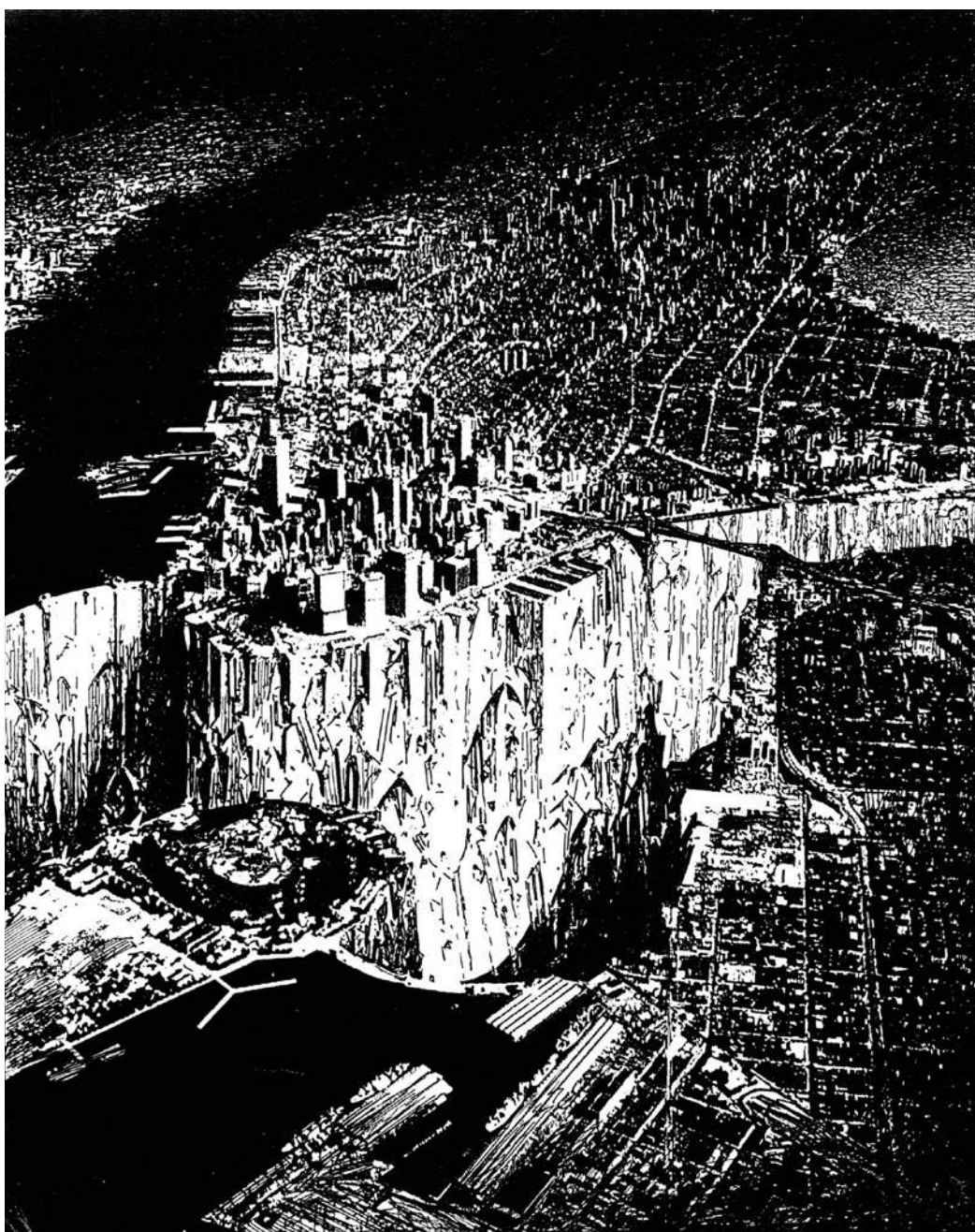


domus

Urbanistica. Lavorare con il dubbio / Urbanisms: working with doubt

Kenneth Frampton, Fulvio Irace, Cino Zucchi, Antonia Jannone, Franco Raggi, Durganand Balsavar, Victoria Easton, Enrique Norten, Mark Morris, Young & Ayata, Paulo Mendes da Rocha, Oscar Niemeyer, Skidmore, Owings & Merrill, Patricia Urquiola, Joel Escalona, Arthur Sze



1077
marzo / march 2023

euro **15,00**
Italy only
periodico mensile Data di uscita 04/03/2023

EUROPE € 25,00 / CH CHF 25,00
UK £ 24,95 / USA \$ 24,95

Poste Italiane S.p.A.
Spedizione in Abbonamento Postale
D.L. 353/2003 (conv. in legge 27/02/2004 n.46),
Articolo 1, Commi 1, DCE-Milano



600735-210077-6

Relazioni e contrasti

Relationships and contrasts

The warm side of design. Il timbro del nuovo catalogo Tubes si coglie già dal suo titolo, un gioco di parole sintetico ed evocativo al tempo stesso. Il Design Book curato da Arianna Crosetta e Federica Gosio di Studio MILO racconta la storia, i temi chiave e i prodotti della storica azienda trevigiana con un registro grafico e narrativo più da rivista che da catalogo, raccoglie le contaminazioni del mondo della moda e dell'arte per tradurle in pagine che bilanciano sapientemente bianchi e fondi colore. L'attenzione alle tendenze nei colori, allo *styling* e al *casting* è il filo conduttore dell'intero volume, che è strutturato in due macro-sezioni: alla prima parte che racconta, sinteticamente ma in quattro lingue, i tratti salienti del gruppo e i suoi punti di forza segue l'approfondimento sulla produzione, che alle raffinate immagini ambientate affianca una scheda dati chiara ed essenziale, dalla grande cura grafica.

MARKET NEWS



GRUPPO COSENTINO
FIMA CARLO FRATTINI
PEDRALI



• *The warm side of design.* The tone of the new Tubes catalogue is already conveyed by the title, a play on words that is concise yet at the same time evocative. The Design Book curated by Adrianna Crosetta and Federica Gosio of Studio MILO describes the history, key themes and products of the legendary Treviso-based company with a graphic and narrative style that is more magazine than catalogue, where the pages take inspiration from the worlds of art and fashion and skilfully balance white with coloured backgrounds. Attention to colour trends, styling and casting runs through the entire volume that is organised in two main sections: the first part describes briefly but in four languages the salient characteristics of the group and its strengths along with an in-depth look at the production, with stylish images placed alongside clear and essential data sheets with meticulous attention to graphic design.