germano Gambini
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta o archiviata in un sistema di recupero o trasmessa in qualsiasi forma o con qualsiasi mezzo elettronico, fotoriproduzione, memorizzazione o altro, senza il permesso scritto da parte di Germano Gambini e Rosso Gambini S.a.s. di Mauro Bianco e C.

L'editore si dichiara disponibile a riconoscere eventuali diritti relativi a materiali e testi di cui non sia stato possibile rintracciare l'autore.

© 2018 Germano Gambini
No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior written permission of Germano Gambini and Rosso Gambini S.a.s. di Mauro Bianco e C.

The publisher is willing to recognize any rights to images and texts of which was not possible to contact the author.

GERMANO GAMBINI

EYEWEAR