

La Storia
dei Coffee
Table Books
e
"The Coffee
Table Book of
Coffee Table
Books",
un Progetto



Politecnico di Milano | Scuola del Design
Laurea Magistrale | Design della Comunicazione

Anna Matilde Sala | matricola 920485
Relatore: Prof. Mario Piazza
Anno Accademico 2020/2021

Indice

	ABSTRACT	p. 1
	INTRODUZIONE	p. 3
01	COS'È UN COFFEE TABLE BOOK	p. 7
02	ANTEFATTI E PRECURSORI	p. 15
03	LA STORIA DEI COFFEE TABLE BOOKS	p. 37
04	COM'È FATTO UN COFFEE TABLE BOOK	p. 47
05	LE CASE EDITRICI	p. 55
06	I TEMI	p. 95
07	STYLING&INTERIOR DESIGN	p. 117
08	LIBRERIE E NEGOZI	p. 123
09	IL PROGETTO	
	09.01 RICERCA E CASI STUDIO	p. 133
	09.02 TAVOLE STUDIO	p. 161
	09.03 IL LIBRO DEI COFFEE TABLE BOOKS	p. 219
	CONCLUSIONI	p. 245
	BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA	p. 249

Indice delle immagini

imm. 01	<i>Aesop</i> , Rizzoli New York, 2019.....	p. 2
02	Mendo Bookstand.....	p. 2
COS'É UN COFFEE TABLE BOOK		
03	Fashion coffee table books 3D model.....	p. 6
04	Art coffee table books 3D model.....	p. 8
05	Coffee table books per Interior Designers 3D model.....	p. 8
06	Libro aperto Phaidon Press.....	p. 11
ANTEFATTI E PRECURSORI		
07	Stampa Airone Bianco, James Audubon.....	p. 14
08	<i>Essais</i> , Michel de Montaigne.....	p. 16
09	<i>The Life and Opinion of Tristram Shandy</i> , prima edizione, Lawrence Sterne.....	p. 17
10	Pagina nera, <i>The Life and Opinion of Tristram Shandy</i> , Lawrence Sterne.....	p. 18
11	Pagina marmorizzata, <i>The Life and Opinion of Tristram Shandy</i> , Lawrence Sterne.....	p. 18
12	Illustrazione di William Hogarth, <i>The Life and Opinion of Tristram Shandy</i> , Lawrence Sterne.....	p. 19
13	Linee e simboli, <i>The Life and Opinion of Tristram Shandy</i> , Lawrence Sterne.....	p. 20
14	Frontespizio volume III, <i>The Life and Opinion of Tristram Shandy</i> , Lawrence Sterne.....	p. 20
15	Frontespizio <i>Encyclopédie</i> di Diderot e d'Alambert.....	p. 21
16	Tavola del mestiere del falegname, <i>Encyclopédie</i> di Diderot e d'Alambert.....	p. 21
17	Tavola dell'anatomia umana, <i>Encyclopédie</i> di Diderot e d'Alambert.....	p. 21
18	Tavola della stampa a caratteri mobili, <i>Encyclopédie</i> di Diderot e d'Alambert.....	p. 22
19	<i>Encyclopédie</i> di Diderot e d'Alambert, volumi completi.....	p. 23
20	Stampa Tacchino selvatico, James Audubon.....	p. 24
21	<i>G. Braque</i> , edizioni Tisnè, 1956.....	p. 27
22	Libri Albert Skira, 1950 circa.....	p. 27
23	<i>This is the American Earth</i> , David Brower, 1960.....	p. 28
24	Alcuni dei libri della <i>Exhibit Format</i> , Sierra Club.....	p. 29
25	Frontespizio <i>This is the American Earth</i> , David Brower, 1960.....	p. 29
26	Copertina del <i>Manuale Tipografico di Giambattista Bodoni</i> , Franco Maria Ricci, 1965.....	p. 30
27	<i>Manuale tipografico Bodoni</i> , annuncio ristampa.....	p. 31
28	Copertina primo numero della rivista <i>FMR</i> , Franco Maria Ricci, 1982.....	p. 32
29	Copertina del libro <i>La Seta: Antica Tradizione Cinese</i> , Franco Maria Ricci, 1980.....	p. 34
30	Cofanetto libri di Franco Maria Ricci.....	p. 34
31	Copertina <i>Armani</i> , Franco Maria Ricci, 1982.....	p. 34
32	Copertina <i>Ligabue</i> , Franco Maria Ricci, 1981.....	p. 34
33	Copertina <i>Valentino</i> , Franco Maria Ricci, 1982.....	p. 34
LA STORIA		
34	<i>Helmut Newton SUMO</i> su leggio, Taschen, 1999.....	p. 36
35	Frontespizio di <i>The Coffee Table Book of Astrology</i> , John Lynch, 1962.....	p. 39
36	Pagine interne di <i>The Coffee Table Book of Astrology</i> , John Lynch, 1962.....	p. 39
37	Pagine interne di <i>The Coffee Table Book of Astrology</i> , John Lynch, 1962.....	p. 39
38	Confezione del libro <i>Sex</i> , Fabien Baron, 1992.....	p. 40
39	Pagine interne di <i>Sex</i> , Fabien Baron, 1992.....	p. 40
40	Pagine interne di <i>Sex</i> , Fabien Baron, 1992.....	p. 40
41	Pagine interne di <i>Sex</i> , Fabien Baron, 1992.....	p. 40

imm. 42	<i>La Colombe d'Or</i> , Assouline, 1996	p. 41
43	Interni della Colombe d'Or	p. 41
44	<i>Helmut Newton SUMO</i> su leggìo, Taschen, 1999	p. 42
45	<i>Helmut Newton SUMO</i> , frontespizio autografato, 1999	p. 42
46	Coffee table books su tavolino da caffè	p. 45

COM'É FATTO UN COFFEE TABLE BOOK

47	Macchina da stampa offset in funzione	p. 46
48	<i>Golf: the Impossible Collection</i> , Assouline, 2017	p. 50
49	<i>Naomi</i> , copertina e cofanetto, Taschen, 2016	p. 51
50	<i>Naomi</i> , cofanetto progettato da Allen Jones, Taschen, 2016	p. 51
51	<i>Naomi</i> , frontespizio autografato, Taschen, 2016	p. 51

LE CASE EDITRICI

52	Interno di una libreria Assouline	p. 54
53	<i>Piero della Francesca</i> , Phaidon, 1951	p. 59
54	<i>Atlas of Mid-Century Modern Houses</i> , Phaidon, 2019	p. 59
55	<i>Anni & Josef Albers</i> , Phaidon, 2020	p. 59
56	<i>The Art Book</i> , Phaidon, 2020	p. 59
57	<i>The Design Book</i> , Phaidon, 2020	p. 59
58	<i>Architizer. The World's Best Architecture</i> , Phaidon, 2018	p. 61
59	<i>Picasso</i> , Prestel, 1953	p. 62
60	<i>Bookstores</i> , Prestel, 2021	p. 63
61	<i>Virgil Abloh: Figures of Speech</i> , edizione speciale, Prestel, 2019	p. 63
62	<i>Ovidio, Les Métamorphoses</i> , Skira, 2019	p. 64
63	<i>Van Gogh</i> , Skira, 1953	p. 64
64	<i>Ettore Sottsass: il vetro</i> , Skira, 2017	p. 64
65	<i>Gauguin, Citadelles & Mazenod</i> , 2003	p. 67
66	<i>L'enseigne, Citadelles & Mazenod</i> , 2020	p. 67
67	<i>Le Trésor de Toutankhamon, Citadelles & Mazenod</i> , 2020	p. 67
68	<i>L'Art du Design, Citadelles & Mazenod</i> , 2013	p. 67
69	<i>Die Schweizer</i> , Hatje Cantz, 2013	p. 68
70	<i>Piet Mondrian – Barnett Newman – Dan Flavin</i> , Hatje Cantz, 2013	p. 68
71	<i>Tintoretto: The Gonzaga Cycle</i> , Hatje Cantz, 2000	p. 69
72	<i>Vogue 100</i> , Hatje Cantz, 2016	p. 69
73	<i>It's All One History, Almost</i> , Hatje Cantz, 2017	p. 69
74	<i>BEACHES</i> , Abrams Books, 2016	p. 71
75	<i>The Wes Anderson Collection</i> , Abrams Books, 2013	p. 71
76	<i>Japanese Design since 1945</i> , Abrams Books, 2020	p. 71
77	<i>The Iconic American House</i> , Thames & Hudson, 2020	p. 73
78	<i>The Monocle Book of Japan</i> , Thames & Hudson, 2020	p. 73
79	<i>Abstract Art: a Global History</i> , Thames & Hudson, 2020	p. 73
80	<i>World of Art: Contemporary African Art</i> , Thames & Hudson, 2020	p. 73
81	<i>Indoor Green: Living with Plants</i> , Thames & Hudson, 2016	p. 73
82	<i>The Finer Things</i> , Clarkson Potter, 2016	p. 75
83	<i>Patterns of India</i> , Clarkson Potter, 2020	p. 75
84	<i>Made for Living</i> , Clarkson Potter, 2020	p. 75
85	<i>Wine Simple</i> , Clarkson Potter, 2019	p. 75
86	<i>Edge of Order</i> , Clarkson Potter, 2018	p. 75
87	<i>Good Dog: a Collection of Portraits</i> , Rizzoli New York, 2020	p. 77
88	<i>Style on the Street. From Tokyo and Beyond</i> , Rizzoli New York, 2020	p. 77
89	<i>Chinatown Pretty</i> , Chronicle Books, 2020	p. 78
90	<i>Everything She Touched: The Life of Ruth Asawa</i> , Chronicle Books, 2020	p. 79
91	<i>Icons: 50 Heroines who shaped contemporary culture</i> , Chronicle Books, 2020	p. 79
92	<i>Creative Spaces</i> , Chronicle Books, 2020	p. 79
93	<i>Floret Farm's: A Year in Flowers</i> , Chronicle Books, 2019	p. 79

imm. 94	<i>Murals of Tibet</i> , Taschen, 2019	p. 81
95	<i>Entryways of Milan</i> , Taschen, 2017	p. 81
96	<i>Basic Art: Bauhaus</i> , Taschen, 2015	p. 81
97	<i>Cabinet of Natural Curiosities</i> , Taschen, 2015	p. 81
98	<i>The Package Design Book 6</i> , Taschen, 2021	p. 81
99	<i>Between Land and Sea</i> , Lars Müller Publishers, 2015	p. 85
100	<i>Protest. The Aesthetic of Resistance</i> , Lars Müller Publishers, 2018	p. 85
101	<i>Big-Game: Everyday Objects</i> , Lars Müller Publishers, 2019	p. 85
102	<i>Coca-Cola: Film – Music – Sports</i> , Assouline, 2013	p. 87
103	<i>Capri Dolce Vita</i> , Assouline, 2019	p. 87
104	<i>Chanel: The Impossible Collection</i> , Assouline, 2019	p. 87
105	<i>Wanderlust. Europe</i> , Gestalten, 2020	p. 89
106	<i>The Ideal City</i> , Gestalten, 2021	p. 89
107	<i>Sportret</i> , Mendo, 2017	p. 91
108	<i>I,XXX Philippe Vogelenzang</i> , Mendo, 2020	p. 91
109	<i>Boys! Boys! Boys!</i> , Mendo, 2020	p. 91
110	<i>Streets of Paris</i> , Mendo, 2018	p. 91
111	<i>The Garden</i> , Damiani, 2021	p. 93
112	<i>Astrid Kirchherr with the Beatles</i> , Damiani, 2017	p. 93
113	<i>Portraits Still Life</i> , Damiani, 2021	p. 93

I TEMI

114	<i>Standards Manual Store</i> , New York City	p. 94
115	<i>Atlas of Brutalist Architecture</i> , Phaidon, 2018	p. 99
116	<i>Monet: The Triumph of Impressionism</i> , Taschen, 2014	p. 99
117	<i>Architectural Digest. AD at 100. A Century of Style</i> , Abrams Books, 2019	p. 99
118	<i>Type. A Visual History of Typefaces and Graphic Styles. 1628–1938</i> , Taschen, 2009	p. 100
119	<i>Tanaka Ikko: Graphic Master</i> , Phaidon, 1998	p. 100
120	<i>NASA Graphics Standards Manual</i> , Standards Manual, 2016	p. 100
121	<i>New York City Transit Authority Graphic Standards Manual</i> , Standards Manual, 2015	p. 100
122	<i>100 Years of Swiss Graphic Design</i> , Lars Müller Publishers, 2014	p. 100
123	<i>A History of Photography</i> , Taschen, 2012	p. 105
124	<i>Steve McCurry: Portraits</i> , Phaidon, 1999	p. 105
125	<i>The Americans</i> , Steidl, 2008	p. 105
126	<i>Animal Kingdom: A Collection of Portraits</i> , Rizzoli New York, 2018	p. 105
127	<i>On This Earth, A Shadow Falls</i> , Big Life Edition, 2014	p. 105
128	<i>Yves Saint Laurent: Catwalk</i> , Thames&Hudson, 2019	p. 110
129	<i>Art of Pixar: 25th Anniversary</i> , Chronicle Books, 2011	p. 110
130	<i>The Rise of David Bowie: 1972–1973</i> , Taschen, 2015	p. 110
131	<i>Greatest of All Time. A Tribute to Muhammad Ali</i> , Taschen, 2019	p. 111
132	<i>The Japanese Garden</i> , Phaidon, 2017	p. 111
133	<i>75 Years of Marvel. From the Golden Age to the Silver Screen</i> , Taschen, 2014	p. 111
134	<i>Tom Ford</i> , Rizzoli New York, 2017	p. 111
135	<i>Palm Beach</i> , Assouline, 2019	p. 111

STYLING & INTERIOR

136	Tavolino da caffè con coffee table books e decorazioni	p. 116
137	Tavolino con pila di coffee table books	p. 119
138	Coffee table books su tavolino	p. 119
139	Immagini styling/interior design con coffee table books per la rivista Elle Decor	p. 120

LIBRERIE E NEGOZI

140	Taschen Store, Milano	p. 122
141	Swans Bar, Maison Assouline	p. 126
142	Maison Assouline	p. 126
143	Taschen Store, Hong Kong	p. 129

imm. 144	Taschen Store, Miami	p. 129
145	Taschen Store, Parigi	p. 129
PROGETTO		
146	Mockup[1] del progetto <i>The Coffee Table Book of Coffee Table Books</i>	p. 130
RICERCA		
147	Collage dei libri casi studio	p. 132
148	<i>Virgil Abloh: Figures of Speech</i> , edizione speciale con cofanetto, Prestel, 2019	p. 141
149	Dettaglio garza e rilegatura, <i>Virgil Abloh: Figures of Speech</i> , Prestel, 2019	p. 142
150	Dettaglio pagine libro chiuso, <i>Virgil Abloh: Figures of Speech</i> , Prestel, 2019	p. 142
151	Dettaglio rilegatura e segnalibro, <i>Virgil Abloh: Figures of Speech</i> , Prestel, 2019	p. 142
152	Dettaglio pagine verdi, <i>Virgil Abloh: Figures of Speech</i> , Prestel, 2019	p. 144
153	Pagina con inserto, <i>Virgil Abloh: Figures of Speech</i> , Prestel, 2019	p. 144
154	Dettaglio disco inserto, <i>Virgil Abloh: Figures of Speech</i> , Prestel, 2019	p. 145
155	<i>Murals of Tibet</i> , SUMO e volume di accompagnamento su leggìo, Taschen, 2019	p. 147
156	Dalai Lama con <i>Murals of Tibet</i> , Taschen, 2019	p. 148
157	Confezione <i>Murals of Tibet</i> , volume di accompagnamento e leggìo, Taschen, 2019	p. 148
158	Dettaglio stampa, <i>Murals of Tibet</i> , Taschen, 2019	p. 149
159	Dettaglio frontespizio con taglio laser, <i>Murals of Tibet</i> , Taschen, 2019	p. 149
160	Dettaglio pagine e segnalibri, <i>Murals of Tibet</i> , Taschen, 2019	p. 150
161	<i>Murals of Tibet</i> , quattro pagine stese, Taschen, 2019	p. 151
162	<i>Murals of Tibet</i> , tre pagine stese, Taschen, 2019	p. 151
163	<i>Murals of Tibet</i> , doppia pagina stesa, Taschen, 2019	p. 151
164	Copertina di <i>Capri Dolce Vita</i> , Assouline, 2019	p. 153
165	Retro copertina di <i>Capri Dolce Vita</i> , Assouline, 2019	p. 153
166	Pagine interne di <i>Capri Dolce Vita</i> , Assouline, 2019	p. 153
167	Copertine di quattro libri della <i>Travel Series</i> , Assouline	p. 154
168	Dettaglio di stampa sulla copertina di <i>Capri Dolce Vita</i> , Assouline, 2019	p. 155
169	Dettaglio pagine libro chiuso, <i>Capri Dolce Vita</i> , Assouline, 2019	p. 155
170	<i>Capri Dolce Vita</i> , tre doppie pagine stese, Assouline, 2019	p. 157
171	Storyboard del video <i>Travel From Home</i> , Assouline, 2020	p. 159
TAVOLE STUDIO		
172	Collage dei libri tavole studio	p. 160
IL LIBRO DEI COFFEE TABLE BOOKS		
173	Mockup[2] del progetto <i>The Coffee Table Book of Coffee Table Books</i>	p. 218
174	Griglia progettuale del progetto <i>The Coffee Table Book of Coffee Table Books</i>	p. 223
175	Apertura dei capitoli del progetto <i>The Coffee Table Book of Coffee Table Books</i>	p. 223
176	Indice del progetto <i>The Coffee Table Book of Coffee Table Books</i>	p. 225
177	Introduzione del progetto <i>The Coffee Table Book of Coffee Table Books</i>	p. 225
178	Doppie pagine fotografiche del progetto <i>The Coffee Table Book of Coffee Table Books</i>	p. 227
179	Monogramma CTB del progetto <i>The Coffee Table Book of Coffee Table Books</i>	p. 229
180	Doppie pagine con testo del progetto <i>The Coffee Table Book of Coffee Table Books</i>	p. 231
181	Copertina, dorso e retro di copertina di <i>The Coffee Table Book of Coffee Table Books</i>	p. 232
182	Sovracoperta del progetto <i>The Coffee Table Book of Coffee Table Books</i>	p. 233
183	Mockup[2] del progetto <i>The Coffee Table Book of Coffee Table Books</i>	p. 235
184	Dettaglio rilegatura svizzera	p. 237
185	Mockup[3] del progetto <i>The Coffee Table Book of Coffee Table Books</i>	p. 239
186	Mockup[4] del progetto <i>The Coffee Table Book of Coffee Table Books</i>	p. 241
187	Mockup[5] del progetto <i>The Coffee Table Book of Coffee Table Books</i>	p. 243

Indice delle tavole di studio

tav. 01	TAVOLA SINOTTICA	p. 164
02	TAVOLA DEI FORMATI	
	2/A SMALL	p. 190/191
	2/B MEDIUM	p. 192/193
	2/C LARGE	p. 194/195
	2/D EXTRA LARGE	p. 196/197
	2/E TAVOLA COMPLETA	p. 198/199
03	TAVOLA DEI TEMI	
	3/A CULTURA	p. 200/201
	3/B LIFESTYLE	p. 202/203
	3/C LIBRI DEDICATI	p. 204/205
04	TAVOLA DEGLI EFFETTI SPECIALI	
	4/A <i>Nike: Better is Temporary</i> , Phaidon	p. 206/207
	4/B <i>Hiroshige & Eisen. The Sixty-Nine Stations along the Kisokaido</i> , Taschen	p. 208/209
	4/C <i>Virgil Abloh: Figures of Speech [special edition]</i> , Prestel	p. 210/211
	4/D <i>Naomi</i> , Taschen	p. 112/213
	4/E <i>Versailles: From Louis XIV to Jeff Koons [special edition]</i> , Assouline	p. 114/215
	4/F <i>The Impossible Collection [Golf/Football/Wine]</i> , Assouline	p. 216/217

Abstract

I Coffee Table Books sono un genere specifico nella produzione editoriale, sia in relazione ai contenuti, sia in relazione alla forma.

La tesi traccia la storia di questi libri dalla loro nascita ad oggi, analizzando le case editrici più importanti e le tematiche più rappresentate, per sviluppare infine un progetto di un Coffee Table Book che raccolga una visuale completa di questi libri-oggetto dal tipico format editoriale e sempre caratterizzati da una attenta progettazione grafica.

/eng

Coffee table books are a specific genre in the editorial production both in relation to the content and the appearance.

The thesis traces the history of these books from their birth to today, analyzing the most important publishing houses and the most represented themes, to finally develop a project of a coffee table book that collects a complete view of these books-object from the typical editorial format, always characterized by carefully designed graphics.

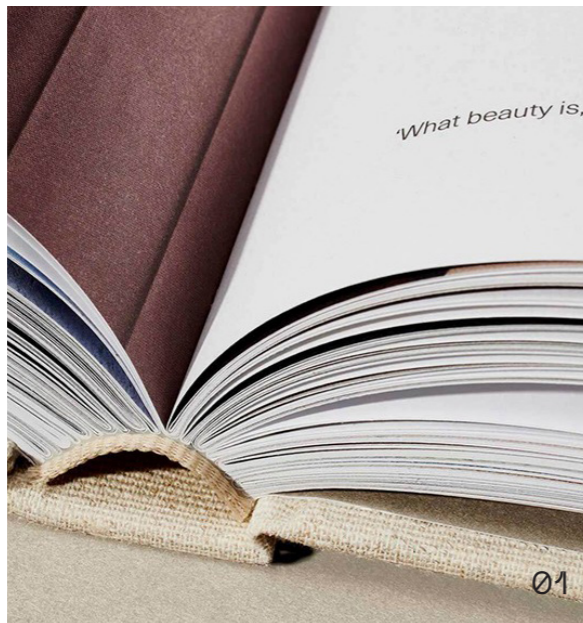
Introduzione

Nel mondo dell'editoria il genere dei coffee table books è uno dei più riconoscibili per diversi attributi, tuttavia non esistono articoli o saggi che ne spieghino il fascino e la storia. Se si entra in una libreria spesso un bancone o dei ripiani sono completamente dedicati a grandi libri illustrati, colorati e accattivanti, tra i preferiti da comprare e regalare, anche in un mondo sempre più legato al mondo delle informazioni digitali. Ma se i coffee table books sono molto diversi dai libri di narrativa o saggistica, non ci sono dei veri e propri canoni che indichino la differenza tra un "libro da tavolino" e altri libri illustrati. I coffee table books sono artefatti grafici progettati per essere soprattutto belli da vedere e da possedere, curati nei minimi dettagli, con collezioni fotografiche sempre bellissime, con la particolarità di essere non solo libri, ma anche oggetti.

Questa doppia valenza da libro-oggetto, utilizzato sia per essere letto che per "arredare" la casa è rilevante, perché prende il carattere di status-symbol, icona di un certo stile di vita della persona che lo compra e mostra.

I libri da tavolino sono comunque un concetto piuttosto recente, nato da diverse trasformazioni e evoluzioni sia del mondo della stampa sia del mercato dell'editoria. Per capire al meglio da cosa è nata l'idea del coffee table book, è necessario partire da una storia più lontana, analizzando quelli che possono essere considerati i predecessori di questo genere editoriale. Questa ricerca cerca di evidenziare anche gli aspetti più legati alla tecnica, riflettendo sugli avanzamenti dei sistemi di stampa attraverso i secoli.

Le scoperte tecnologiche hanno portato alla stampa di immagini di alta qualità sulla carta, fondamentale per la nascita di un prodotto editoriale che si basa quasi comple-



imm. 01 Aesop, Rizzoli New York, 2019.

imm. 02 Mendo Bookstand.

tamente su illustrazioni e fotografie.

Dall'analisi storica si può anche notare come alcune case editrici, oggi dedicate ai coffee table books, nascano in realtà come case editrici di libri d'arte, evidenziando questa evoluzione di libri illustrati dapprima culturali e istruttivi, e a mano a mano con tematiche sempre più disparate, comprendo tantissimi diversi soggetti.

Una volta analizzate le basi fondate da alcuni precursori è più facile capire da dove nasca il libro da tavolino, e perché si sia diffuso. I coffee table books guardano ad un mercato internazionale, tradotti in diverse lingue e distribuiti in tutto il mondo, questi libri nascono nella seconda metà del XX secolo, accompagnati da nuove tecniche di stampa automatizzate e un mercato globale sempre più attivo.

Più ci si avvicina all'inizio del nuovo millennio più vengono prodotti diversi coffee table books, espandendo le tematiche e anche le dimensioni permesse dalla stampa. Case editrici come Taschen e Assouline creano dei libri sempre più grandi, belli e lussuosi, attirando interesse verso il mondo dell'editoria stampata.

Nel XX secolo, con un'espansione sempre più veloce del mondo dell'editoria, nascono, soprattutto nella seconda metà del secolo, diverse case editrici dedicate a libri illustrati. Alcune di queste nascono come editori di libri d'arte, altre, fondate in anni più vicini al 2000, nascono già come editori di coffee table books.

Lo scopo di questi editori è quindi quello di creare libri dagli effetti speciali, che lascino a bocca aperta chi li osserva, per la loro bellezza, per la grandiosità delle immagini e delle dimensioni.

Il genere dei coffee table books affronta infinite tematiche, dall'arte al golf, dalla fotografia naturalistica ai libri di cucina, facendo cenno a infiniti target diversi, e trovando spazio nelle case di molte persone.

È importante quindi fare riferimento all'aspetto del libro da tavolino: all'oggetto e alla sua funzione di decorazione e arredamento. Il carattere di status-symbol del coffee table book è legato alla forma del prodotto, da

come si presenta e al contenuto tematico. Deve essere un oggetto da mettere in mostra ed esibire.

La fruizione delle immagini nei libri da tavolino è sempre un piacere e l'attenzione alla qualità per questi prodotti editoriali è impressionante e maniacale.

L'obiettivo di questa ricerca è capire il perché dei coffee table books, perché esiste un mercato e una necessità di produrre questo tipo di libro, cosa piace alle persone dei libri da tavolino e soprattutto cercare di analizzarli per riuscire a estrapolare delle linee guida utili per riconoscere un coffee table book.

Questo anche per capire il pensiero dei consumatori riguardo al genere dei libri da tavolino, per individuare le motivazioni che portano all'acquisto di uno di questi libri e meglio definire le tematiche preferite dal pubblico.

La ricerca desk — focalizzata sulla storia e le caratteristiche dei libri, e l'intervista al pubblico che riguarda un'aspetto del mercato — mettono le basi per la costruzione di tavole di analisi, utili per definire le proprietà dei coffee table books. La successiva indagine su diversi casi studio ha guidato la progettazione di un libro da tavolino sui coffee table books.

Il progetto *The Coffee Table Book of Coffee Table Books* è un libro con effetti speciali, ideato per celebrare il genere dei coffee table books e per poter capire al meglio i processi di progettazione e produzione di questi libri.

Vuole essere una documentata raccolta di immagini dei coffee table books più iconici e particolari, fotografie ispirate e una struttura pertinente, per racchiudere in un libro da tavolino tutto quello che c'è da sapere sul genere dei grandi libri illustrati.



01

COS'È UN COFFEE TABLE BOOK





Sebbene siano spesso trascurati (e talvolta nemmeno riconosciuti) come genere letterario, i libri da tavolino esistono da più di un secolo.

Il nome coffee table book è dato dal fatto che questi libri sono spesso sfogliati su un coffee table, un tavolino da caffè¹. La voce sul dizionario Cambridge a riguardo cita: «a large, expensive book with a lot of pictures, intended to be looked at rather than read.»²

Un coffee table book, o libro da tavolino, è quindi un libro di grandi dimensioni, solitamente richiuso da una copertina rigida, e creato con lo scopo di essere esposto su un tavolino da caffè, per un uso in un'area in cui può servire per ispirare conversazioni e passare del tempo, da soli o con altre persone.

Dal momento che i libri sono destinati ad una lettura superficiale, come passatempo, sono ideali per essere sfogliati sul divano di casa ed essere mostrati agli ospiti. La lettura è solitamente leggera e scorrevole e gli argomenti sono spesso trattati con un linguaggio più semplice e con termini meno specialistici rispetto a libri su argomenti simili. Il contenuto è infatti pensato per un pubblico esteso, offrendo una visione ampia dell'argomento con brevi blocchi di testo e un grande apparato iconografico. Per questa dimensione di intrattenimento e di lettura non impegnativa, quando si parla di coffee table book ci si imbatte anche in opinioni dispregiative, che vedono questi libri più come oggetti in cui i contenuti sono secondari, una sotto-editoria che punta tutto sugli effetti "speciali", la dimensione, le tecniche di stampa e i materiali, con invece un approccio superficiale sui temi e gli argomenti trattati.

Questa valutazione è forse anche data dall'elemento che caratterizza maggiormente questi volumi: l'essere prevalentemente illustrati. È con la ricerca iconografica, le immagini, le fotografie e altri materiali visivi che i temi vengono costruiti e presentati. La narrazione visiva è poi accompagnata da un livello paratestuale, costituito da didascalie e piccoli blocchi di testo, che offrono un altro canale di lettura più veloce e strettamente connesso agli

¹ Fine Dictionary Online, "Coffee-Table Book", ultima cons. 16 febbraio 2021.

² Cambridge Dictionary Online, "coffee-table-books", ultima cons. 5 febbraio 2021.

imm. 03 Fashion coffee table books, modello 3D.

imm. 04 Art coffee table books, modello 3D.

imm. 05 Coffee table books per interior designer, modello 3D.

apparati iconografici. Gli argomenti solitamente trattano un soggetto ampio e visivamente accattivante, come l'arte, la natura, l'architettura, la fotografia, la storia o la scienza (e molto altro).

Il fatto di essere libri pieni di illustrazioni, immagini e fotografie, li può far confondere con altri tipi di libri, come i libri d'arte o i libri illustrati.

Le immagini dei libri illustrati però, non solo accompagnano la narrazione di una storia, ma ne migliorano la fruizione e possono servire ad incoraggiare i lettori meno appassionati, come target più ampi o più specifici come i libri per bambini. Il libro illustrato è spesso il risultato del contributo di diverse figure: l'illustratore che realizza i disegni, l'autore che scrive il testo, l'editore che orchestra la parte figurativa e la parte testuale e le contestualizza attraverso la grafica in un supporto fisico.

Il libro d'arte invece è un mezzo editoriale culturale, che presenta immagini ad alta qualità di opere d'arte, proposte in un formato che ricorda un'esposizione museale. I libri d'arte ebbero un grande successo nella seconda metà del XX secolo, quando le tecniche di stampa permisero delle riproduzioni fotografiche nella magnificenza dei colori originali, e di conseguenza fornendo alla popolazione desiderosa di conoscere le collezioni d'arte del mondo, libri ricchi di informazioni e con una presentazione impeccabile.

Gran parte di questi libri sono rivolti alle arti maggiori, come la pittura o la scultura, con titoli dedicati ad artisti famosi — i primi libri di case editrici come Phaidon o Skira sono dedicati ad autori come Piero della Francesca (Phaidon, 1951) o Van Gogh (Skira, 1953).

Anche le arti minori sono rappresentate in libri di grande formato, che raccolgono delle vere e proprie collezioni fotografiche di ceramiche, porcellane, mosaici, tessiture o gioielli.

A differenza dei libri illustrati e dei libri d'arte, il coffee table book ha invece uno scopo ed un'utilizzo ancora diverso. I libri da tavolino sono libri che offrono una prospettiva del mondo del quale il libro tratta. Che sia



design, cibo o natura, i coffee table books possono essere una sorta di manuale in un particolare campo, ma sono anche grandi opere progettate apposta per essere belle e desiderate. I libri da tavolino consentono di consumare le informazioni a colpo d'occhio, sono infatti basati principalmente su immagini e fotografie, concentrandosi sull'immediato, sul visivo.

L'architetto Steve Kadlec³ a proposito della natura estetica e della fruizione dei coffee table books in una intervista estratta da un articolo del quotidiano *Chicago Tribune* disse: «Who reads books? We buy them for pretty!»

Il coffee table book è una sorta di souvenir culturale, che rappresenta mondi di ogni tipo e che viene progettato per essere apprezzato esteticamente, come ha detto Josh Baker, art director di Taschen: «When you have people over, you don't show off your iPad library. There's something about physical books that allows owners to make a statement about themselves and life.»⁴

La passione verso una tematica, il desiderio di possesso e la forte natura estetica dei coffee table books avvicina diversi tipi di persone all'acquisto di uno di questi libri, che sono molto utilizzati come regali. Tale caratteristica deriva dall'usanza di regalare strenne editoriali durante le feste natalizie, edizioni di lusso, elegantemente decorate e rilegate in materiali preziosi.

C'è infine il tema dei coffee table books come oggetto da collezione. La natura editoriale precedentemente descritta di questi libri li fa diventare un unicum, una sorta di "super libro" con caratteristiche eccezionali. Questo invita e incoraggia il consumatore verso il desiderio di possederli e di collezionarli. Anche la specificità degli argomenti, dalla biografia di una star della musica alle passioni più varie (tappeti persiani, cani dei re, mazze da golf o bottoni in madreperla) diventano un attributo di differenziazione nel mercato editoriale e quindi anche per il possessore di questi volumi.

I libri da tavolino permettono una fruizione piacevole di un contenuto e diventano quindi oggetti *status-symbol*, che fanno fare bella figura al proprietario e che forniscono

no intrattenimento, e che possono diventare parte di una collezione di valore. Le edizioni autografate o le edizioni speciali a tiratura limitata fanno leva su questo aspetto da collezione e oggetto d'arte, come vedremo nei capitoli successivi.

³ Steve Kadlec è un architetto e designer, fondatore e proprietario di KADLEC Architecture + Design. Lo studio dedica una grande attenzione alla qualità del design, e Kadlec è stato riconosciuto a livello internazionale da *Metropolitan Home*, ricevendo il premio "Design's Rising Stars". La citazione è estratta da un articolo del quotidiano *Chicago Tribune* del 2011, dove le parole di Kadlec sono utilizzate per introdurre l'argomento dei coffee table books.

⁴ Le parole di Baker vengono citate dal giornale online *The Independent*, nell'articolo intitolato "Do we still have a thirst for coffee table books?" dell'agosto 2012.



02

ANTEFATTI E PRECURSORI





08

⁵ La stampa offset è un procedimento di stampa indiretta derivato dalla litografia, e ad oggi il più diffuso per la riproduzione di testi e immagini, sia in bianco e nero sia a colori. Questo procedimento è caratterizzato dall'impiego di una matrice piana ottenuta con un procedimento di tipo fotolitografico, che trasmette l'immagine rovesciata ad un cilindro intermedio ricoperto di telo gommato (caucciù), il quale infina la riporta dritta sul foglio di carta.

⁶ Johann Gutenberg (1400 c.-1468) inventò il sistema di stampa a caratteri mobili. Questa tecnologia permise la nascita dell'industria del libro e la diffusione della cultura tra le persone comuni.

⁷ Il saggio citato è contenuto nell'opera del filosofo intitolata *Essais* (il termine francese significa esperimento, tentativo o prova), che raccoglie brani di varia estensione, in cui l'autore tratta di molti argomenti da un punto di vista soggettivo e personale.

⁸ Michel de Montaigne (1533-1592) fu uno scrittore francese, autore che con i suoi *Essais* (saggi) creò una

Per arrivare ad analizzare l'infinita varietà di coffee table books che conosciamo oggi è necessario tracciare la storia dello sviluppo di questo tipo di libro e delle tecniche di stampa che si sono evolute con l'avanzamento delle tecnologie.

Fino alla creazione del sistema di stampa litografica nel 1796 — precursore della stampa offset⁵ — venivano utilizzati dei sistemi di stampa tipografica con caratteri mobili, derivati dal sistema ideato da Gutenberg⁶, macchine compositrici che lasciavano poco spazio alle decorazioni e alle tavole illustrate.

Anche con così poche possibilità di stampa, nel passato si possono ritrovare degli artefatti grafici, dei modelli di libri prodotti utilizzando delle tecniche innovative o particolari, che cominciano a caratterizzare una parte del mondo dell'editoria.

Nel suo saggio *Upon Some Verses of Virgil*⁷ del 1581, il filosofo umanista francese Michel de Montaigne⁸ riflette sul significato del suo lavoro: «I am vexed that my Essays only serve the ladies for a common movable, a book to lay in the parlor window...». L'autore con questa frase cerca di stigmatizzare il fatto che tutto il suo lavoro, stampato in un librone di circa 500 pagine in un formato molto vicino all'A4, diventasse solo un soprammobile, utile al massimo per tenere aperta la finestra, piuttosto che per essere letto ed apprezzato. Questo è il primo accenno ad un libro-oggetto, un libro non più solo dedicato alla lettura ma anche, seppur in modo informale, all'arredamento. A sua insaputa Montaigne stava descrivendo una tipologia di libro che in futuro sarebbe diventata un genere: quello dei coffee table books.

Le invenzioni di Laurence Sterne

Quasi due secoli dopo, Laurence Sterne⁹, uno scrittore inglese, cita Michel de Montaigne nel suo romanzo *The Life and Opinions of Tristram Shandy*, dove



09

avanza una visione più spensierata: «As my life and opinions are likely to make some noise in the world, and... be no less read than the Pilgrim's Progress itself - and, in the end, prove the very thing Montaigne dreaded his Essays should turn out, that is, a book for a parlour window...». Nell'innovativo romanzo, scritto e pubblicato in otto anni tra il 1759 e il 1767¹⁰ e diviso in nove volumi, il progresso dell'eroe, solitamente sequenziale nei romanzi, dall'infanzia alla maturità, viene sovvertito da Sterne. Il protagonista del libro infatti salta nel tempo, si allontana, e arriva alla sua nascita solo nel terzo volume. Il modo classico di leggere i romanzi, sequenziale, impone di ignorare la materialità e l'aspetto dei libri, poiché questi fattori possono interrompere o ostacolare la ricezione della narrazione.

Sterne invece utilizza elementi visivi nel libro per divagare dalla sequenza di lettura, promuovendo una narrazione generale. A volte le parole lasciano il posto a scarabocchi, trattini, pagine tutte bianche o tutte nere, attirando l'attenzione sui limiti del linguaggio e sul suo ruolo di creare significato. L'esperienza di leggere le pagine di *Tristram Shandy* implica l'incontro con gli effetti e l'espressività della stampa. Il romanzo diventa famoso per i suoi straordinari metodi pittografici.

La prima edizione è molto speciale per questo, in quanto mostra l'uso innovativo di tecniche di stampa da

nuova forma letteraria. Negli *Essais* scrisse uno degli autoritratti più accattivanti e intimi mai realizzati fino ad allora.

⁹ Laurence Sterne (1713-1768), fu un romanziere e umorista inglese di origini irlandesi, autore di *Tristram Shandy*, uno dei suoi primi romanzi in cui la storia segue libere associazioni e divagazioni del narratore. Noto anche per il romanzo *A Sentimental Journey* (1768).

¹⁰ I primi due volumi furono stampati a York (da John Hinxman nel 1760), mentre i volumi successivi furono stampati a Londra (prima da R. e J. Dodsly, volumi 3 e 4; e poi da T. Becket e PA Dehondt, volumi 5, 6, 7, 8 e 9), tutti i volumi sono stati stampati con il formato ottavo (155x90mm).

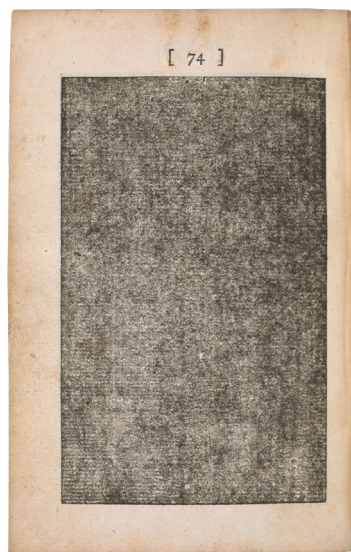
imm. 07 Stampa aironi bianco, tavole rilegate, James Audubon.

imm. 08 *Essais*, Michel de Montaigne.

imm. 09 *The Life and Opinions of Tristram Shandy*, prima edizione, Laurence Sterne.

16

17



10



11

¹¹ William Hogarth (1697-1764) fu uno dei primi grandi artisti di origine inglese ad attrarre l'ammirazione del pubblico estero, famoso per le sue incisioni e dipinti satirici, ad esempio *A Rake's Progress* (1733). Le sue teorie estetiche influenzarono di più la letteratura che la pittura del tempo.

parte di Sterne. L'autore controlla il processo, incorporando nel testo disegni o ghirigori, creando una profonda consapevolezza del libro come un oggetto materiale, fisico, da toccare e sfogliare. Tra le pagine dei nove volumi troviamo molti di queste tecniche e disegni. *The Life and Opinions of Tristram Shandy* è un libro visivo che fornisce i gli schemi auto-ironici di se stesso al lettore, attraverso non solo le parole, ma anche linee, immagini e colori.

La pagina nera.

Nel primo volume Tristram dà l'ultimo addio ad un personaggio morente, Parson Yorick, e il capitolo si conclude con la sepoltura di quest'ultimo. La pagina successiva è completamente nera, per esprimere il lutto del protagonista attraverso uno scherzo visivo da parte di Sterne che mescola la morte e la commedia.

Illustrazione marmorizzata.

Nel terzo volume troviamo un motivo vorticoso e colorato, leggermente diverso in ogni copia. Ciascuna delle pagine colorate è stata stampata a mano, prima di venire attaccata a una copia del libro. L'autore doveva svolgere un lungo procedimento, e il risultato non era sempre uguale. Ogni foglio andava piegato per creare dei margini, poi immerso nell'inchiostro marmorizzato. Una volta asciugato i numeri di pagina venivano stampati a mano. Ogni copia ha quindi un'illustrazione leggermente diversa, ogni romanzo è unico. Il protagonista del libro afferma che questi dispositivi visivi siano "l'emblema eterogeneo del suo lavoro". Purtroppo nelle moderne edizioni tascabili di *Tristram Shandy* le pagine marmorizzate sono monocromatiche, in contrasto con i colori vivaci dell'originale. Inoltre nelle nuove edizioni la pagina marmorizzata è uguale in ogni copia, eliminando quel concetto di eterogeneo tanto importante nel romanzo.

Le illustrazioni di William Hogarth¹¹.

Il romanzo era uno dei pochissimi del XVIII secolo fornito di illustrazioni prodotte professionalmente. Nel quarto

volume, l'illustrazione di Hogarth mostra il terribile momento in cui Tristram viene battezzato con il nome più odiato da suo padre. Attraverso il protagonista, Sterne gioca molto con il linguaggio dell'arte e con i riferimenti alle arti visive e convince Hogarth a creare un'illustrazione per il frontespizio dei primi due volumi della seconda edizione (marzo 1769). L'anno successivo Hogarth fornì altre illustrazioni per i frontespizi dei volumi 3 e 4.

Pagine bianche.

Alla fine del primo volume, il protagonista esprime il desiderio di strappare l'ultima pagina, così nel libro stampato la pagina seguente è lasciata vuota, come se effettivamente l'ultima pagina fosse strappata via. Nel quarto volume invece, si può notare il salto da pagina 146 a 156. Il romanzo salta direttamente dal capitolo XXIII al capitolo XXV, all'inizio del quale Tristram confessa che "there is a whole chapter wanting here – and a chasm of ten pages made in the book by it". Il protagonista ha strappato un capitolo, giudicandolo al di sopra dello stile e dei modi di quello che era stato dipinto fino a quel punto nel libro. Nel XVIII secolo le pagine erano indicate solo con i numeri pari nella pagina sinistra del libro, mentre in queste 10 pagine vuote i numeri di pagina sono in ogni foglio.

Un'altra pagina bianca è nel sesto volume, dove Sterne invita il lettore a prendere penna ed inchiostro per dipingere nella fantasia l'immagine della vedova Wedman. Così la carta della pagina successiva è completamente bianca, come schermo per l'immaginazione libidinosa del lettore.

Simboli tipografici e linee ondulate.

Sterne utilizza asterischi, trattini, segni per suggerire idee oscure, intervalli di tempo, interruzioni e altro. Nel sesto volume, nel capitolo X, Tristram si rammarica della propria tendenza a divagare, e prevede di andare avanti con la storia in una "linea retta tollerabile". Attingendo alla propria metafora, il protagonista disegna linee tutt'altro



12

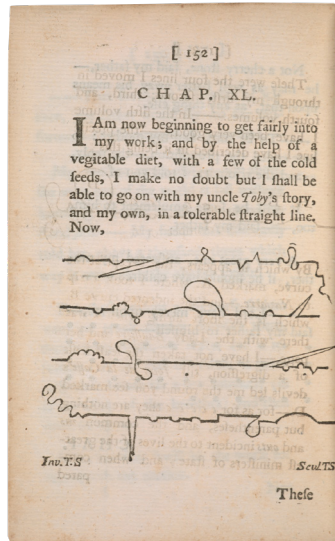
imm. 10 Pagina nera, *The Life and Opinions of Tristram Shandy*, Lawrence Sterne.

imm. 11 Pagina marmorizzata, *The Life and Opinions of Tristram Shandy*, Lawrence Sterne.

imm. 12 Illustrazione di William Hogarth, *The Life and Opinions of Tristram Shandy*, Lawrence Sterne.

18

19

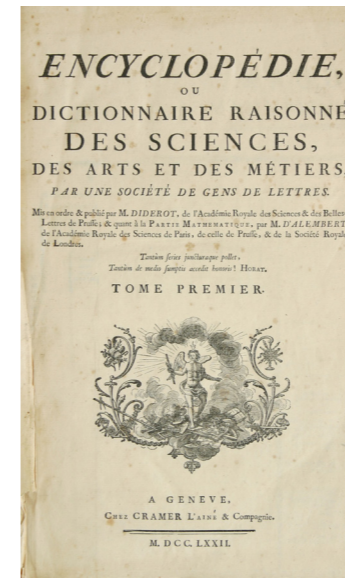


13

che rette, che sembrano rappresentare il progresso della narrazione nel romanzo. Le linee e i disegni stilizzati di Stern erano prodotti con una semplice stampa xilografica, con delle tavolette di legno incise. I giochi grafici dell'autore sono stampati con tecniche particolari e soprattutto sono parte importante della narrazione, ma rendono anche il prodotto editoriale finale un artefatto con grande valore estetico, citando Montaigne: un libro soprammobile, utile per tenere aperta una finestra.

L'enciclopedia illuminista

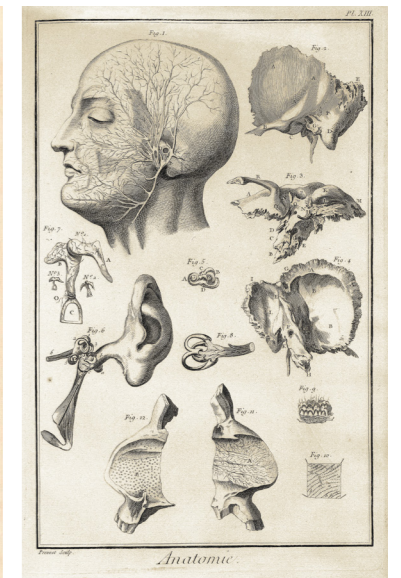
Nel diciottesimo secolo ricchi e aristocratici si dedicarono sempre di più alla lettura e alla costruzione di biblioteche private, stimolando cambiamenti significa-



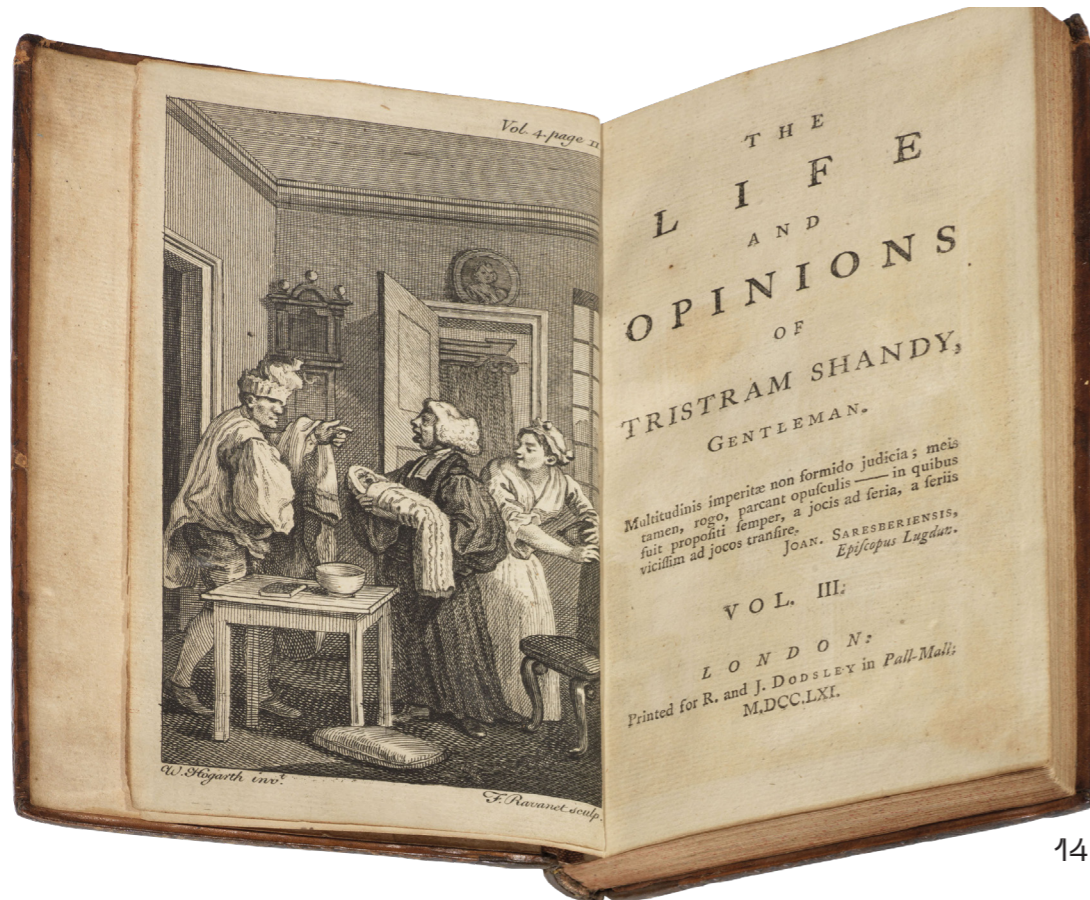
15



16



17



14

tivi nelle tecniche di stampa. L'*Encyclopédie* di Diderot e d'Alambert è tra questi nuovi artefatti stampati degni di nota, non solo per quello che le sue tavole raccontano sull'organizzazione e la pratica di molte industrie, ma anche per l'ambizioso lavoro nel campo editoriale. L'*Encyclopédie* fu un'impresa letteraria e filosofica, con profonde ripercussioni politiche, sociali e intellettuali in una Francia di poco precedente alla rivoluzione. Il progetto fu ispirato dalla *Cyclopaedia*¹², con l'obiettivo di tradurla dall'inglese al francese. Nel 1745 l'editore responsabile, André Le Breton, volle ampliare il progetto, richiedendo il servizio del matematico Jean d'Alembert e del traduttore e filosofo Denis Diderot. Le voci enciclopediche venivano scritte da molti collaboratori diversi, chiamati Encyclopédistes.

Dal 1747 Diderot prese la direzione dei lavori dell'*Encyclopédie*, continuando a lavorare con d'Alambert, che lasciò il progetto nel 1758. Diciassette volumi furono pubblicati tra il 1751 e il 1765, affiancati da altri 11 volumi di tavole illustrate pubblicati tra il 1762 e 1772. Questi 28 volumi furono integrati nel 1776-77 da altri 5 libri, quattro testuali e altri di tavole illustrative, e da due

¹² *Cyclopaedia, o An Universal Dictionary of Arts and Sciences*, è un'enciclopedia in due volumi, compilata e pubblicata da Ephraim Chambers e pubblicata nel 1728. L'opera, illustrata, trattava le arti e le scienze, senza nessuna voce dedicata a luoghi o persone. Alla fine del 1752 sono state pubblicate sette edizioni, e nel 1753, dopo la morte di Chambers, John Lweis Scott e poi John Hill rielaborano ed aggiunsero materiali per sette volumi aggiuntivi, pubblicando una nuova edizione in due volumi in formato folio.

imm. 13 Linee e simboli, *The Life and Opinions of Tristram Shandy*, Lawrence Sterne.

imm. 14 Frontespizio III volume, *The Life and Opinions of Tristram Shandy*, Lawrence Sterne.

imm. 15 Frontespizio *Encyclopédie* di Diderot e d'Alambert.

imm. 16 Tavola del mestiere del falegname, *Encyclopédie*.

imm. 17 Tavola dell'anatomia umana, *Encyclopédie*.

20

21



18



19

volumi di indice nel 1780. Questi sette volumi, più i primi 28, costituivano la prima edizione dell'*Encyclopédie*¹³. Acquistata attraverso una sottoscrizione, la prima edizione dell'*Encyclopédie* vendette circa 4000 copie.

Le nuove tecniche di stampa permisero la creazione di tante copie di libri e tavole, con un processo di rinnovamento, anche scientifico, tipico del periodo illuminista. L'industrializzazione dell'editoria produsse le condizioni perfette per lo sviluppo della cultura letteraria di massa, e il testo dell'*Encyclopédie* fu sicuramente uno di quelli accessibili alla popolazione.

Le 2569 tavole contenute nell'opera sono state create utilizzando lastre di rame in cui l'immagine veniva incisa al contrario. L'inchiostro, applicato sulla superficie, rimaneva nelle linee incassate nella lastra; la carta veniva inumidita e posizionata su un piatto. A quel punto la carta veniva fatta passare attraverso una pressa a rullo per essere stampata.

¹³ Britannica, T. Editors of Encyclopaedia. "Encyclopédie." Encyclopædia Britannica, 12 Febbraio 2019. Treccani. "Enciclopedia." Enciclopedia Treccani, Ultima cons. 23 Febbraio 2021.

Imm. 18 Tavola della stampa e dei caratteri mobili, *Encyclopédie*.
Imm. 19 *Encyclopédie* di Diderot e d'Alambert, completa di tutti i volumi.

22

23

Lo sviluppo delle tecniche di stampa nell'Ottocento e nel Novecento

Le nuove tecnologie, le nuove arti della stampa e le nuove scoperte scientifiche resero possibili progetti sempre più ambiziosi, in termini di stampa, colore, dimensioni e materiali. Fu in questo periodo di sviluppo, nel 1820, che l'ornitologo e naturalista americano John James Audubon¹⁴ annunciò la sua intenzione di dipingere delle immagini per ogni specie di uccello del nord America. Audubon partì da Philadelphia alla ricerca di qualcuno disposto a finanziare il suo progetto, il coraggioso tentativo di pubblicare un libro di tavole illustrate degli uccelli americani per documentarli e immortalarli nella storia naturalistica. Per trovare una casa editrice che pubblicasse il suo lavoro partì per l'Europa, dove avrebbe trovato sia del maggior interesse per la sua idea, sia migliori incisori per le sue tavole. L'idea di Audubon era quella di pubblicare e vendere le sue tavole stampate a rate, attraverso un abbonamento. Tra i primi a iscriversi a questo abbonamento fu il re d'Inghilterra, Giorgio IV. Così Audubon iniziò a stampare i suoi libri a Londra, presso l'incisore Rober Havell¹⁵. Circa 300 abbonati si

¹⁴ John James Audubon (nome di battesimo Jean-Jacques Fougère Audubon), a volte conosciuto con il nome d'arte Fougère Rabin o Jean Rabin (1785-1851), fu un ornitologo, artista e naturalista che divenne particolarmente conosciuto per i suoi disegni sugli uccelli del nord America.

¹⁵ Robert Havell, Jr., (1793-1878), fu un famoso pittore di paesaggi e stampatore, che incise molte delle tavole illustrate degli uccelli del progetto di Audubon. Havell divenne un amico per Audubon con cui lavorò per molto tempo, dal 1827 al 1838, prima di trasferirsi in America e dedicarsi alla pittura di paesaggi.

imm. 20 Stampa tacchino selvatico, tavole rilegate, James Audubon.



iscrissero per ricevere cinque tavole per volta, più volte l'anno. Le tavole includevano tre tavole di piccoli uccelli, una di una specie di medie dimensioni e una che rappresentava un uccello più grande.

Le tavole avevano delle grandi dimensioni, 96x66 cm, per dare spazio alla rappresentazione degli uccelli, che venivano disegnati nelle loro reali dimensioni, in scala 1:1. Questo fu il motivo della scelta del grande formato, detto "double-elephant folio" (grande come due orecchie di elefante), che fu utilizzato affrontando sfide logistiche poste dalle dimensioni delle pagine. Ogni 100 tavole, Audubon fornì un frontespizio e molti degli abbonati decisero di rilegare le loro stampe in quattro volumi. Le tavole, che senza dubbio erano riservate ad un pubblico agiato, erano pubblicate senza rilegatura e senza testi per evitare di dover fornire delle copie gratuite alle biblioteche del deposito legale britannico. Nel 1838 l'ambizioso artista aveva completato un totale di 434 tavole illustrate. *The Birds of America* è il nome della collezione formata dai quattro libri completamente illustrati a mano con la tecnica dell'acquaforte su rame. Una volta realizzate le stampe in bianco e nero, i cinquanta coloristi assunti da Audubon coloravano ogni disegno. Ogni collezione è stata venduta per circa \$1.000, che oggi equivalgono a circa \$27.000. Ad oggi si stima ci siano solo 120 collezioni complete nel mondo. Un'edizione rilegata in 8 volumi è oggi esposta al pubblico presso l'università del Michigan¹⁶.

Un testo di accompagnamento fu scritto successivamente da Audubon e dal naturalista e ornitologo William MacGillivray¹⁷, e pubblicato in cinque volumi con il titolo *Ornithological Biography or An Account of the Habits of the Birds of the United States of America*. Quando il progetto delle stampe fu completato, Audubon decise di produrre un'edizione più economica, utilizzando la tecnica della litografia¹⁸ per stampare le immagini. L'edizione, chiamata Royal Octavo era un'edizione in "miniatura" (52x66 cm), composta da sette volumi e completata nel 1844, conteneva il testo scritto per la *Ornithological Biography* e 500 tavole complessive sugli uccelli americani.

¹⁶ Furono i primi libri acquistati dall'università nel 1839, allora allo strabiliante prezzo di \$970 (oggi sarebbero circa \$25,000). Tutte le 435 tavole sono disponibili anche per essere visualizzate online sul sito dell'università del Michigan e della Public Library di Cincinnati.

¹⁷ William MacGillivray (1796-1852) fu prima conservatore del collegio dei chirurghi di Edimburgo, poi professore di scienze naturali al Marischal College di Aberdeen. È autore di studi su molluschi, crostacei e uccelli. La sua opera più importante è *History of British Birds* (1837).

¹⁸ La litografia è un metodo di stampa con matrice piana che utilizza un procedimento fisico-chimico, basato sulla repulsione fra acqua e sostanze grasse. La selezione dell'immagine avviene umidificando le zone bianche, che respingono i grassi, e inchiostando con sostanze grasse le zone scure. Fu adottato per la prima volta dal praghese G.A. Senefelder (dopo il 1796), utilizzando come matrice della stampa la superficie levigata di una pietra; è poi passato all'uso di superfici di zinco o alluminio (metallografia), ai procedimenti fotomeccanici (fotolitografia) e all'utilizzazione delle impronte dirette (offset).

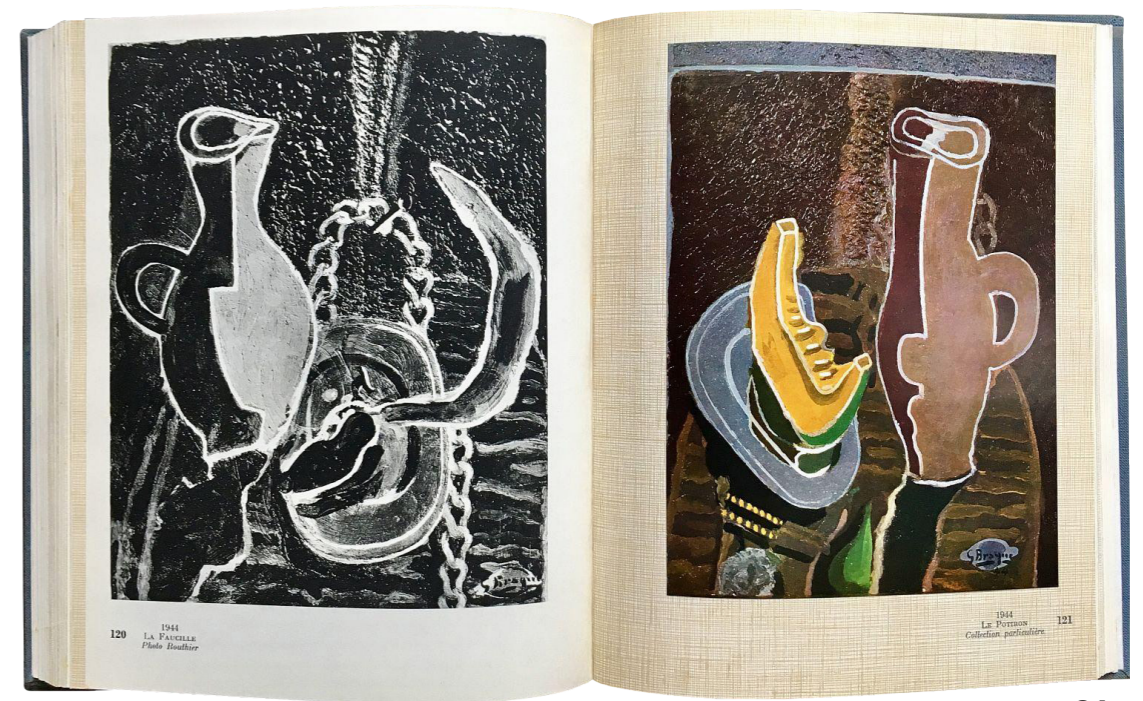
La produzione editoriale di massa.

La vera rivoluzione dei libri fu alla fine del diciannovesimo secolo, con la nascita di processi di stampa meccanizzati. Un processo di produzione più semplice ed economico, combinato con l'alfabetizzazione sempre più diffusa, rese i libri qualcosa di cui tutti potessero godere. In età vittoriana il numero di opere letterarie disponibili aumentò enormemente e sempre più persone possedevano dei libri nelle loro case, e con l'avvento del gas e dell'illuminazione le persone potevano continuare a leggere libri anche dopo il tramonto. Fu in questo periodo che si diffusero anche i coffee tables, i tavolini da caffè¹⁹. Dapprima in Inghilterra, poi nel resto d'Europa, i tavolini da caffè non erano più elementi di arredo relegati alle coffee houses²⁰ dell'epoca, ma iniziarono a diffondersi anche nelle case private. All'inizio erano più simili a dei tavoli, con delle gambe alte anche 65 cm, con il tempo divennero sempre più bassi, fino ad essere come quelli che conosciamo oggi. I tavolini da caffè avevano uno scopo specifico, usati per appoggiare la tazza di caffè — o tè — tra un sorso e l'altro, e per poggiare cucchiaini, zucchero, latte o dolcetti, ma anche libri o riviste.

Il mercato dei libri da tavolino esplose una volta che gli stampatori furono in grado di riprodurre immagini a colori su fogli che potevano essere rilegati direttamente nei libri. Con l'utilizzo della stampa offset le immagini e le fotografie erano riprodotte ad alta qualità a colori su pagine lucide. Finalmente era possibile offrire ai lettori rappresentazioni a colori e fedeli della natura, dell'arte e della storia, con la possibilità di regalare un'esperienza in luoghi geograficamente o temporalmente fuori portata. Fu infatti all'inizio del ventesimo secolo che nacquero le prime case editrici dedicate ai libri da tavolino, come Phaidon Press o Prestel Publishing, fondate nel 1923 e 1924, o Skira, fondata nel 1928, o ancora Citadelles & Mazenod nel 1936. Questi editori iniziarono a stampare libri di grande formato con delle bellissime tavole stampate, non più aggiunte dopo la rilegatura del libro, ma stampate direttamente sulle pagine. Questi libri venivano

¹⁹ I primi tavolini progettati specificatamente come tavolini da caffè furono realizzati in tarda epoca vittoriana in Gran Bretagna, in particolare nel 1868, quando EW Godwin progettò un tavolo chiamato "tavolino da caffè". Questa classificazione lo ha reso uno dei primi esempi di questo arredamento. Questi tavolini erano generalmente più alti di quelli che vengono usati oggi, ma con il passare del tempo divennero di uso comune i tavolini che ora conosciamo come tavolini da caffè.

²⁰ Le prime coffee houses sorsero nei primi anni del 1500. Originarie del medio oriente, uno dei luoghi di produzione del caffè, si diffusero in Inghilterra tra il 1600 e il 1700, quando il paese iniziò ad importare tè, cacao e caffè. Le coffee houses divennero rapidamente dei luoghi molto popolari per condurre affari e furono parte integrante della società inglese. I caffè divennero locali rispettabili dove gli uomini conducevano le loro faccende quotidiane. Alle donne non era però permesso entrare nelle coffee houses, a meno che non fossero le proprietarie o dipendenti.



21



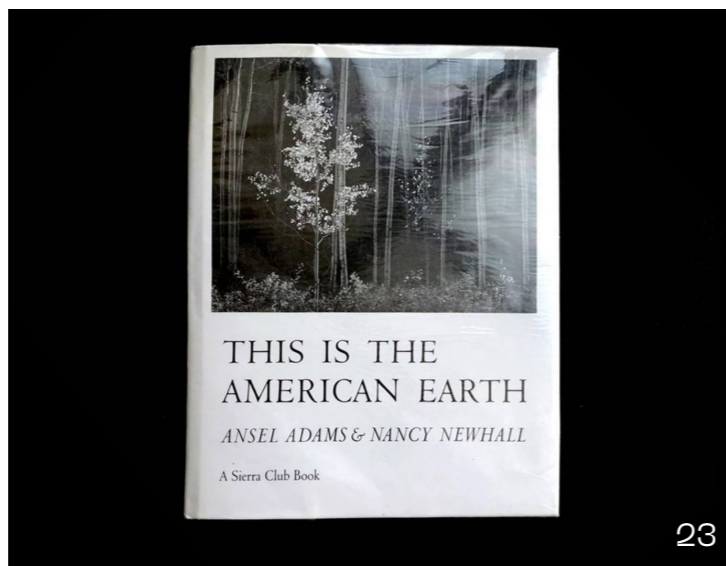
22

imm. 21 G. Braque, Edizioni Tisné, 1956.
imm. 22 Libri pubblicati da Albert Skira, 1950 circa.

²¹ David Brower (1912–2000), è considerato da molti padre del movimento ambientalista moderno. Durante la sua permanenza al Sierra Club, fu pioniere dell'uso dei media per sostenere una causa, pubblicando annunci su giornali e denunciando in modo drammatico problemi di conservazione dell'ambiente. Nella sua vita Brower ha pubblicato più di 70 libri, molti di grande formato con splendide fotografie di alta qualità. Brower ha successivamente fondato Friends of the Earth, una rete ambientale ora attiva in 52 paesi, ed è stato cofondatore della League of Conservation Voters, uno dei più influenti gruppi di politica ambientale in America.

²² Il Sierra Club è l'organizzazione ambientalista più longeva ed influente negli Stati Uniti. Originariamente il Sierra Club fu fondato dai suoi primi membri (Robert Underwood Johnson, John Muir, William Keith, Willis Linn Jepson, Warren Olney, Willard Drake Johnson, Joseph LeConte e David Starr Jordan) per concentrarsi sulla conservazione delle montagne della Sierra Nevada in California. Da allora, il Sierra Club si è evoluto in un'organizzazione che lavora per promuovere soluzioni che garantiscano a tutti accesso ad aria e acqua pulite e un ambiente sano.

²³ Ansel Adams (1902–1984) fu un famoso ambientalista e fotografo di



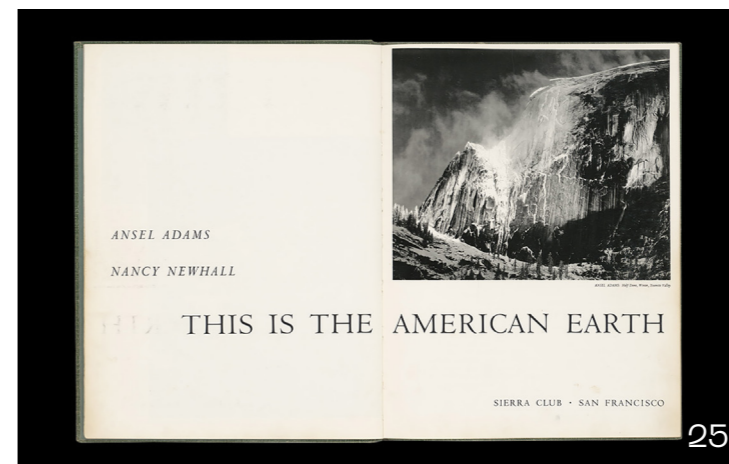
23

spesso creati per un mercato internazionale, essenziale per lo sviluppo dei coffee table books conosciuti oggi. Spesso questi libri sono monografie di artisti, tra i quali *Picasso* (Prestel, 1953), *Van Gogh* (Skira, 1953) o *Piero della Francesca* (Phaidon, 1951). Questi libri però non sono ancora veri e propri coffee table books, ma più simili a libri d'arte, con un impianto quasi accademico.

Alla fine degli anni '50, David Brower²¹ prestava servizio come direttore esecutivo del Sierra Club²² e pensò di creare una serie di libri che combinassero la fotografia naturalistica con dei brevi scritti sulla natura. Secondo Brower, la dimensione della pagina doveva essere abbastanza grande da contenere il dinamismo espresso nell'immagine. L'occhio dovrebbe essere libero di muoversi tra i confini dell'illustrazione, non vederla subito tutta in un solo sguardo. Il primo di questa serie di libri è *This is the American Earth*, con fotografie di Ansel Adams²³ e testi composti da Nancy Newhall²⁴. Fu pubblicato nel 1960, e fu il primo volume della serie che divenne nota come *Exhibit Format*, che comprende un totale di 20 titoli pubblicati²⁵. Questa serie di libri non solo era un modo per fare conoscere la natura selvaggia al pubblico, ma per condannare la società americana, schierandosi



24



25

contro la corsa agli armamenti e il potenziale distruttivo della tecnologia. Il Sierra club celebra la natura selvaggia come un mondo senza macchine, uno spazio separato dai problemi della civiltà moderna.

I libri, degli environmental coffee table books, erano grandi e pesanti, misuravano 250x300 mm circa. Come suggerisce il nome della serie, ogni libro è stato progettato per simulare l'esperienza di una mostra fotografica. Brower scelse il libro da tavolino come artefatto per racchiudere le collezioni fotografiche perché era convinto che fosse il metodo più efficace per promuovere la causa della conservazione della natura selvaggia.

paesaggi americano. È considerato uno dei maestri della fotografia del XX secolo e uno dei padri fondatori della fotografia paesaggistica. Il Sierra Club fu fondamentale per la sua carriera da fotografo, infatti le sue prime fotografie ad essere pubblicate apparirono per la prima volta nel Sierra Club Bulletin del 1922.

²⁴ Nancy Newhall (1908–1974) fu una critica fotografica americana, ambientalista ed editrice che ha contribuito in modo importante allo sviluppo dei libri fotografici come forma d'arte.

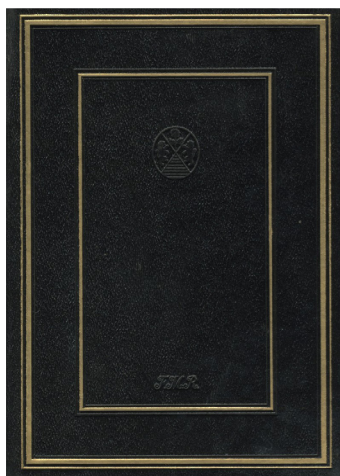
²⁵ Tra i libri pubblicati dal Sierra Club nella serie *Exhibit Format* troviamo: *In Wildness Is the Preservation of the World* di Eliot Porter, Ansel Adams. *The Eloquent Lights* di Nancy Newhall e *Gentle Wilderness: the Sierra Nevada* di John Muir e David Brower.

imm. 23 *This is the American Earth*, David Brower, 1960.

imm. 24 Alcuni dei libri della *Exhibit Format*, Sierra Club.

imm. 25 Frontespizio *This is the American Earth*, David Brower, 1960.

28
29



26

²⁶ Giovanni Battista Bodoni (1740-1813) fu un incisore, tipografo ed editore. Dopo avere imparato l'arte della tipografia nell'officina del padre si recò a Roma nel 1758 per lavorare come compositore nella stamperia di Propaganda Fide, poi si trasferì a Parma nel 1768, invitato dal duca a fondare e dirigere la Stamperia Reale. Rimase a Parma fino alla morte, divenendo celebre per l'incisione di nuovi caratteri e per le molte edizioni da lui pubblicate. Continuò a progettare e perfezionare i suoi caratteri fino a creare la sua opera più famosa, il *Manuale Tipografico*, che fu pubblicato nel 1818, cinque anni dopo la sua morte.

imm. 26 Copertina *Manuale Tipografico di Giambattista Bodoni*, Franco Maria Ricci, 1965.

imm. 27 Annuncio ristampa del *Manuale Tipografico di Giambattista Bodoni*, Franco Maria Ricci, 1965.

Un altro precursore del genere dei coffee table books può essere identificato nell'editore e grafico Franco Maria Ricci (1937 - 2020). Nel 1963, a Parma, inizia la sua attività, progettando marchi, manifesti e pubblicazioni. Ricci fu un grande collezionista d'arte, con una raccolta di circa cinquecento pezzi che attraversano cinque secoli di storia dell'arte, dal XVI al XX secolo. Sculture, quadri, opere del ducato di Parma e molto altro, la collezione d'arte eclettica e curiosa rispecchia il gusto del grafico. All'epoca delle prime esperienze nel mondo del design, Ricci entrò in contatto con l'opera di Giambattista Bodoni²⁶, considerato il "re dei tipografi e il tipografo dei re" — fu infatti al servizio del Ducato di Parma dal 1768 fino alla sua morte.

Il primo titolo pubblicato da Ricci nel 1965 fu un'opera di ristampa dedicata al tipografo, intitolato il *Manuale Tipografico di Giambattista Bodoni*, ristampata 145 anni dopo l'edizione originale. Il manuale è composto da tre volumi, ai primi due in facsimile dell'originale se ne aggiunge uno di studio, redatto in quattro lingue dal professor Angelo Ciavarella, allora direttore del Museo Bodoniano a Parma.

Il manuale è un'odissea alfabetica che illustra la produzione di oltre quarant'anni di lavoro del tipografo, raccogliendo 284 caratteri romani e corsivi, 37 caratteri script, 216 caratteri romani e corsivi maiuscoli, 17 caratteri script maiuscoli, 74 caratteri cirillici, 51 caratteri greci, 48 caratteri "esotici" come l'arabo, 7 caratteri ebraici, 2 caratteri blackletter, 1036 ornamenti, 31 bordi, 34 regole sul corretto uso del carattere e 15 pagine di cornici, linee, parentesi, simboli, numeri e notazioni musicali.

I tre volumi sono ricoperti in pelle nera con delle rifiniture d'oro, al centro della copertina è impresso il marchio della casa editrice Franco Maria Ricci. Sui dorsi dei tre volumi, tre etichette in carta bianca indicano il titolo del libro e la numerazione dei volumi, racchiusi in un cofanetto nero. Le 900 copie, numerate ed intestate con il nome dell'acquirente, ebbero un grande successo, e Ricci fondò ufficialmente la casa editrice Franco Maria Ricci,



*Franco Maria Ricci editore
insieme al Museo Bodoniano
ed alla Biblioteca Palatina
annuncia la ristampa a Parma
di 900 esemplari numerati del*

MANUALE
TIPOGRAFICO
DI
G. B. BODONI

27

30
31



28

²⁷ Jorge Francisco Isidoro Luis Borges Acevedo (1899–1986) fu scrittore e poeta argentino. Compiuti i primi studi in patria, visse prima a Ginevra e poi in Spagna, dove promosse insieme ad altri giovani scrittori il movimento d'avanguardia dell'ultraismo. Nel 1924 tornò in Argentina, dove fondò le riviste letterarie *Prisma* e *Proa*. Borges collaborò con Ricci dirigendo la collana *Biblioteca di Babele*, una serie ideale di libri senza tempo.

²⁸ Giulio Confalonieri (1926–2008) fu un grafico e accademico italiano. Allievo di Gio Ponti e Max Bill, dopo gli studi compiuti in Svizzera, Italia, Germania e India inizia la propria attività professionale come progettista grafico per l'editoria e per l'industria. Dal 1963 al 1965 fondò lo studio *CNPT* con Ilio Negri, Michele Provinciali e Pino Tovaglia. Art director di riviste come *FMR*, *Marcatre* e *Lerici*, progetta diverse copertine ed interventi grafici per *Domus*, *Graphis* e *Imago*.

imm. 28 Copertina primo numero della rivista *FMR*, Franco Maria Ricci, 1982.

pubblicando edizioni d'arte e letterarie di grande pregio.

Nel 1970 Franco Maria Ricci decide di ristampare l'*Encyclopédie* francese curata da Diderot e D'Alambert. Il progetto venne terminato dopo dieci anni, nel 1980, e comprendeva 12 volumi dedicati alle tavole illustrate, cinque volumi per i testi più uno di presentazione dell'opera, con testi di Barthes, Venturi, Proust e un testo introduttivo scritto da Borges²⁷. L'*Encyclopédie* ristampata fu venduta tramite una sottoscrizione, con la consegna di 4 o 5 volumi l'anno — come avvenne per l'*Encyclopédie* originale. Anche quest'opera ebbe molto successo, con circa 5000 collezioni vendute in Italia e in molte biblioteche del mondo.

Nel 1982 nasce la rivista *FMR*, mensile dedicato all'arte, alla letteratura, e all'incanto, come scrisse Ricci. Il progetto grafico della rivista nacque dall'impegno congiunto di Ricci e Giulio Confalonieri²⁸, che crearono un mensile elegante e affascinante in mezzo alle barbarie estetiche del postmodernismo degli anni '80. Il monogramma dell'editore aggiungeva una qualità distintiva alla pubblicazione elegante, rispettando l'estetica bodoniana. Le copertine, con una grande qualità estetica, ospitano un'immagine di un'opera d'arte diversa ogni mese, scontornata e posizionata su un fondo nero.

Il regista Federico Fellini definì *FMR* una perla nera, identificando nell'oscura e profonda brillantezza delle copertine la principale qualità estetica della rivista. Lo sfondo nero accompagna il lettore anche nel viaggio attraverso le pagine, che esaltano le immagini proposte nel mensile. Il nero ricorda anche l'oscurità della notte, e *FMR* si propone per essere assaporato a lume di candela, con il piacere di scoprire immagini preziose, ricche di fascino e mistero. La struttura interna della rivista è chiara e semplice: le 28 pagine pubblicitarie sono divise a metà, 14 all'inizio e 14 alla fine, per non distrarre il lettore dai contenuti. Il resto del mensile contiene il bollettino delle mostre e il calendario degli eventi internazionali, e poi tre o quattro monografie di circa 30 pagine ciascuna, dedicate a meraviglie segrete, dimenticate e finalmente

riscoperte da Ricci.

Il layout è diviso in tre colonne, e regola la struttura delle pagine. Ricci e Confalonieri disegnano un carattere apposito per la rivista partendo dai punzoni originali di Bodoni. I caratteri bodoniani sono molto difficili da usare e richiedono un grande rispetto per le proporzioni, le distanze e gli spazi bianchi.

FMR è un periodico d'arte come nessuno prima: le serie di dipinti sono riprodotte integralmente, i manoscritti sono stampati nei colori originali e soprattutto moltissime pagine sono dedicate a monografie dedicate a monumenti, collezioni, giardini o palazzi.

Molti scrittori famosi scrissero per le pagine di *FMR*, che divenne rapidamente la migliore e più famosa rivista d'arte al mondo, Jacqueline Kennedy²⁹ la definì «the most beautiful magazine in the world». La pubblicazione della rivista continuò per circa 20 anni, fino al 2002, e veniva tradotta in quattro lingue: italiano, francese, spagnolo e inglese (per alcuni anni fu pubblicata anche in tedesco).

Oltre che per la rivista, Ricci lavora anche a delle collane per la sua casa editrice, dove conserva il gusto per la bellezza le proporzioni e l'armonia dell'impaginazione. *Biblioteca di Babele*, *Biblioteca Blu*, *Morgana*, sono edizioni più piccole e senza illustrazioni; *I segni dell'Uomo*, *Guide Impossibili*, sono libri di dimensioni più grande, arricchiti con tavole illustrate a colori applicate a mano. Infine *Grand Tour*, *Luxe Calme et Volupté*, *Iconographia*, *Quadreria*, sono tutte edizioni di grandi dimensioni, ricche di tavole illustrate applicate a mano. I libri illustrati sono tutti caratterizzati dall'uso del nero e da grandi immagini colorate per le copertine, e le diverse edizioni si distinguono per il formato e per il differente utilizzo dei caratteri per i titoli.

La collana *Quadreria* è dedicata a temi specifici e partecolari, ci sono libri come *La Seta*, *Ceramica Decorativa*, o *Sigilli d'Oro*, altri dedicati alle città come *Firenze Perduta*, *Roma Romantica*, *Milano sull'Acqua*, altri ancora più specifici, come *L'Aula di Montecitorio* o *Palazzi Storici delle Poste Italiane*. I libri hanno un formato quadrato

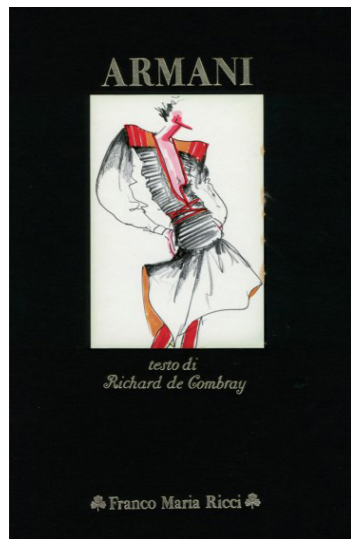
²⁹ Jacqueline Kennedy Onassis (1929–1994) fu First Lady americana, moglie di John F. Kennedy, 35esimo Presidente degli Stati Uniti d'America. Jacqueline Kennedy era conosciuta per il suo stile e la sua eleganza.



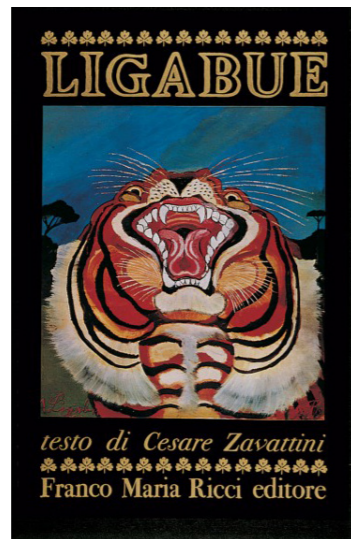
29



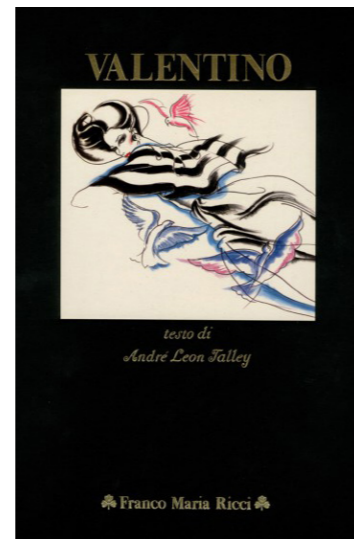
30



31



32



33

300x300 mm, con stampe a colori su carta patinata opaca e tavole applicate a mano, mentre i testi sono stampati su carta vergata azzurra di Fabriano. La rilegatura è in seta “Orient” nera con una plancetta³⁰ a colori e impressioni in foglia d’oro. Sono volumi curati in ogni dettaglio con una grande attenzione all’impaginazione, all’uso del carattere e alla qualità delle immagini. I volumi sono racchiusi da un cofanetto, anch’esso nero, e segnati sul dorso da un’etichetta in carta azzurra che indica il titolo del libro e il monogramma della casa editrice.

La collana *Luxe Calme et Volupté* è invece dedicata al mondo della moda, con monografie su diversi stilisti, come *Valentino*, *Armani* o *Versace*. I libri, in formato 345x235 mm, sono stampati su carta vergata avorio e contengono molte riproduzioni a colori. Le tirature sono sempre limitate intorno alle 5000 copie (alcuni libri 4000, altri 6000), e i libri sono ancora rilegati in seta “Orient” nera con impressioni in oro e protetti da un cofanetto laminato.

Il tipo particolare di confezione dei libri li rende subito riconoscibili come opere di Franco Maria Ricci, che li produce in modo quasi maniacale, tutti rilegati in seta nera ed etichettati come veri oggetti appartenenti ad una collezione.

I libri di Ricci sono bellissimi e curati in ogni dettaglio — dalla scelta delle fotografie e dei testi, all’uso eccellente del carattere bodoniano — e sono considerati edizioni d’arte. Questi libri però si avvicinano molto al genere del libro da tavolino per le loro caratteristiche, come quella di essere considerato un oggetto da collezione, per la scelta delle tematiche particolari, che si scostano dai generi più classici ed esplorano mondi nascosti e sconosciuti, per l’uso delle immagini per creare una sorta di collezione da poter ammirare a casa, senza dover andare in un museo o in una galleria.

La qualità dell’artefatto finito e il lavoro dedicato ad ogni tematica affrontata li fa diventare dei super-libri, non solo da leggere, ma da ammirare e collezionare, proprio come i coffee table books.

³⁰ La plancetta è una parte impressa nella copertina cartonata del libro, nella quale viene poi posizionata e incollata un’immagine stampata su carta.

imm. 29 Copertina *La Seta: Antica Tradizione Cinese*, Franco Maria Ricci, 1980.

imm. 30 Cofanetto in seta nera, Franco Maria Ricci.

imm. 31 Copertina *Armani*, Franco Maria Ricci, 1982.

imm. 32 Copertina *Ligabue*, Franco Maria Ricci, 1981.

imm. 33 Copertina *Valentino*, Franco Maria Ricci, 1982.

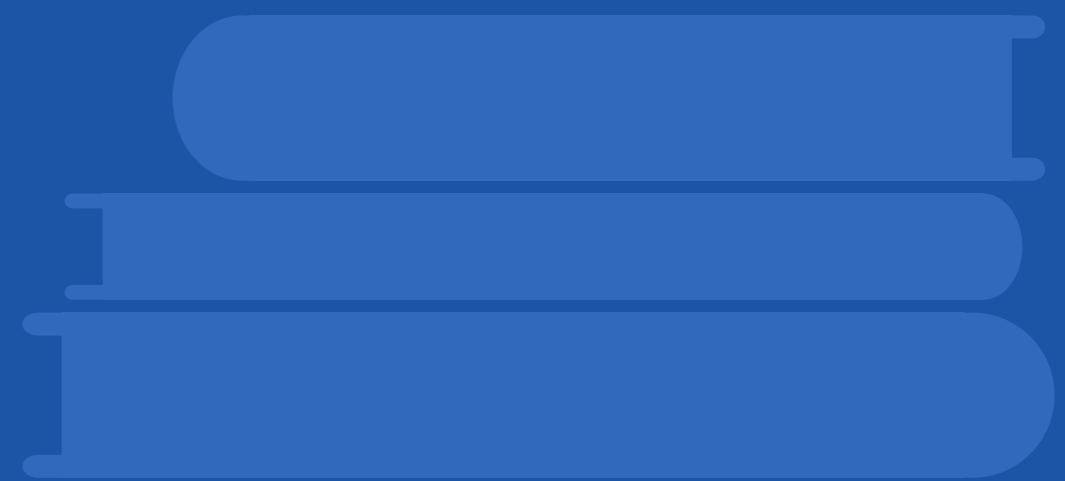
34

35



03

LA STORIA DEI COFFEE TABLE BOOKS



Il termine vero e proprio che viene utilizzato oggi per indicare questi grandi libri, coffee table book, è apparso per la prima volta nel 1962, nel volume di aprile della rivista *Arts Magazine*, in un articolo scritto dallo storico d'arte Creighton Gilbert³¹:

Monographs make up a heavy percentage of the big color-plate books that are so thick around us. When these coffee-table books first appeared, they were all about a few popular painters, and their introductory texts were hack jobs to fill up space.³²

In questo articolo, intitolato “One Artist Only”, Gilbert fa un’analisi di alcune monografie di artisti, e per la prima volta i grandi libri illustrati sono definiti “coffee table books”, libri da tavolino.

Some years ago a publisher explained to me that an inexpensive book on an obscure artist would attract too few buyers to be practical; by swelling the size and the price, the coffee-table market is attracted, and a book that specialists want can at least be printed.

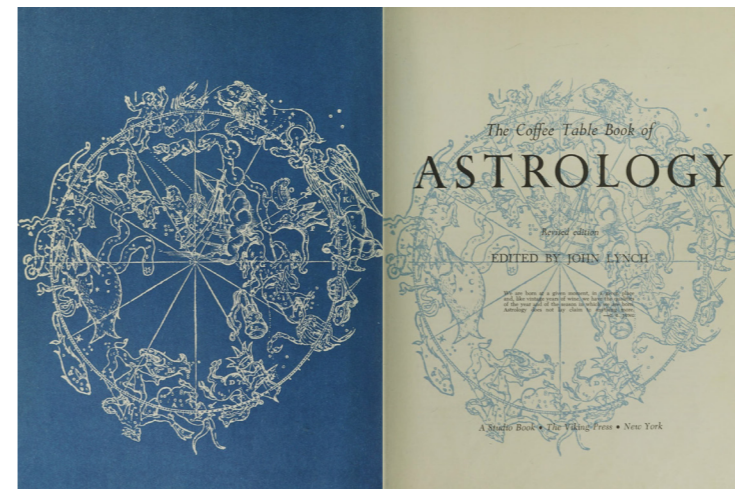
Così Gilbert racconta del mercato dei libri, e dal fatto che gli acquirenti possano essere attratti non solo dal contenuto di un libro ma anche dall’aspetto.

Nel 1962 il termine coffee table book è invece utilizzato per la prima volta nel titolo di un libro. *The Coffee Table Book of Astrology*³³, di John Lynch, introduce in 311 pagine il mondo dell’astrologia. Riccamente illustrato, spiega i segni zodiacali e il loro impatto sulla personalità, gli effetti dei pianeti, il tema natale e la relazione tra questi. I grafici contenuti nel libro presentano degli esempi di personaggi famosi e la spiegazione dei loro segni. Rispetto ai libri da tavolino che conosciamo oggi *The Coffee Table Book of Astrology* è un libro con molto testo, ma comunque affiancato da una grande quantità di disegni, fotografie, illustrazioni e grafici.

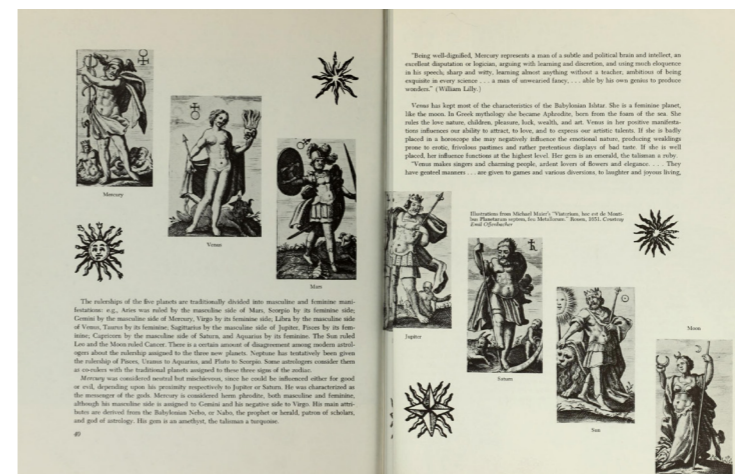
³¹ Craighton E. Gilbert (1924–2011), fu un professore di storia dell’arte alle università di Yale e Cornell. Nel 1952 pubblica il suo primo articolo intitolato “On Subject and Non-Subject in Renaissance Pictures” nella rivista *Art Bulletin*, di cui sarà capo redattore dal 1980 all’85. Nel 1964 Gilbert riceve il Frank Jewett Mather Award per il giornalismo artistico.

³² Creighton Gilbert, “One Artist Only,” *Arts Magazine*, aprile 1962.

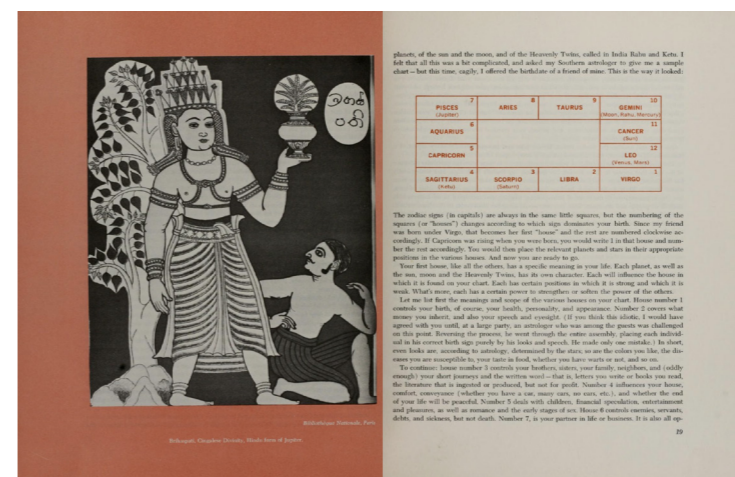
³³ *The Coffee Table Book of Astrology* è un libro pubblicato nel 1962, editato da John Lynch, con testi di Alan Leo, Zoltan Mason, Isabelle M. Pagan, Johnstone Parr, Santha Rama Rau, Kurt Seligmann e Nora Wydenbruck.



35



36



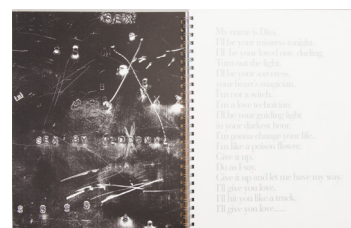
37

- imm. 34 Helmut Newton SUMO su leggìo, Taschen, 1999.
- imm. 35 Frontespizio *The Coffee Table Book of Astrology*, John Lynch, 1962.
- imm. 36 Pagine interne *The Coffee Table Book of Astrology*, John Lynch, 1962.
- imm. 37 Pagine interne *The Coffee Table Book of Astrology*, John Lynch, 1962.

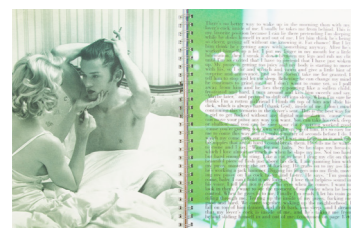
38
39



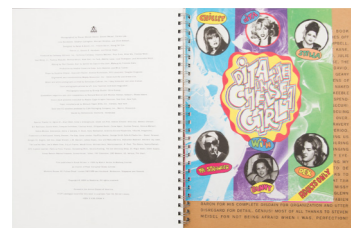
38



39



40



41

imm. 38 Confezione *Madonna Sex*, Fabien Baron, 1992.

imm. 39 Pagine interne *Madonna Sex*, Fabien Baron, 1992.

imm. 40 Pagine interne *Madonna Sex*, Fabien Baron, 1992.

imm. 41 Pagine interne *Madonna Sex*, Fabien Baron, 1992.

Nella seconda metà del ventesimo secolo il mercato dei libri è sempre più florido, e nascono nuove case editrici dedicate ai coffee table books. Nel 1949 vengono fondate Abrams Books e Thames & Hudson, Nel 1959 nasce la casa editrice Clarkson Potter, nel 1964 Rizzoli New York e nel '67 Chronicle Books. Nel 1980 viene fondata anche Taschen, ora la casa editrice in testa al mercato dei coffee table books.

L'interesse del mercato verso i libri da tavolino fu sempre debole, almeno fino al 1992, quando Madonna pubblicò il suo provocatorio *Sex*. Il libro è stato progettato dall'art director e magazine editor francese Fabien Baron e accompagna l'uscita dell'album di madonna *Erotica*, sempre graficamente progettato da Baron. Il grafico francese ha anche diretto un documentario sulla creazione del progetto, anch'esso intitolato *Sex*. Il libro, racchiuso in una copertina di alluminio, è composto da 128 pagine rilegate con una spirale, è avvolto da un sacchetto di Mylar (un sottile foglio di plastica trasparente).

Sebbene composto da poche pagine, il libro è di un formato molto grande, 280x355 mm, ideale per presentare al meglio le fotografie scattate da Steven Meisel.

Il prodotto finale è un libro sofisticato e curato in ogni dettaglio che è diventato un pezzo da collezione molto desiderato. *Sex* non vuole essere solo un libro, ma un oggetto con una connotazione artistica che aggiunge un tassello in più alla figura iconica di Madonna, e gestito come un prodotto di marketing. Nel mercato musicale *Sex* è un prodotto simbolico, di culto e che suscitò grande interesse, soprattutto per i fanatici della pop-star.

Questa cura ai particolari nel lavoro di Baron ma la finalità di marketing del progetto rende *Sex* un libro a cavallo tra il libro d'artista e un prodotto commerciale, in quella zona grigia dove esistono anche i coffee table books.

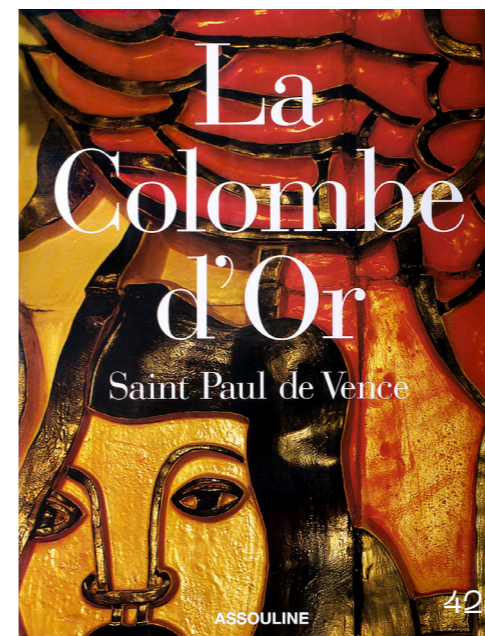
Nel 1994 viene fondata la prima casa editrice dedicata esclusivamente al genere dei coffee table books di lusso: Assouline. La prima pubblicazione della casa editrice venne da subito progettata come un'edizione di lusso e di nicchia, e con le grandi dimensioni tipiche dei coffee

table books (235x305 mm). Il libro è dedicato all'hotel e ristorante *La Colombe d'Or*, luogo di incontro popolare in Provenza fin dagli anni '20. L'hotel fu frequentato da molti artisti, e le pareti si coprono di dipinti (spesso scambiati per un soggiorno) di Matisse, Braque, Léger, César e molti altri. Le fotografie presentate nel libro illustrano l'hotel e per la prima volta i suoi antichi quaderni degli ospiti, pieni di schizzi e disegni dei grandi artisti. I fondatori di Assouline decisero di dedicare il loro primo libro a questo luogo per via di un legame personale, e tutti i testi e le fotografie del libro sono stati creati da Martine e Prosper Assouline. Il libro fu da subito un successo, spingendo i coniugi a continuare il loro lavoro come editori di libri di lusso

Uno dei più grandi successi nel mercato dei libri da tavolino fu nel 1999, quando Taschen pubblicò il suo primo libro formato SUMO, *Helmut Newton*. Il libro è un tributo a uno dei fotografi più influenti, intriganti e controversi del ventesimo secolo, ed è il più grande e costoso libro del XX secolo. Taschen ha stampato in edizione limitata a 10.000 copie, ognuna numerata e autografata da

imm. 42 *La Colombe d'Or*, Assouline, 1996.

imm. 43 Interni dell'hotel *La Colombe d'Or*.



42



43

40
41



44

imm. 44 *Helmut Newton SUMO* su leggio, Taschen, 1999.

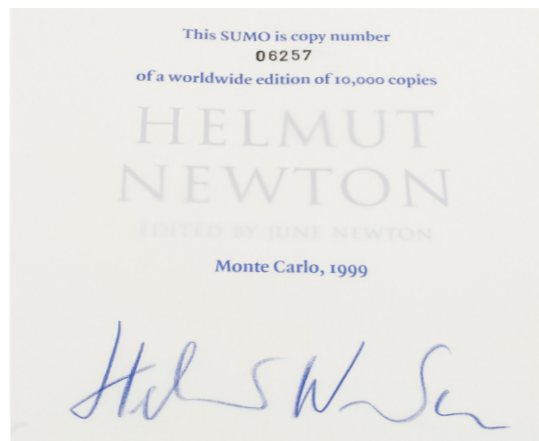
imm. 45 *Helmut Newton SUMO*, frontespizio autografato, 1999.

Helmut Newton, vendendole al prezzo di £1.000 l'una. Oltre al libro è incluso anche un leggio progettato da Philippe Starck. Le 10.000 copie andarono sold out in breve tempo, moltiplicando velocemente il valore originale (oggi il prezzo del coffee table book si aggira tra intorno \$15.000).

La monografia di 464 pagine e dal peso di circa 30 kg è di un formato gigantesco, il cosiddetto SUMO, che misura 500x700 mm. Lo stesso Newton ha descritto il SUMO come “terrifying and outrageous. I don't even look at it as a book.... I look at it as an object.”

Il libro è stato curato dalla moglie del fotografo, June Newton, e presenta una grande selezione di circa 400 fotografie, la maggior parte delle quali pubblicate per la prima volta, coprendo ogni aspetto della carriera di Newton: dalle fotografie sulla moda ai nudi ai ritratti di celebrità.

Ad un anno dall'uscita del libro, la prima copia SUMO autografata oltre che dal fotografo anche da un centinaio di celebrità immortalate nelle fotografie presenti nel coffee table book, fu acquistata ad un'asta a Berlino alla cifra record di \$430,000, aggiudicandosi il titolo di libro più costoso del XX secolo. Oggi il famoso tomo può essere ammirato in alcune importanti collezioni, come quella del MoMa di New York, mentre alcune copie di modernariato sono vendute a cifre altissime. Per il centenario



45

della nascita di Helmut Newton e il 40esimo anniversario di Taschen, la casa editrice ha prodotto una nuova edizione del libro, dimezzando le dimensioni originali. Il nuovo *Helmut Newton* è in formato BABY SUMO (350x500 mm), ma contiene ancora tutti i contenuti della prima edizione, compreso un nuovo leggio, ancora una volta progettato da Philippe Starck. La nuova edizione del 2020 è anch'essa limitata a 10.000 copie.

Un libro come oggetto d'arredo

I libri da tavolino sono un modo meraviglioso per godere di grandi opere d'arte e fotografie, ma non è il loro unico scopo. Lasciare un libro sul tavolo, in modo che tutti possano vederlo, è un modo per esprimere se stessi. Quello che ci piace, quello che conosciamo, quello che vorremmo ci rappresentasse. Non esiste nessun altro libro in grado di farlo come i coffee table books. I libri da tavolino sono diventati artefatti sofisticati attraverso i quali le persone possono fare dichiarazioni personali ed esprimersi. Il termine “libro da tavolino” però è usato a volte in modo dispregiativo, indicando un approccio superficiale ad un argomento. Sembra che le persone usino il termine coffee table book come termine generico, semplicemente perché non si sentono a proprio agio nell'usare la parola arte per descrivere qualcosa di diverso da un dipinto o da una scultura, qualcosa che troverebbero solo in un museo. In un editoriale del 2017 su *Publisher's Weekly*³⁴ intitolato “In Praise of the Coffee Table Book”, Bridget Watson Payne³⁵, senior editor of art publishing a Chronicle Books, denuncia il nome scelto per questi libri, coffee table book, un termine secondo lei riduttivo per quelli che dovrebbero essere chiamati “libri d'arte”.

Everyone understands that a coffee table book sits on the coffee table looking attractive. And the artwork inside—whatever it may be—is also, at best, merely decorative. If, that is, anyone even bothers to open up the book and look at what's

³⁴ *Publisher Weekly* (PW) è una rivista settimanale americana di notizie commerciali destinata a editori, bibliotecari, librai e agenti letterari. Il primo numero fu pubblicato nel 1872, con lo slogan “The International News Magazine of Book Publishing and Bookselling”. In origine la pubblicazione era una raccolta di informazioni sui libri di nuova pubblicazione, raccolte da editori ed altre fonti per un pubblico di librai. Dal 1912 PW inizia a pubblicare il proprio elenco di bestseller, che comprendevano sia libri di narrativa che di saggistica. Con 51 numeri all'anno, oggi l'accento è posto sulle recensioni di libri.

³⁵ Bridget Watson Payne (1977) è una scrittrice, artista ed editrice di coffee table books. Con più di quindici anni di esperienza nel settore editoriale, ha collaborato con centinaia di autori e artisti per rendere le loro idee realtà attraverso dei libri bellissimi. È autrice di alcuni libri, tra i quali *How Time Is On Your Side*, *How Art Can Make You Happy* e *The Secret Art of Being a Parent* (tutti pubblicati da Chronicle Books).

42

43

inside, which of course no one does because it probably has a nice lacquerware box and an unusual seashell sitting on top of it.

Payne, che ha curato più di 100 coffee table books, crede perfettamente capaci questi libri di contenere sia temi superficiali che più profondi.

I coffee table books sono prodotti culturali artistici a modo loro, quanto i dipinti appesi alle pareti delle gallerie o libri che contengono opere letterarie. E l'arte va guardata. I coffee table books devono uscire dagli scaffali, con le copertine aperte, con le pagine sfogliate, le opere all'interno che passano attraverso gli occhi per rimanere impresse nella mente. Bridget Watson Payne sostiene:

Why did we spend a chunk of change—often a considerable one—on this heavy thing? Was it so it could sit there in the middle of the living room, silently proclaiming to whoever walks by that we are people of taste and class? Let's be honest: quite possibly.

Ma un coffee table books può essere entrambe le cose. Perché non adempiere alla funzione di arredo, se oltre quella funzione può anche realizzare il suo scopo più profondo e soddisfare qualsiasi lettore con tutto quello che un libro può raccogliere all'interno?

Tiffany Thompson, designer di interni e fondatrice di Duett Interiors³⁶, si trova saldamente d'accordo con il pensiero di Payne.

It's important that these aren't just for display. Make sure you are reading them and you're knowledgeable on what's beyond the cover so that they can lead to conversation. If [my client and I] are trying to make a strong statement and create a deep conversation for guests, then I make sure we open the book to display a page that is going to create some positive tension.

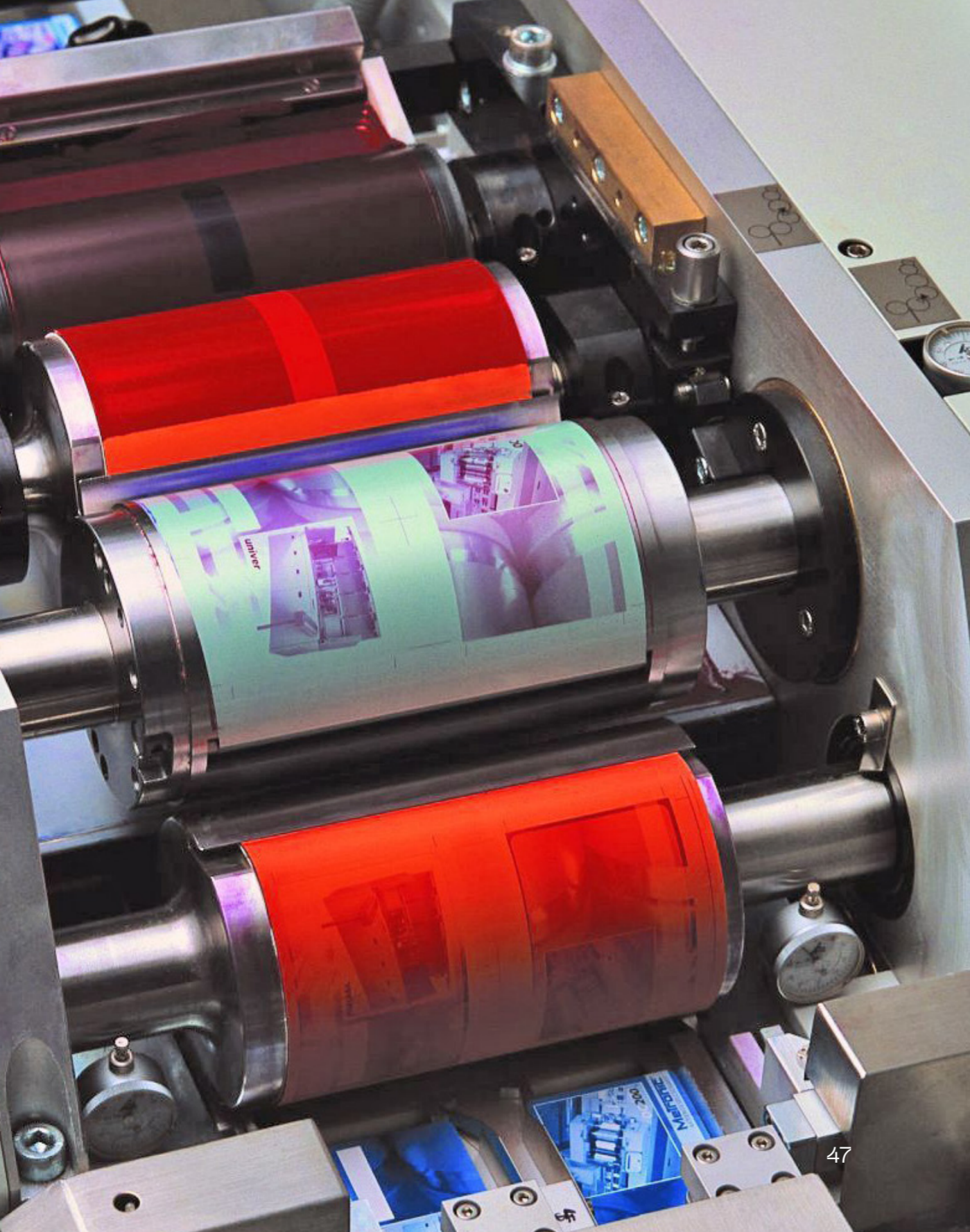
I coffee table books sono degli artefatti in grado di dare la possibilità a chiunque di poter ammirare opere d'arte, mondi lontani, oggetti meravigliosi e molto altro, anche nella propria casa. Questo grazie alle fantastiche

immagini perfettamente stampate, così ben riportate sulla carta da poter quasi sostituire un originale. Questo è uno dei valori del coffee table book, essere una finestra su un mondo, una sequenza di immagini, fotografie o disegni che illustrano un certo argomento.



³⁶ Duett Interiors è uno studio di design residenziale, fondato a Portland, Oregon dall'interior designer Tiffany Thompson. Lo stile dello studio è legato all'esperienza di Thompson verso l'estetica del wabi-sabi (nell'estetica tradizionale giapponese, wabi-sabi è una visione del mondo centrata sull'accettazione della caducità e dell'imperfezione), per cui i difetti sono utilizzati come base per creare uno stile e una personalità nella casa delle persone.

imm. 46 Coffee table books su tavolino da caffè.



04

COM'È FATTO UN COFFEE TABLE BOOK



Una delle caratteristiche che indica la differenza tra un coffee table book e un altro tipo di libro è sicuramente la grandezza. La grande dimensione di questi libri infatti è una delle cose che più li distingue dagli altri. Per la pubblicazione dei libri di narrativa ci si basa su una tabella di formati standard, così da rendere il processo di stampa il più semplice e meno dispendioso possibile, ma per i coffee table book ogni misura è possibile. Spesso i libri più grandi sono edizioni speciali, o comunque più costosi rispetto ad altri, per questo motivo per poter proporre al pubblico dei libri con prezzi più contenuti, la maggior parte dei coffee table books ha delle misure che si aggirano intorno a quelle di un A4 — ad esempio *The Art Book* di Phaidon, 245x210 mm; *Le Trésor de Toutankhamon* di Citadelles et Mazenod, 215x295 mm; *Hiroshi Fujiwara Fragment #2* di Rizzoli New York, 220x280 mm. Alcuni libri vengono considerati coffee table books anche se di dimensioni più piccole, ad esempio Taschen produce una serie con prezzi molto contenuti chiamata *Bibliotheca Universalis*. Con questa serie la casa editrice propone delle versioni a basso costo dei suoi libri più venduti in formato ridotto, di 140x195 mm.

I coffee table books però sono conosciuti per le dimensioni eccessive, anche se questi libri sono più rari da vedere, solitamente acquistati da appassionati o collezionisti per via dei costi elevati. Uno degli esempi è il formato SUMO di Taschen, che misura 500x700 mm, utilizzato solo per temi eccezionali, spesso lavorando insieme all'artista a cui è dedicato il libro (oppure su commissione). Taschen nel suo catalogo propone diversi formati ed ha un glossario dedicato ai libri più grandi: dopo il SUMO si trova il BABY SUMO (350x500 mm), i libri XXL (300x400 mm) e i libri XL (250x340 mm).

Non tutte le case editrici hanno serie che propongono libri di un così grande formato, ma nei cataloghi si trovano sempre delle eccezioni. *Atlas of Mid-Century Modern Houses* di Phaidon misura 240x340 mm, ed è uno dei libri più grandi proposti dalla casa editrice. Anche nel programma di Citadelles et Mazenod si trova un esempio:

Affiches de la Publicité, dedicato alle grafiche dei manifesti e di un formato 310x400 mm, un libro molto grande senza però essere un'edizione speciale — il libro è venduto a “soli” € 77.00.

Anche la casa editrice Assouline produce coffee table books di grande formato, ad esempio quelli della serie *Ultimate Collection*, un omaggio all'arte della legatoria di lusso. Ogni libro è infatti rilegato a mano con tecniche tradizionali, con tavole colorate stampate su carta di qualità artistica. La serie tratta una vasta gamma di argomenti, dalla gioielleria, alla moda, alle belle arti e all'*Ultimate Collection*.

I libri dell'*Ultimate Collection* sono curati in ogni minimo dettaglio, e sono chiusi in scatole a conchiglia perfette sia per proteggere i coffee table books dalla polvere che per presentare i libri nel più grande lusso e splendore.

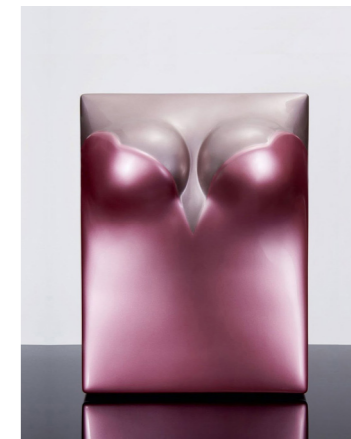
Tra gli esempi degni di nota delle edizioni speciali di Assouline troviamo diversi libri dell'*Impossible Collection*, come *The Impossible Collection of American Wine*, interamente dedicato al mondo del vino americano e che tiene conto della rarità delle annate, del gusto dei vini e della loro storia. La scatola che racchiude questo libro è creata con del legno, per farla sembrare una classica scatola da vino.

Anche *The Impossible Collection of Bentley*, dedicato alla storica casa automobilistica, è racchiuso in una scatola, in questo caso in vera pelle, progettata per ricordare i sedili delle iconiche autovetture; o *Golf: The Impossible Collection*, dove il libro è nascosto in un cofanetto di plastica bianca con un pattern inimitabile: quello di una pallina da golf.

I coffee table book sono libri con gli effetti speciali, e per questo le case editrici possono sbizzarrirsi ad usare ogni tipo di materiale per la creazione di questi libri, rendendoli unici e riconoscibili. Quindi non solo carta, ma anche tessuti, legno, materiali plastici o pelle. Ovviamente i costi per questo tipo di lavorazioni sono molto alti, e i libri come quelli dell'*Ultimate Collection* di Assouline hanno prezzi molto alti, dai \$ 995 ai \$ 4.900.



49



50



51

Sempre legato all'uso dei materiali diversi dalla carta, famosissimo è il coffee table book di Taschen dedicato a Naomi Campbell. *Naomi* è una raccolta di immagini e fotografie dedicate alla top model. Il libro è stato curato dal graphic designer di Taschen, Josh Baker, ma la vera particolarità di questo coffee table book sta nella collaborazione con l'artista inglese Allen Jones³⁷. L'artista pop ha creato una scatola per il libro con contorni stilizzati e superfici morbide e lisce, un provocante bustier rosa che, nelle parole di Jones «it does not attempt to illustrate Naomi, but to encapsulate her.»

La prima edizione con l'iconico bustier rosa, autografata da Naomi Campbell, è stata stampata in sole 1000 copie, ma oggi è ristampata in formato XL al prezzo di €100.

Un'altra caratteristica importante dei coffee table books riguarda la copertina, infatti questi libri sono quasi sempre avvolti da una copertina rigida piuttosto che una flessibile. Le copertine sono molto importanti per i coffee table books, considerato che il loro utilizzo è spesso quello di oggetto d'arredo, la copertina da il primo impatto del libro e deve essere bella e curata, per essere esposta, quasi alla stregua di un quadro.

Le copertine di Franco Maria Ricci ad esempio sono tutte di un nero profondo e con una texture particolare, subito riconoscibili. Nei cataloghi attuali delle case editrici,

³⁷ Allen Jones (1937) è un artista pop britannico noto per i suoi dipinti e sculture figurativi. Il suo lavoro è caratterizzato da un'immaginario sessuale e dall'interesse per le dinamiche di potere, alternando feticci celebrativi e satirici a pratiche BDSM. Jones frequenta il Royal College of Art insieme a David Hockney e R.B. Kitaj, ma viene espulso dopo solo un anno. Nel 1964 si trasferisce a New York dove inizia a sviluppare la sua caratteristica estetica erotica.

imm. 48 *Golf: the Impossible Collection*, Assouline, 2017.

imm. 49 Copertina e cofanetto *Naomi*, Taschen, 2016.

imm. 50 Cofanetto progettato da Allen Jones, *Naomi*, 2016.

imm. 51 Frontespizio autografato *Naomi*, Taschen, 2016.

a meno che il libro non sia parte di una serie per cui tutte le copertine sono uguali, ogni coffee table book è diverso dall'altro, sia per la forma e la dimensione, sia per il carattere che viene espresso dalla copertina.

La *Travel Series* di Assouline dedicata alle diverse località di villeggiatura di lusso, presenta una omogeneità del layout, ma ogni copertina è tinta di un colore diverso ma sempre acceso e brillante. Questi libri uno a fianco all'altro creano una scala di colori divertenti, caldi e invitanti, oltre a tracciare un filo conduttore tra i libri appartenenti alla serie. Altri coffee table books sono coperti da un cofanetto, che spesso presenta un'immagine diversa da quella presentata in copertina, come il libro *Japanese Design Since 1945* di Abrams Books, con una copertina rossa accesa nascosta da una scatola in cartone su cui è impressa un'etichetta bianca con il titolo del libro. Le serie di libri cercano di essere sempre omogenee, riconoscibili, così da poter dare un senso alla collezione. Ci sono libri che hanno invece la particolarità di essere edizioni limitate, ma forniscono diverse copertine tra cui scegliere. Ad esempio, il libro formato SUMO di Taschen, *Annie Leibovitz*, può essere acquistato in quattro copertine diverse, ognuna con una fotografia scattata da Leibovitz — con soggetti Keith Haring, David Byrne, Patti Smith e Woopi Goldberg.

Con le copertine rigide utilizzate per i coffee table books, spesso la rilegatura è in broccatura cucita a filo refe, che è particolarmente indicata per i libri di grandi dimensioni e che li rende oggetti durevoli e di qualità. I fogli sono uniti in segnature e cuciti tra loro con un filo — cotone, canapa, lino o sintetico. Ci sono diversi tipi di rilegature utilizzate meno frequentemente ma che danno caratteristiche particolari ai libri, con lo scopo di aumentare il prestigio e la qualità del prodotto stampato. Tra queste il cosiddetto cartonato svizzero si dimostra interessante, in quanto il fissaggio alla copertina avviene soltanto sulla superficie del corpo inferiore del libro, consentendo al dorso di rimanere libero e quindi di aprirsi completamente sul piano di appoggio. La cucitura delle

segnature è visibile all'apertura della copertina, e la completa apertura delle pagine fornisce il modo migliore per godere delle immagini raccolte nel coffee table book. Il libro pubblicato da Prestel, *Virgil Abloh: Figures of Speech [Special Edition]*, utilizza una rilegatura svizzera, esponendo il dorso del libro dove è incollato un metro da sartoria utilizzato come segnalibro. L'apertura delle pagine consentita da questa rilegatura permette una visione completa delle tavole di studio raccolte dalla collezione del designer a cui il libro è dedicato, senza la necessità di lasciare un grande margine interno nelle pagine.

La confezione bodoniana è un altro metodo di rilegatura usato per libri di un certo pregio, indica un metodo dove viene applicata una garza sul dorso e copertina e retro-copertina, composte da due fogli cartonati, vengono incollate ai due risguardi del libro. Questa rilegatura è abbastanza semplice, ma garantisce la protezione del volume grazie alla resistente copertina.

I coffee table books più particolari utilizzano anche altre diverse confezioni, semplici come una spirale metallica oppure più particolari, studiate e progettate per elevare il prodotto e il contenuto del libro.

Nel volume di Phaidon *Nike: Better is Temporary*, l'autore offre un'esplorazione senza precedenti dietro le quinte della famosa azienda, osservando le diverse innovazioni che definiscono il settore e i prodotti riconosciuti a livello mondiale. L'estetica del libro fa cenno al contenuto con una copertina stampata in serigrafia in diversi strati sovrapposti utilizzando due colori iconici di Nike, e il dorso in gomma trasparente rende visibile una serie di segmenti colorati che fanno parte delle pagine interne.

Anche in questo caso il materiale utilizzato per la copertina rende il prodotto di qualità e resistente sia all'utilizzo che nel tempo.



05

LE CASE EDITRICI



54
55

All'inizio del XX secolo iniziarono a nascere delle case editrici particolari, dedicate a grandi libri illustrati e libri d'arte, progettati per poter dare la possibilità a chiunque di poter ammirare opere e dipinti famosi senza dover andare al museo.

A quel tempo, senza televisioni e ovviamente senza internet, l'unica possibilità per poter vedere delle opere di Leonardo o Botticelli senza dover recarsi alla Galleria degli Uffizi era attraverso delle immagini stampate o un libro che le raccogliesse.

Case editrici come Phaidon Press (1923), Prestel (1924), Skira (1928) o Citadelles et Mazenod (1936) nacquero con l'idea di creare libri che riportassero nella miglior qualità possibile le opere degli artisti, e questo portava ad utilizzare anche libri di formato più grande.

Inizialmente le tavole illustrate erano stampate separatamente e poi rilegate insieme alle pagine di testo, ma con le nuove tecnologie gli editori iniziarono a stampare le immagini e testi insieme, sulla stessa pagina.

Nella seconda metà del secolo furono sempre più diffuse le case editrici dedicate esclusivamente a libri illustrati, anche grazie all'abbassamento dei prezzi derivato dalle nuove tecniche di stampa e alla maggiore richiesta del pubblico. Nel 1949 furono fondate Abrams Books e Thames&Hudson, ma anche queste nuove case editrici continuarono a dedicarsi a temi classici come quello dell'arte, della scultura e dell'architettura, a cui poi si aggiunse anche il genere fotografico. Nel 1959 nacque la casa editrice Clarkson Potter, seguita da Rizzoli New York nel 1964 e da Chronicle books nel 1967.

Dagli anni '70 sempre più persone godevano di una televisione nelle proprie case, e anche viaggiare diventò sempre più facile ed economico. I libri prodotti dalle case editrici fino ad ora erano delle grandi raccolte, spesso monografiche, legate ai temi classici dell'arte, dell'architettura o della fotografia. Nel 1980 Taschen nasce come negozio di fumetti, ma diventa presto una casa editrice dedicata ai coffee table books, rivoluzionando il mercato. Libri dedicati a diverse tematiche, non più le-

gate ad un mondo classico e museale, ma sorprendenti e innovative. Taschen è stata forse la prima casa editrice a creare libri con gli "effetti speciali", progettati non solo per essere letti, ma anche solo guardati.

Dal 1994 Assouline porta questo concetto al livello successivo, con libri di lusso venduti a prezzi altissimi. Coffee table books che nascono per stupire al primo sguardo, dalla copertina, per decorare in modo personale la propria casa. Non è un caso se poi Assouline si è anche dedicata alla creazione di librerie e oggetti di arredamento, da affiancare ai suoi bellissimi libri.

Anche le case editrici storiche nate come editori d'arte dalla fine degli anni '80 iniziano a trasformarsi, ampliando il proprio catalogo a diverse tematiche, sempre più nuove e diversificate, per adattarsi ad un nuovo tipo di mercato.

Ad oggi le case editrici qui elencate sono tutte diverse tra loro e propongono una grande varietà di generi, formati e materiali, con libri che appartengono alla categoria dei coffee table books. Oltre alle case editrici elencate nel capitolo, è bene citarne anche altre, meno conosciute ma con dei titoli interessanti: Running Press, National Geographic Society, Quirk Books, Simon & Schuster, Mondadori Electa (Rizzoli), HarperCollins, Smith Street Books, Ten Speed Press, Voracious Books, Powerhouse Books, Steidl, Abbeville Press.

Phaidon Press

Fondazione: 1923
Fondatore: Béla Horovitz,
Ludwig Goldscheider
Paese di fondazione: Austria
Sede centrale: Londra
e New York

La casa editrice fu fondata a Vienna nel 1923 da Béla Horovitz e Ludwig Goldscheider. I primi libri pubblicati non erano libri d'arte ma di letteratura, filosofia e storia, da cui il nome Phaidon, che è la traduzione tedesca del nome Fedone (allievo di Socrate e relatore nel dialogo di Platone sull'immortalità dell'anima). Questo nome riflette l'amore per la classicità e la cultura. Fin dalla fondazione una grande attenzione è stata data alla progettazione e al valore dei libri, due fattori che continuano a essere molto importanti ancora oggi.

L'obiettivo dei fondatori era quello di creare libri di qualità ad un prezzo conveniente, senza tralasciare l'eleganza e la precisione. Nel 1930 iniziano ad espandere il programma editoriale aggiungendo nei loro libri delle tavole illustrate o fotografie. Così nacquero i primi "coffee table books" della casa editrice, biografie di Raffaello e di Michelangelo. Nel 1937, con l'avanzamento della tecnologia, iniziarono a produrre libri di grande formato con delle stampe straordinariamente dettagliate, su Van Gogh, Botticelli e gli impressionisti francesi. Con la seconda guerra mondiale e l'arrivo dei nazisti a Vienna, Horovitz fu costretto a spostare la casa editrice in Inghilterra. Negli anni successivi la casa editrice continuò a creare grandi libri illustrati. Il giro di boa fu nel 1951, quando Phaidon pubblicò il suo primo libro a colori per un grande pubblico ad un basso prezzo. Horovitz morì improvvisamente nel 1955 e suo genero, Harvey Miller, prese la direzione della casa editrice. Nel 1967 Phaidon viene venduta a Frederick Praeger Inc, una sussidiaria della Encyclopaedia Britannica. Dal 1970 il catalogo si espande sempre di più, sia nel senso di tematiche che di quantità. Nel 1990 l'imprenditore Richard Schlagman compra Phaidon Press, con l'obiettivo di ristabilirla come principale editore di coffee table books. L'azienda riconquista il successo originale grazie al ritorno dei valori tradizionali di Phaidon, che ancora oggi continua a pubblicare titoli di design a prezzi sempre accessibili.

Il pubblico di Phaidon è perlopiù americano, ma dal 2014, il nuovo CEO Keith Fox ha affermato di vo-

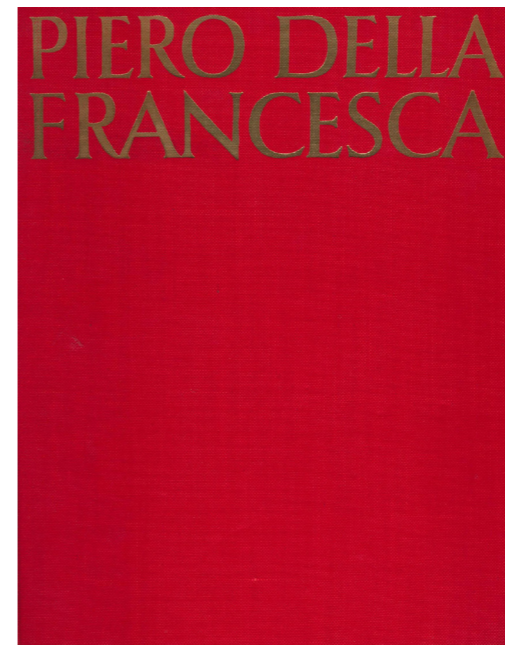
imm. 53 *Piero della Francesca*, Phaidon, 1951.

imm. 54 *Atlas of Mid-Century Modern Houses*, Phaidon, 2019.

imm. 55 *Anni & Josef Albers*, Phaidon, 2020.

imm. 56 *The Art Book*, Phaidon, 2020.

imm. 57 *The Design Book*, Phaidon, 2020.



53



54



55



56



57

58
59

ler rafforzare la posizione della casa editrice in Europa e in Asia, puntando sulle categorie più amate dal pubblico della casa editrice: arte, fotografia, design, architettura e cucina. Oggi Phaidon ha oltre 1.500 titoli in stampa, tra i quali: *Annie Leibovitz at Work* di Annie Leibovitz, *Animal: Exploring the Zoological World* di James Hanken e *Andy Warhol Giant Size* di Dave Hickey.

Quello che accomuna tutti i libri pubblicati da Phaidon è l'eleganza, coffee table books progettati a regola d'arte, impeccabili, da quelli dedicati all'architettura, ai libri per bambini, ai libri di cucina, curati in ogni dettaglio, dal layout alla copertina. I prezzi rimangono contenuti per la maggior parte delle pubblicazioni, ad eccezione di qualche libro di dimensioni maggiori, come *Atlas of Mid-Century Modern Houses*, o *Rihanna: Fenty x Phaidon*, in questo caso un libro particolare pubblicato dalla casa editrice, accompagnato da un leggio in edizione limitata.

Phaidon ha creato anche delle collezioni dei suoi coffee table books, dei set tematici, come ad esempio *The Essential Art Book Collection*³⁸, una serie composta da otto volumi dedicati al mondo dell'arte, o *Fashion Icons Collection*³⁹, con libri dedicati alla moda, o ancora delle serie composte con il criterio del colore, dove tutte le copertine della collezione sono rosse, gialle o blu, come *The Red Collection* e *The Rainbow Collection*⁴⁰ (questa collezione comprende sette libri con le copertine colorate a formare un arcobaleno). Queste serie sono create per i collezionisti di questi bellissimi libri, ma soprattutto come regali — non a caso la categoria nella quale queste collezioni sono vendute è chiamata “Beautiful Books: Inspired Gift”⁴¹.

³⁸ La serie contiene *The Story of Art: Luxury Edition*, *Vitamin C: Clay and Ceramic in Contemporary Art*, *Painting Beyond Pollock*, *Body of Art*, *Art in Time*, *Art & Place*, *Vitamin T: Threads and Textiles in Contemporary Art* e *Great Women Artists*.

³⁹ La collezione include sei libri: *Kate* by Mario Sorrenti, *Betak: Fashion Show Revolution*, *Yves Saint Laurent Accessories*, *Grace: Thirty Years of Fashion at Vogue*, *Grace: The American Vogue Years* e *Viktor&Rolf Cover Cover*.

⁴⁰ *The Red Collection* fa parte di una collezione basata sul colore, come anche *The Yellow Collection*, *The Blue Collection* e *The Orange Collection*.

⁴¹ Phaidon Press. “Beautiful Books | Inspired Gifts.” Ultima cons. 25 febbraio 2021.

imm. 58 *Architizer. The World's Best Architecture*, Phaidon, 2018.



Prestel Publishing

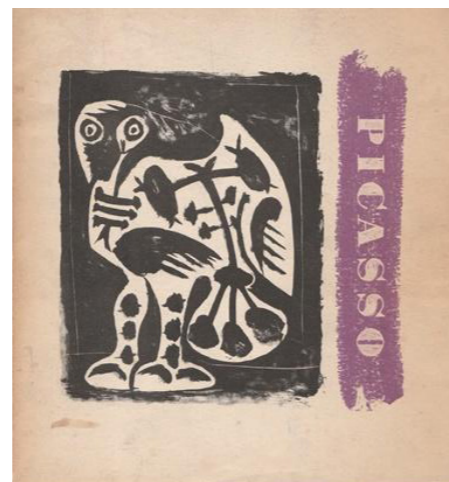
Fondazione: 1924
Fondatore: Hermann Loeb
Paese di fondazione: Germania
Sede centrale:
Monaco di Baviera

Fondata nel 1924 a Francoforte da Hermann Loeb, originariamente la compagnia, chiamata Johann Gottlieb Prestel (in onore del famoso incisore tedesco del diciottesimo secolo), pubblicava stampe antiche. L'editore era noto per il suo alto livello di tecnologia di riproduzione fotomeccanica. Con lo scoppio della seconda guerra mondiale Paul Capellmann, un avvocato di Aquisgrana, requisì la compagnia per conto dei nazisti e nel 1940 la sede della casa editrice si trasferì a Monaco di Baviera, mentre Loeb fuggì in Svizzera. Quando Capellmann morì nel 1947, la sua vedova Georgett e Gustav Stresow, un tipografo e font designer tedesco, presero la direzione della casa editrice ed espansero il programma: da libri su stampe e illustrazioni a nuovi temi che includevano l'architettura, la pittura e la fotografia. Gustav Stresow rimase il direttore della casa editrice fino alla sua morte, l'8 luglio 2010. Nel 1977 Jürgen Tesch fu assunto come consigliere delegato dalla casa editrice ed espanse ancora di più la compagnia, soprattutto nel settore dei cataloghi di mostre, puntando a diventare uno dei principali partner editoriali per i musei del mondo. Un altro passo importante per la casa editrice fu la nascita di un programma editoriale con pubblicazioni in lingua inglese che ne ha permesso la distribuzione nel mercato internazionale.

Oggi l'azienda ha un catalogo di oltre 1000 libri, con più dei tre quarti in lingua inglese. Fin dalle origini Prestel Publishing ha sottolineato l'importanza della qualità nei suoi prodotti, e questo ha valso all'azienda molti premi nel mondo dell'editoria. I libri di Prestel Publishing vengono distribuiti da Penguin Random House, Prestel Publishing Grantham Book Services, così da poter raggiungere tutto il mondo. Tra i libri pubblicati di recente troviamo: *Under One Roof* di Philip Jodidio, *Photography in India* di Nathaniel Gaskell e Diva Gujral, *David Lynch* di David Lynch, Kristine McKenna, Stijn Huijts e Petral Giloy-Hirtz.

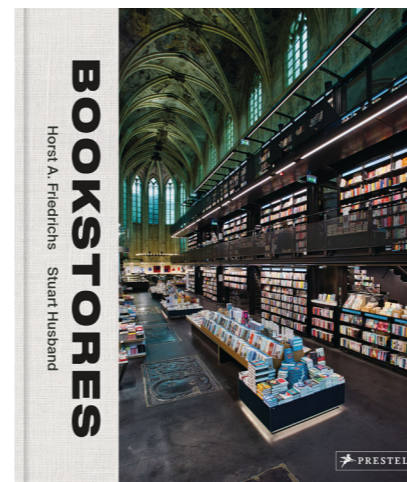
Lo stile di Prestel è molto colorato, i libri pubblicati dalla casa editrice presentano tutti copertine molto di impatto con colori spesso molto accesi. I titoli presenti nel grandissimo catalogo sono in inglese e tedesco. Prestel è ancora oggi uno dei principali editori di coffee table books, e la sua forza è probabilmente nei numeri. Il catalogo di Prestel è uno dei più ampi tra le case editrici di coffee table books, con un grande interesse per i libri illustrati per bambini, libri di architettura e design e libri di viaggio, con una sezione dedicata divisa per luoghi del mondo.

59

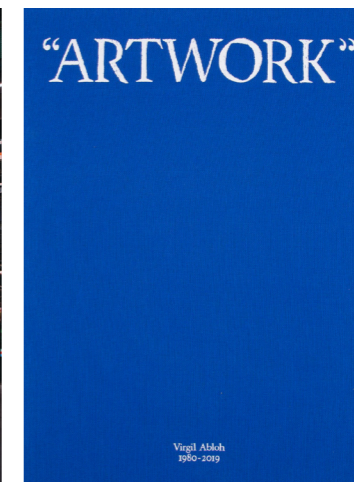


imm. 59 Picasso, Prestel, 1953.
imm. 60 Bookstores, Prestel, 2021.
imm. 61 Virgil Abloh: Figures of Speech, edizione speciale, Prestel.

60



61



62
63

Skira

Fondazione: 1928
Fondatore: Albert Skira
Paese di fondazione: Svizzera
Sede centrale: Milano

Editore svizzero, Albert Skira fondò l'omonima casa editrice nel 1928 a Losanna. Negli anni '30 Skira riuscì ad aprire una sede a Parigi, dove la casa editrice si trasforma in un luogo di incontro per artisti. Nel 1933 Skira collabora con André Breton per la pubblicazione di un nuovo giornale, progettato per essere la rivista d'arte e letteratura più lussuosa che i surrealisti avessero visto, caratterizzata da un formato elegante e molte illustrazioni a colori (l'unica condizione posta da Skira per la sua pubblicazione artistica era il divieto di esprimere opinioni sociali e politiche). Così nacque *Minotaure*, che continuò ad essere pubblicata fino al 1939. Oltre alla rivista, Skira si dedica anche alla pubblicazione di volumi di letteratura e poesia, sia classici che contemporanei, con testi accompagnati da stampe originali dei maggiori artisti dell'epoca: *Les Métamorphoses* di Ovidio illustrate con 30 incisioni originali di Pablo Picasso, *Poesie* di Stéphane Mallarmé con 29 tavole di Henri Matisse e *Yes Chants de Maldoror* di Isidore Lucien Ducasse con 43 incisioni di Salvador Dalí.

Durante la seconda guerra mondiale Skira fu costretta a ridurre le proprie attività. Finita la guerra, quando la casa editrice riprese la produzione a pieno regime, Albert Skira pianificò e diresse la pubblicazione di molte raccolte di libri, tutti sul tema della pittura e della storia dell'arte. I volumi che componevano queste raccolte erano caratterizzati da raffinate illustrazioni a colori di alta qualità. Dopo la morte del fondatore, la casa editrice fu acquistata più volte prima di tornare nella famiglia Skira. Nel 1996 viene venduta un'ultima volta al gruppo italiano Einaudi (poi Mondadori), e oggi ha sede a Milano. In cinque anni la produzione passa da meno di dieci libri all'anno ad oltre duecento. Tra i bestseller della casa editrice troviamo titoli come *Raffaello* a cura di M. Faietti e M. Lafranconi, *Sempre Milan 1899-2019*, di C. Pellegatti e U. Zepelloni e *Lucio Fontana*, a cura di L. M. Barbero.

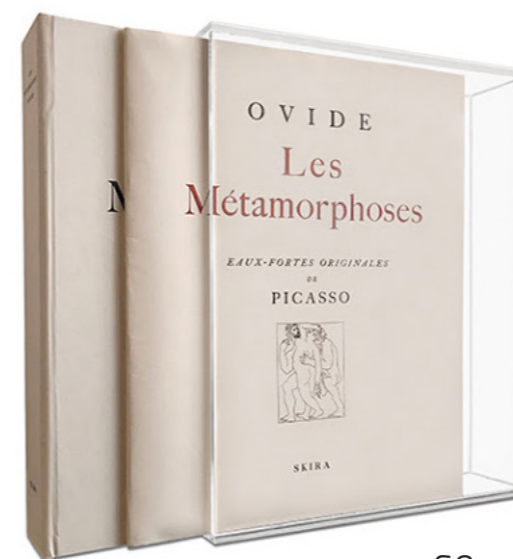
Oggi Skira, che ha un catalogo largamente dedicato al mondo dell'arte, è tra le più conosciute case editrici che pubblicano libri per mostre ed eventi espositivi.

imm. 62 Ovidio, *Les Métamorphoses*, Skira, 2019.

imm. 63 Van Gogh, Skira, 1953.

imm. 64 Ettore Sottsass: *Il Vetro*, Skira, 2017.

Solo alcuni dei libri sono edizioni costose, come *Ovidio. Les Métamorphoses*. Questo libro è tra i bestseller della casa editrice, un'opera in due volumi 240x305 mm contenuta in una scatola di plexiglass trasparente, accompagnata da una brochure illustrata che narra la storia del volume. Il resto del catalogo è composto da libri da prezzi più contenuti e dalla sezione "Limited Edition", con libri accompagnati da stampe d'arte autografate.



62



63



64

64
65

Citadelles et Mazenod

Fondazione: 1936
Fondatore: Lucien Mazenod
Paese di fondazione: Francia
Sede centrale: Parigi

Fondata nel 1936 da Lucien Mazenod, la casa editrice, Édition Mazenod, inizia con il pubblicare la collezione monografica *The Gallery of Famous Men*, una raccolta che dura circa vent'anni. Nel 1965 la casa pubblica una nuova serie, *L'art et les grandes civilisations*, di cui il primo volume intitolato *Préhistoire de l'art occidental* di André Leroi-Gourhan. La raccolta ebbe un profondo impatto sul mondo dell'editoria dei coffee table books, e con cinquant'anni di storia e dopo una cinquantina di titoli, questa collezione è diventata un punto di riferimento nel mondo della storia dell'arte. Édition Mazenod, sviluppando una politica unica nel panorama editoriale francese, si rivolge ai migliori autori, francesi o stranieri, per creare i suoi libri. Nel 1984 François de Waresquiel assume la gestione della casa editrice, cambiando il nome in Citadelles et Mazenod, unendo l'attenzione per la tradizione e la qualità con la ricerca e l'innovazione.

Dal 2010 la casa cerca di produrre sempre più libri e ampliando il catalogo, passando dalla pubblicazione di un libro all'anno a circa una dozzina.

Le tematiche sono dedicate soprattutto all'arte e alla storia, con una serie dedicata agli artisti e all'arte, i cui i libri sono racchiusi da una bellissima scatola stampata.

I prezzi dei libri della casa editrice sono di una fascia di prezzo superiore rispetto ad altre, con cifre che partono dai €50.

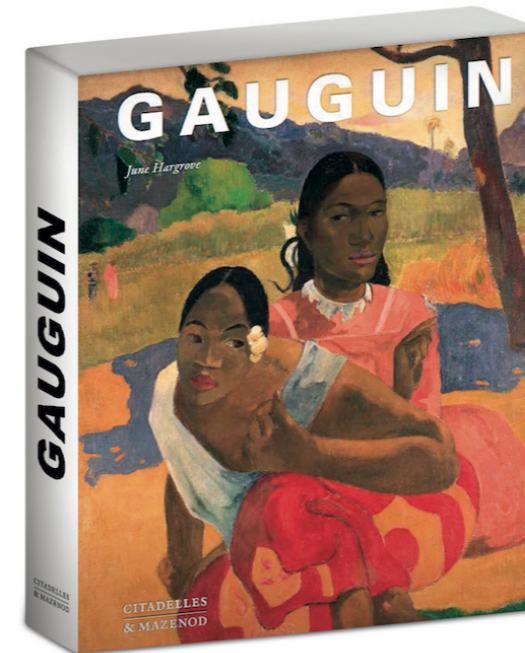
Tra i bestseller della casa editrice citiamo: *Animaux Cachés*, *Animaux Secrets* di Nadeije Laneyrie-Dagen, *La Bible et les Peintres de la Renaissance* di Jean Delumeau e *Pour un Herbarier* di Colette e acquarelli di Raoul Dufy.

imm. 65 *Gauguin*,
Citadelles&Mazenod, 2003.

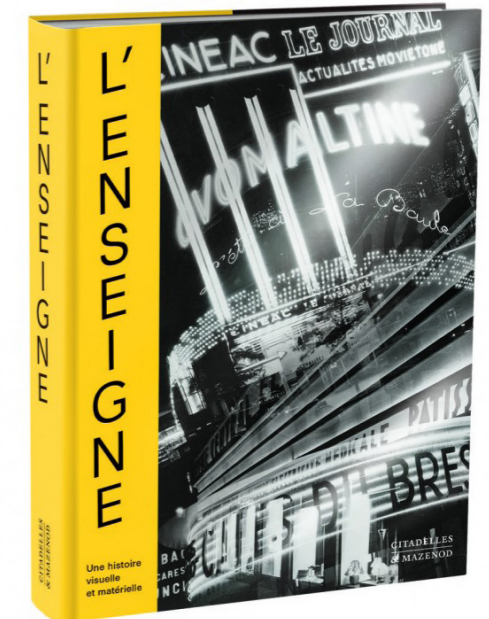
imm. 66 *L'Enseigne*,
Citadelles&Mazenod, 2020.

imm. 67 *Le Trésor de Toutankhamon*,
Citadelles&Mazenod, 2020.

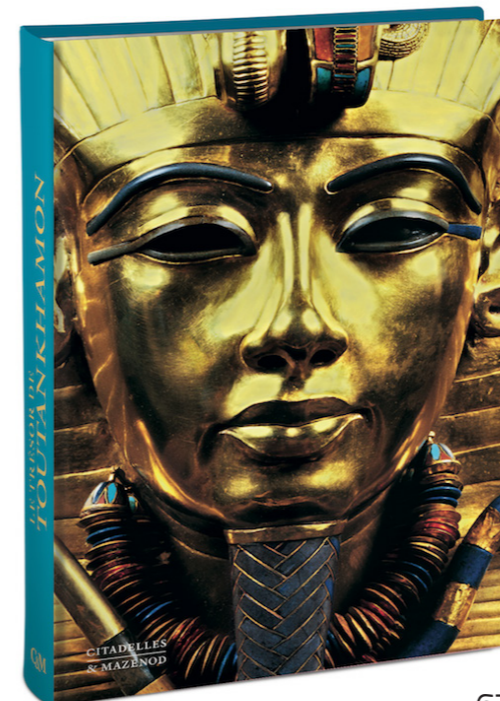
imm. 68 *L'Art du Design*,
Citadelles&Mazenod, 2013.



65



66



67



68

66
67

Hatje Cantz

Fondazione: 1945
 Fondatore: Gerd Hatje
 Paese di fondazione: Germania
 Sede centrale: Berlino
 e Stoccarda

La casa editrice è stata fondata nel 1945 da Gerd Hatje, da prima con il nome Humanitas Verlag, poi dal 1947 come Verlag Gerd Hatje. Il programma editoriale era concentrato sulle belle arti, l'architettura moderna ed il design internazionale. Hatje mantenne molti contatti con numerosi artisti, tra cui Le Corbusier, Alberto Giacometti e Henri Matisse. Dagli anni '80, con il fiorente mercato dell'arte si espande il catalogo dei libri Hatje, creando un nuovo campo di attività con l'*Edition Cantz*. Inizialmente la casa editrice Gerd Hatje e l'*Edition Cantz* funzionavano indipendentemente l'una dall'altra, ma dal 1995, la nuova direttrice e storica dell'arte Annette Kulenkampff ha incorporato le due figure creando un programma unito per le case editrici. In qualità di editore, Kulenkampff ha rafforzato le collaborazioni con i musei internazionali ed ha ampliato la produzione di edizioni da collezione.

Il loro programma editoriale prevede libri di generi differenti, tra cui arte, fotografia, architettura e design.

I libri prodotti dalla casa editrice sono molto differenti tra loro, e anche i costi fluttuano da libri molto economici (*Gli Svizzeri*, 14.95€) a libri leggermente più

importanti (*Tintoretto: the Gonzaga Cycle*, 68.00 €). Alcuni dei loro titoli più recenti includono: *Altered States* a cura di Milena Mercer, *Yan Wang Preston: Mother River* a cura di Nadine Barth, e *Christoph Faulhaber: A Golden Age* a cura di Sabine Maria Schmidt.

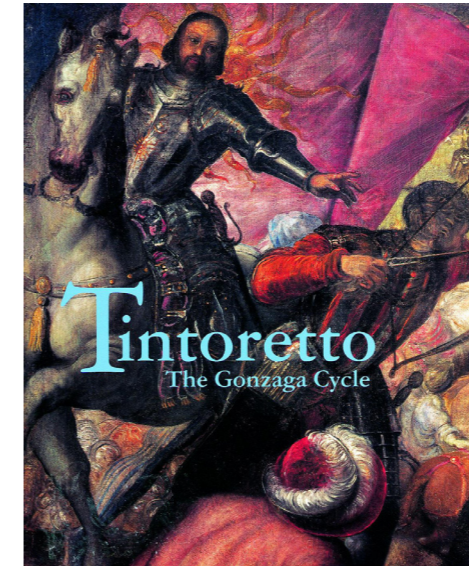
imm. 69 *Die Schweizer*, Hatje Cantz, 2013.

imm. 70 *Piet Mondrian-Barnett Newman-Dan Flavin*, Hatje Cantz, 2013.

imm. 71 *Tintoretto: The Gonzaga Cycle*, Hatje Cantz, 2000.

imm. 72 *Vogue 100*, Hatje Cantz, 2016.

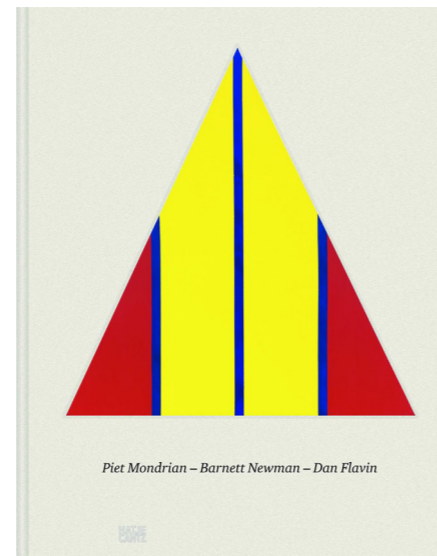
imm. 73 *It's All One History, Almost*, Hatje Cantz, 2017.



71



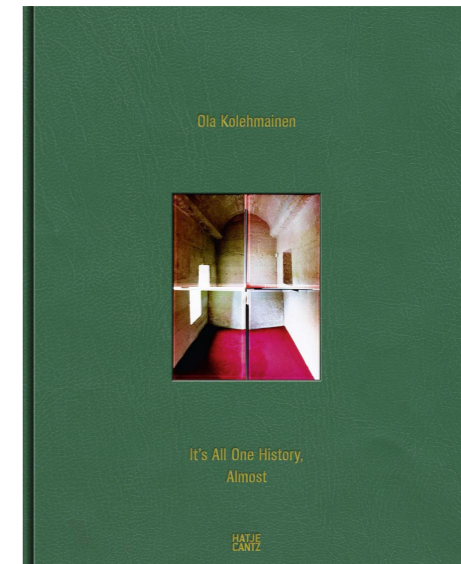
69



70



72



73

68
69

Abrams Books

Fondazione: 1949
Fondatore: Harry N. Abrams
Paese di fondazione:
Stati Uniti d'America
Sede centrale: New York City

Abrams Books (prima conosciuta come Harry N. Abrams, Inc., o HNA) è una casa editrice americana fondata nel 1949. Fu la prima casa editrice negli USA a specializzarsi nella creazione e nella distribuzione di libri d'arte. I primi titoli pubblicati dalla casa editrice furono dedicati ai grandi maestri dell'arte, tra cui Renoir, Van Gogh e El Greco, prodotti in 25.000 copie per artista. Nel 1997 la Abrams Books è stata acquisita da una casa editrice francese, La Martinière Groupe, poi nel 2018 è stata ceduta ad un'altra casa editrice, The Overlook Press, americana, fondata nel 1971 e famosa per aver prodotto libri che non venivano considerati da case editrici più grandi. Negli ultimi anni la Abrams Books ha pubblicato molti coffee table books su un'ampia varietà di temi e generi. L'azienda continua a pubblicare opere acclamate dalla critica e bestseller nei settori dell'arte, della fotografia, della cucina, dell'artigianato, dei fumetti, del design di interni e giardini, dell'intrattenimento, della moda e della cultura popolare e libri per bambini.

La Abrams si divide in diversi rami, ognuno dedicato a libri di genere diverso. Abrams è dedicata alla pubblicazione di splendidi coffee table books con un'ampia varietà di argomenti (arte, fotografia, design, natura, ecc.), Adams Appleseed è dedicata a libri per bambini, Abrams Comicarts pubblica graphic novels e fumetti e Abrams Image si occupa invece di pubblicazioni legate ai trends del momento e alla Pop Culture.

I libri di Abrams Books sono molto differenti, in termini di tematica, formato e design. Si può trovare un libro orizzontale come *BEACHES* (un racconto fotografico delle spiagge del mondo) o un libro quasi quadrato dedicato alla storia di una delle serie più amate *The Simpson Family History* o ancora *Japanese Design Since 1945*, un libro più elegante, dedicato al design giapponese dalla metà del XX secolo.

I gusti e il trattamento delle tematiche rendono Abrams Books una casa editrice che guarda particolarmente ad un target di ragazzi e giovani adulti (millennials), con interesse verso il cinema, la cultura popolare e lo spettacolo.

imm. 74 *BEACHES*, Abrams Books, 2016.

imm. 75 *The Wes Anderson Collection*, Abrams Books, 2013.

imm. 76 *Japanese Design since 1945*, Abrams Books, 2020.

Alcuni tra i titoli più venduti sono: *The Art of Walt Disney* di Christopher Finch, *Louis Vuitton: the Birth of Modern Luxury* di Paul-Gerard Pasols e Pierre Leonforte, *The Wes Anderson Collection* di Matt Zoller Seitz.



74



75



76

70
71

Thames & Hudson

Fondazione: 1949
Fondatore: Walter Neurath,
Eva Neurath
Paese di fondazione:
Inghilterra
Sede centrale: High Holborn

Walter Neurath gestiva una galleria d'arte e pubblicava libri illustrati nella sua città natale, Vienna. Nel 1938 si trasferì a Londra, inizialmente lavorando come direttore di produzione per Adprint (un'azienda fondata dal collega emigrato viennese Wolfgang Foges). Neurath fu pionieri del concetto di quello che oggi è noto come book packaging (o co-edition publishing), in cui le idee dei libri sono concepite, commissionate, prodotte e vendute a editori che operano in diversi mercati e in diverse lingue, al fine di creare grandi tirature e ridurre i costi di produzione. Il desiderio di portare avanti questo concetto del book packaging e riconoscendo la necessità di ammortizzare gli alti costi di produzione dei coffee table books, Neurath fonda la sua casa editrice nel 1949, con uffici a Londra e New York. Il nome, Thames & Hudson, rappresenta la sua visione internazionale unendo i nomi dei fiumi che scorrono rispettivamente a Londra e New York, nel logo rappresentati con due delfini, simbolo di amicizia ed intelligenza. La sua missione era quella di creare un "museo senza pareti", rendere accessibile ad un vasto pubblico di lettori il mondo dell'arte e della ricerca. Dei dieci titoli pubblicati nel primo catalogo di Thames & Hudson nel 1950, *English Cathedrals* con fotografie di Martin Hürlimann, fu il primo e quello con maggiore successo, rimase in stampa per circa 20 anni, fino al 1971. Dai 10 titoli pubblicati nel 1950 si passa a 144 libri nell'arco di cinque anni. Nel 1958 Thames & Hudson lancia quella che è ancora una delle sue serie più popolari, *World of Art*, che è diventata la spina dorsale di un catalogo sempre più ampio. Caratterizzata da dimensioni tascabili e copertine flessibili, la serie include ad oggi oltre 300 titoli. Un'altra serie di volumi importanti è *Ancient People and Places* a cura di Glyn Daniel, che approfondisce il tema dell'archeologia e della storia in più di 100 libri pubblicati. Dopo avere costruito una delle più importanti case editrici d'Europa in meno di vent'anni, Walter Neurath muore nel 1967, lasciando la presidenza della società alla moglie, Eva Neurath. Il figlio Walter diventa amministratore delegato, mentre la figlia, Con-

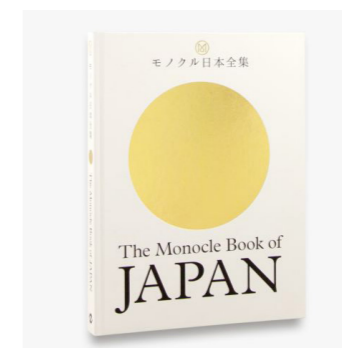
imm. 77 *The Iconic American House*, Thames & Hudson, 2020.
imm. 78 *The Monocle Book of Japan*, Thames & Hudson, 2020.
imm. 79 *Abstract Art: a Global History*, Thames & Hudson, 2020.
imm. 80 *World of Art: Contemporary African Art*, Thames & Hudson, 2020.
imm. 81 *Indoor Green: Living with Plants*, Thames & Hudson, 2016.

stance, lavora come art director per diversi decenni.

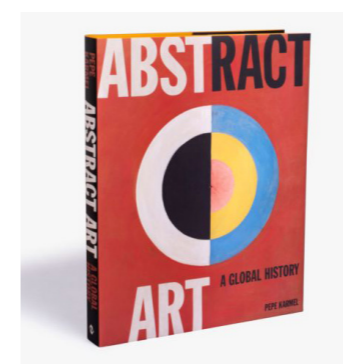
Oggi è ancora un'azienda indipendente a conduzione familiare, e uno dei principali editori mondiali di coffee table book, con oltre 2000 titoli in stampa. I libri trattano di tutte le aree della creatività visiva, come: arti (belle, applicate, decorative, performative), architettura, design, fotografia, moda, film, musica, archeologia, storia e pop culture. Ma il catalogo è ancora più ampio, con sezioni come medicina, storia antica, antropologia, gioielleria, spiritualismo, televisione o trasporti. Con un catalogo così vario anche i libri sono diversi tra loro, con titoli a vari prezzi di mercato. Alcuni dei più venduti: *Chanel* di Danièle Bott, *The Boy Who Bit Picasso* di Antony Penrose, e *Chineasy* di ShaoLan.



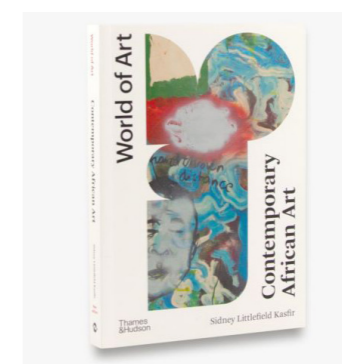
77



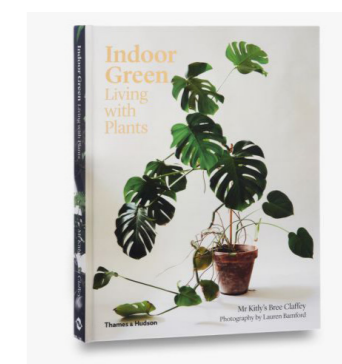
78



79



80



81

72
73

Clarkson Potter

Fondazione: 1959
 Fondatore: Clarkson N. Potter
 Paese di fondazione:
 Stati Uniti d'America
 Sede centrale: New York City

La Clarkson Potter fa parte del gruppo sussidiario della Penguin Random House chiamato Crown Publishing Group. Clarkson Potter è l'unica casa editrice del gruppo dedicata al lifestyle. La casa editrice, fondata nel 1959, ad oggi vanta una comunità di bestselling chefs, designers, artisti e scrittori.

Il loro catalogo è molto diversificato, ma allo stesso tempo commerciale; include libri di cucina, libri regalo e prodotti da cancelleria. Che sia elegante o tagliente, stravagante o classico, ogni libro di Clarkson Potter crea un processo di collaborazione unico tra gli autori e gli editori, che si traduce nella nascita di libri da regalare e collezionare.

Anche se i libri più venduti sono soprattutto dedicati al cibo e alle ricette, la casa editrice si dedica anche libri di fotografia o di design più importanti, anche per i prezzi.

Il catalogo ha perlopiù costi molto contenuti, ma alcune edizioni come *Edge of Order* o *The Finer Things*, libri da collezione con copertine particolari e progetti più sofisticati raggiungono anche prezzi più elevati.

Alcuni dei loro libri più venduti sono: *Am I There Yet?* *The Loop-de-Loop*, *Zigzagging Journey to Adulthood* di Mari Andrew, *Deep Dark Fears* di Fran Krause e *The Acrylic Painter* di James Van Patten.

imm. 82 *The Finer Things*, Clarkson Potter, 2016.

imm. 83 *Patterns of India*, Clarkson Potter, 2020.

imm. 84 *Made for Living*, Clarkson Potter, 2020.

imm. 85 *Wine Simple*, Clarkson Potter, 2019.

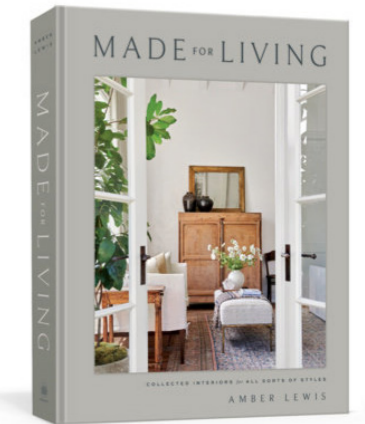
imm. 86 *Edge of Order*, Clarkson Potter, 2018.



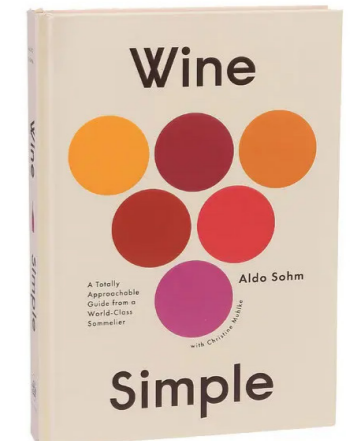
82



83



84



85



86

74
75

Rizzoli New York

Fondazione: 1964
Fondatore: Angelo Rizzoli
Paese di fondazione:
Stati Uniti d'America
Sede centrale: New York City

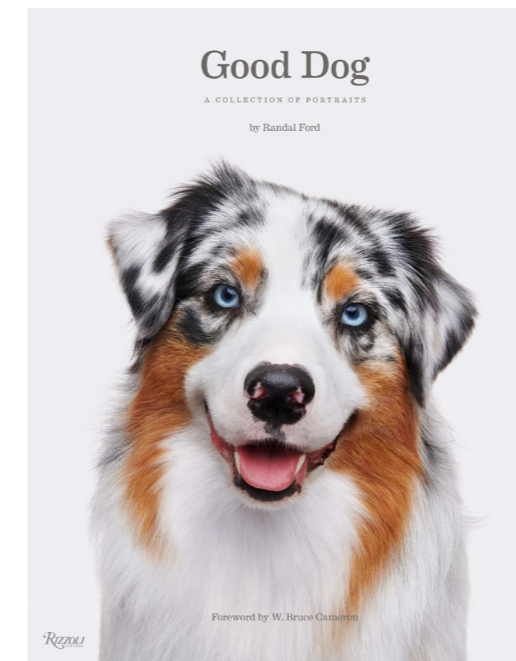
Rizzoli New York si unì alle prestigiose istituzioni americane, come Tiffany e Cartier, quando aprì il Rizzoli Bookstore sulla Fifth Avenue nel 1964. Il negozio attirava migliaia di clienti nel suo bellissimo edificio costruito da Albert S. Gottlieb ed ispirato allo stile classico della Parigi del 19esimo secolo. I grandiosi pavimenti di marmo, i pannelli di quercia e gli scintillanti candelabri degli interni furono progettati da Ferdinand Gottlieb (nessuna relazione con Albert). Negli anni successivi il suo edificio storico a New York divenne il centro dell'espansione americana dell'azienda. Infatti Rizzoli iniziò ad aprire altre librerie in tutta l'America (Chicago, Boston, Beverly Hills, Santa Monica, San Francisco, Washington D.C. e molte altre città) e nel 1974 fonda Rizzoli New York, che inizia la sua attività editoriale autonoma, diventando una casa editrice leader nei settori della moda, dell'interior design, della cucina, dell'arte, dell'architettura e della fotografia. Nel 1985 la sede fu costretta a trasferirsi dal suo storico edificio, che doveva essere demolito per fare posto a nuovi grattacieli, ma fu salvato all'ultimo minuto perché dichiarato come uno dei landmarks ufficiali della città. Nel 1990 la Rizzoli's Universe Publishing aggiunse una nuova impronta alla sede della casa editrice newyorkese, segnando l'ingresso di Rizzoli nei campi della pop-cultura, dell'umorismo, della bellezza, dello sport, delle arti e spettacolo, dell'alternative lifestyles e anche un programma di calendari. Nel 2001 Rizzoli chiuse quasi tutti i suoi store americani, lasciando solo la sede di New York. Nel 2010 all'interno del negozio fu aperta una nuova boutique di Eataly, affiancata a quasi 400 titoli pubblicati dalla casa editrice sul tema food & drink. Un nuovo negozio aprì nel 2012 in Saks Fifth Avenue, con una selezione di coffee table books su fashion, design, intrattenimento, interiors design e viaggi. L'11 aprile 2014, Rizzoli chiude il suo flagship store in West 57th Street a New York, con la scadenza del suo contratto di locazione. La New York City Landmark Preservation Commission aveva rifiutato di garantire lo status di landmark all'edificio, e i proprietari del palazzo poco dopo la chiusura della libreria

imm. 87 *Good Dog: a Collection of Portraits*, Rizzoli New York, 2020.

imm. 88 *Style on the Street. From Tokyo and Beyond*, Rizzoli New York, 2020.

demolirono l'edificio. La decisione fu criticata da molte persone, soprattutto dal comitato editoriale del New York Times. La nuova sede di Rizzoli è stata aperta nel luglio del 2015 a Broadway.

Rizzoli ha pubblicato un'ampia raccolta di libri da tavolino coinvolgenti e magistralmente progettati. Il catalogo propone copertine molto diverse tra loro, ognuna progettata alla perfezione per la tematica affrontata. I prezzi del catalogo oscillano intorno ai \$60 per ogni volume, con alcuni coffee table books a prezzi più alti — come *Vintage Rolex* a \$200.00 — ed altri a prezzi più commerciali — come *Creating Beauty* a \$22.98. Alcuni dei loro titoli pubblicati includono: *Day Gardens: High Style for Low Water Gardens* di Daniel Nolan, *Encyclopedia of Chocolate: Essential Recipes and Techniques* di Ecole Grand Chocolate Valrhona e *Tom Wesselmann: Standing Still Lifes* di Ara H. Merjian.



87



88

76
77

Chronicle Books

Fondazione: 1967
 Fondatore: Phelps Dewey
 Paese di fondazione:
 Stati Uniti d'America
 Sede centrale: San Francisco

Chronicle Books è una casa editrice indipendente con sede a San Francisco. Fu fondata nel 1967 da Phelps Dewey, un executive della Chronicle Publishing Company⁴². Nel 1999 la casa editrice fu comprata da Nion McEvoy (il pronipote di M.H. de Young, il fondatore del *Daily Dramatic Chronicle*⁴³) da altri membri della famiglia che stavano vendendo i beni aziendali. All'epoca Chronicle Books pubblicava circa 300 titoli all'anno. Chronicle Books pubblica libri di diverso genere, ma con un accento molto giovanile, sia per le tematiche trattate che per il loro sviluppo.

I prezzi del catalogo sono molto accessibili, con moltissimi titoli per ogni categoria, soprattutto nel settore lifestyle, con volumi dedicati alla moda, alla casa, ai viaggi o al sesso.

Tra i bestseller di Chronicle Books possiamo trovare: *History as They Saw It: Iconic Moments from the Past in Color* di Wolfgang Wild e Jordan Lloyd, *Heritage Baking* di Ellen King e Amelia Levin, e *Bibliophile: An Illustrated Miscellany* illustrato da Jane Mount.

⁴² The Chronicle Publishing Company era una società dedicata alla stampa e trasmissione radiotelevisiva di notizie con sede a San Francisco, California. Fu fondata dai fratelli Charles e Michael H. De Young nel 1865, ed è rimasta attiva fino al 2000.

⁴³ Nato come The Daily Dramatic Chronicle, oggi il quotidiano è conosciuto come San Francisco Chronicle, ed è l'unico quotidiano che copre la città e la contea di San Francisco. Oggi il giornale è di proprietà della Hearst Communications.

imm. 89 *Chinatown Pretty*, Chronicle Books, 2020.

imm. 90 *Everything She Touched: The Life of Ruth Asawa*, Chronicle Books, 2020.

imm. 91 *Icons: 50 Heroines who shaped contemporary culture*, Chronicle Books, 2020.

imm. 92 *Creative Spaces*, Chronicle Books, 2020.

imm. 93 *Floret Farm's: A Year in Flowers*, Chronicle Books, 2019.



89



90



91



92



93

Taschen

Fondazione: 1980
Fondatore: Benedikt Taschen
Paese di fondazione: Germania
Sede centrale: Colonia

«We're a typical backlist publisher, a publisher that lives off what it's done before, and most books can only work economically if they stay in the program for years.» B. Taschen.

Taschen è considerata da molti la maggiore casa editrice di coffee table books. La casa editrice nacque come Taschen Comics, un negozio aperto da Benedikt Taschen nel 1980 a Cologne (Germania) per vendere la sua grande collezione di fumetti rari ma anche nuovi. Già l'anno successivo Taschen collabora con Ludwig Könemann, un giovane brillante pieno di idee non convenzionali, responsabile della distribuzione internazionale, Hubertus Röder, che si occupa di amministrazione e finanza ed infine Michael Kriegeskorte, a capo del design e della produzione. Iniziano anche ad auto-produrre i cataloghi dei loro fumetti. Dopo l'apertura del nuovo negozio nel 1982 e un paio d'anni di insuccesso, nel 1984 Benedikt Taschen compra 40000 copie avanzate di un libro su Margritte, e tutte vengono rivendute. Nel 1985 Ingo F. Walther diventa editore a Taschen e crea il primissimo libro originale della casa editrice e il primo libro della collezione *Basic Art*, *Picasso: the Genius of the Century* (tradotto in 25 lingue ed oggi ancora in stampa), seguito poco dopo da altri due libri della serie, *Salvador Dali* e *Vincent van Gogh*, venduti al prezzo di 9,99 marchi tedeschi. Riferendosi alla serie *Basic Art*, Benedikt Taschen commentò così:

In the beginning, we had tried to buy licenses from other publishers, but they didn't want to sell us anything, so we then had to start publishing ourselves, which was also much better. That way we could produce the books exactly as we saw fit.

Alla fine degli anni '80 la casa editrice è famosa in tutta la Germania per i suoi libri. Il segreto del successo di Taschen fin dalla sua fondazione è legato anche ai prezzi molto bassi dei libri. Per mantenere i costi così bassi, la casa editrice produce un'elevata tiratura iniziale, che va da 50.000 a 100.000 copie, sfruttando un layout

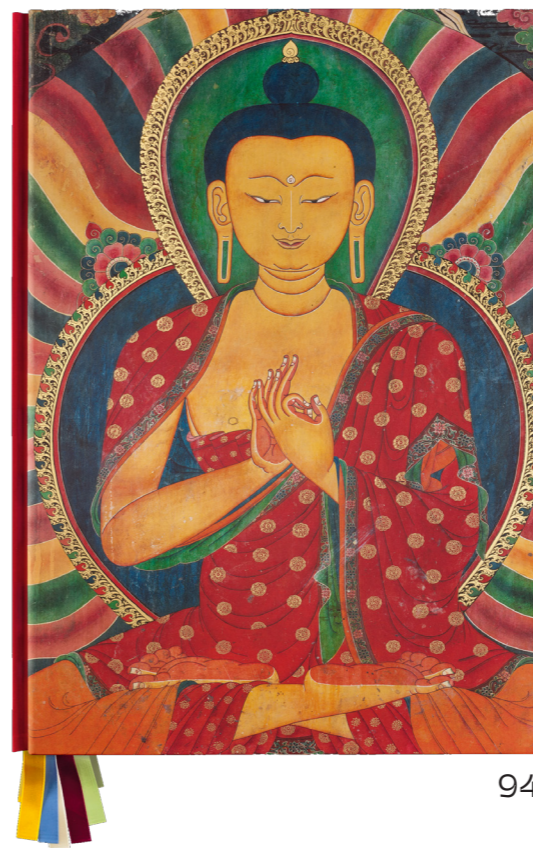
imm. 94 *Murals of Tibet*, Taschen, 2019.

imm. 95 *Entryways of Milan*, Taschen, 2017.

imm. 96 *Basic Art: Bauhaus*, Taschen, 2015.

imm. 97 *Cabinet of Natural Curiosities*, Taschen, 2015.

imm. 98 *The Package Design Book 6*, Taschen, 2021.



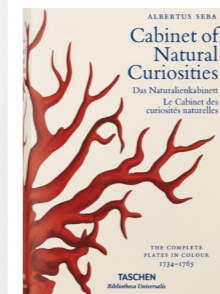
94



95



96



97



98

80
81

semplice e a basso costo. Tuttavia gli standard della qualità della stampa e dei contenuti — sia testuali che visivi — rimangono elevati.

I libri rimangono poco costosi anche perché venduti in 100 paesi, tutte le pubblicazioni sono infatti tradotte in almeno tre lingue. Questo successo ha spinto molti editori a imitare la strategia di Taschen, così la casa editrice ha iniziato ad intraprendere anche un'altra strada, quella dei libri esclusivi ad edizione limitata.

Nel 1999 nasce il formato SUMO, un'edizione di grande formato e autografata dall'artista, venduta a prezzi più elevati. Il primo libro dell'edizione SUMO è stato *Helmut Newton*, con una tiratura limitata a 10.000 copie, esaurite in poco tempo. Dopo il successo del primo libro formato esclusivo, altri libri si aggiungono alla lista dei titoli SUMO: *GOAT. The Greatest of All Time: A Tribute to Muhammad Ali*, *Annie Leibovitz*, *David Hockney: A Bigger Book* e il più recente *Thomas Laird. Murals of Tibet*.

Probabilmente l'editore più estremo di tutti, Taschen non ha paura di presentare la pornografia allo stesso modo della pop art, degli interni di palazzi residenziali o di vasi antichi. Le offerte della casa editrice includono volumi sulla Bibbia di Lutero del 1534, oltre a libri sul fotografo fetish Elmer Batters. Questa ampiezza di temi è volta a catturare una grande varietà di interessi, uno dei punti di forza della casa editrice.

«The fact that we have spanned this arc from small to large, from conservative to progressive, from high to low, is something we are proud of» Benedikt Taschen.

Taschen ha avuto anche degli insuccessi, uno dei quali il libro fotografico *Cologne Bachelors* (titolo originale *Kölner Junggesellen*), una guida alla città degli uomini single. Ma per la maggior parte del tempo Taschen ha visto il successo.

Nel 2000 si espandono i temi presenti nel catalogo, con libri su film, musica, personaggi famosi e molto altro. La casa editrice produce anche libri dal prezzo più basso come i volumi che fanno parte di *Basic Art*, *Basic Architecture* e *Bibliotheca Universalis*, una serie compo-

sta dai libri più popolari venduti in un formato più piccolo e conveniente.

Taschen ha aperto altri negozi in tutto il mondo, come a Beverly Hills, Hong Kong, Londra, Milano e altre città. Benedikt Taschen è stato uno dei primi a espandere il mercato mondiale del libro, anche attraverso i numerosi negozi sparsi nel mondo.

Dal 2014 Taschen è il leader di mercato mondiale nel settore dei coffee table books, con oltre 20 milioni di libri venduti ogni anno. Tra i più venduti troviamo: *Star Wars Archives: 1977-1983* di Paul Duncan, *The World's Most Beautiful Libraries* di Georg Ruppelt ed Elisabeth Sladek, e *Walt Disney's Mickey Mouse: The Ultimate History* di David Gerstein, JB Kaufman e Daniel Kothenschulte.

La forza di Taschen sta quindi nella diversità dei prodotti, in ogni senso, dall'argomento trattato alle dimensioni dei libri al prezzo. La casa editrice propone libri al prezzo di €12, come i libri della serie *Basic Art* — libri con meno pagine rispetto ad altri (100 pagine circa di media) dalle dimensioni di 210x260 mm — o come i libri della serie *Bibliotheca Universalis* — al prezzo di €15, con un formato più piccolo, 140x195 mm, ma con molte più pagine (questi libri hanno intorno alle 600 pagine) — a libri delle serie SUMO, BABY SUMO o XXL, di dimensioni massicce, con prezzi che superano il migliaio di euro. Taschen si rivolge ad una fetta molto grande di mercato, attirando sia persone interessate a libri più economici, sia collezionisti affiatati di coffee table books.

Chronicle Lars Müller Publishers

Fondazione: 1983
Fondatore: Lars Müller
Paese di fondazione: Svizzera
Sede centrale: Zurigo

Lars Müller Publishers è una casa editrice attiva a livello internazionale, dapprima con sede a Baden (Svizzera), poi dal 2012 con sede a Zurigo. Nasce nel 1983, dalla passione per i libri del designer Lars Müller. La casa editrice è famosa per pubblicazioni molto curate e progettate su design, architettura, fotografia, arte contemporanea a società. Il programma editoriale riflette gli interessi del fondatore, documentando gli sviluppi storici e i fenomeni contemporanei e presentando lavori affascinanti sulle arti visive e sulla progettazioni di oggetti e ambiente, esplorandone la rilevanza sociale e culturale. Alcuni dei libri realizzati dalla casa editrice sono progettati in stretta collaborazione con autori e artisti, altri sono realizzati per delle istituzioni, come il Museum für Gestaltung Zürich (Museo del Design di Zurigo) o il Bundesamt für Kultur (Ufficio Federale della Cultura Svizzera). Dal 2005 Birkhäuser Verlag⁴⁴ deteneva una quota di maggioranza della casa editrice, ma la restituì al fondatore nel 2009.

Il catalogo della casa editrice è più di nicchia rispetto ad altre, i libri sono progettati in modo particolare, meno commerciale. I coffee table books di Lars Müller Publishers di avvicinano di più a dei libri d'arte o dei progetti di design, più profondi che al solo scopo commerciale. Da segnalare infatti che la casa editrice si dedica anche alla stampa e alla vendita di veri e propri manuali grafici, quasi ad ammicciare al prototipo di cliente dell'azienda, una persona interessata alla grafica e al design, che possa essere interessata a questi libri più sofisticati.

I prezzi rimangono comunque molto contenuti, con libri come *BIG-GAME: Everyday Objects* (25.00€) o il più caro *Between Land and Sea* (45.00€).

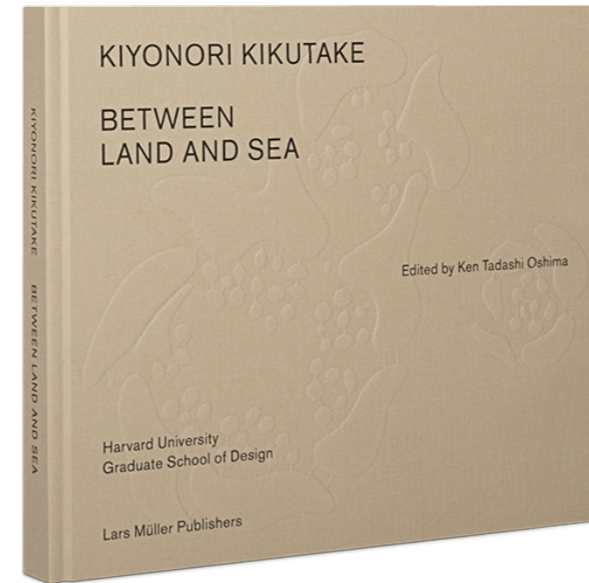
Tra i libri più conosciuti della casa editrice troviamo *Swiss Graphic Design* o *Story of a Typeface: Helvetica forever*.

⁴⁴ Birkhäuser era una casa editrice svizzera, fondata nel 1879 da Emil Birkhäuser. La casa editrice è fallita nel 2012 per difficoltà economiche.

imm. 99 *Between Land and Sea*, Lars Müller Publishers, 2015.

imm. 100 *Protest. The Aesthetic of Resistance*, Lars Müller Publishers, 2018.

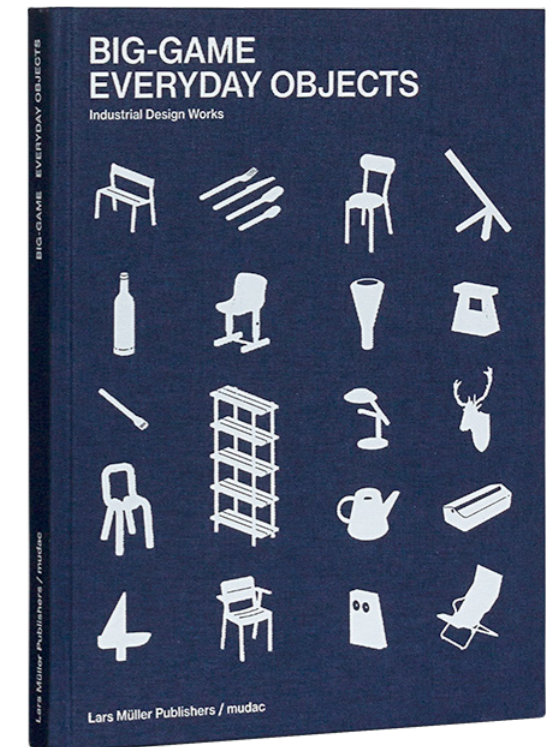
imm. 101 *Big-Game: Everyday Objects*, Lars Müller Publishers, 2019.



99



100



84
85

101

Assouline

Fondazione: 1994
Fondatore: Prosper Assouline,
Martine Assouline
Paese di fondazione: Francia
Sede centrale: New York City

«We created this company to be the first luxury brand on culture.» Queste le parole dei fondatori di Assouline, casa editrice di coffee table books di lusso, fondata nel 1994. Nata in un seminterrato parigino dai coniugi Martine e Prosper Assouline, la casa editrice ha aperto il primo ufficio a Parigi un anno dopo, pubblicando il libro *La Colombe d'Or*, che racconta la storia dell'hotel nel sud della Francia preferito della coppia Assouline. Il libro illustrato include fotografie di Prosper e testi di Martine. Nel 1996 pubblicano la prima serie di libri: la collezione *Memoire*, composta da volumi incentrati su individui e aziende dei settori dell'arte, della moda, della gioielleria e del design. Tra queste prime pubblicazioni troviamo libri su Alaïa, Chanel, Vionnet e Dior. La collezione, disponibile in 10 lingue diverse, ha venduto milioni di copie in tutto il mondo. Nel 2007 Assouline ha iniziato una collaborazione con il *Council of Fashion Designers of America*. Nel 2011 Prosper Assouline è stato insignito del titolo di Chevalier des Arts et des Lettres dal ministero della cultura francese per il suo lavoro nell'editoria.

I fondatori della casa editrice non volevano limitarsi a creare i libri da mettere nella libreria, ma anche tutti gli accessori di cui una biblioteca ha bisogno, per realizzare una stanza personalizzata composta da bellissimi libri e accessori per la libreria unici. In collaborazione con i migliori profumieri hanno sviluppato delle candele profumate, con Goyard hanno progettato un baule per trasportare i libri, con Chanel una custodia in pelle trapuntata. Nel 2015 Assouline lancia così una collezione di arredi Haute Couture chiamata *Assouline Interiors*, ora espanso, creando la linea *Lifestyle Assouline*. Ad oggi la casa editrice fornisce anche una collezione di mobili, perfetti per i loro coffee table books.

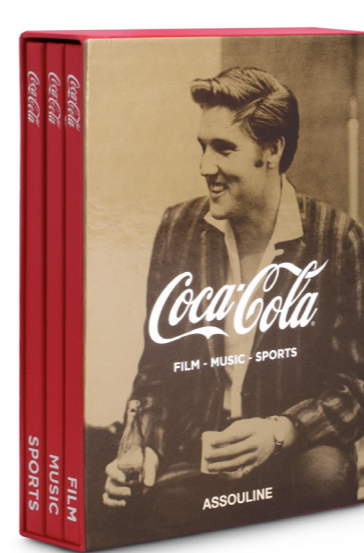
Nel 2018 pubblicano una serie di libri su intere città, come *New York by New York* dell'autore acclamato dalla critica Jay McInerney, *Rolex: The Impossible Collection* di Fabienne Reybaud, e *The Art of Flying* di Josh Condon. Libri come *Capri: Dolce Vita* o *Ibiza. Bohemia* sono tra i più venduti e conosciuti di Assouline.

imm. 102 *Coca-Cola: Film-Music-Sports*, Assouline, 2013.

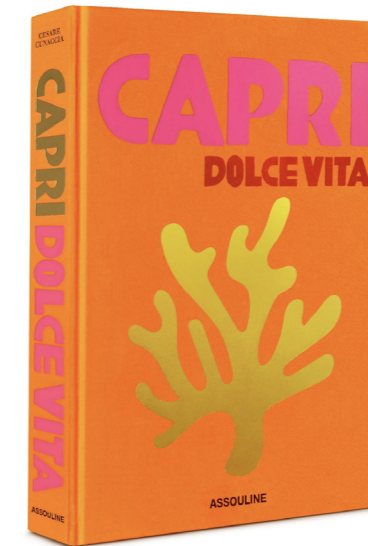
imm. 103 *Capri Dolce Vita*, Assouline, 2019.

imm. 104 *Chanel: the Impossible Collection*, Assouline, 2019.

I prezzi dei libri della casa editrice di lusso sono per lo più molto alti, con qualche eccezione — come *Trees in Focus*, un libro fotografico venduto a \$45.00.



102



103



104

86
87

Gestalten

Fondazione: 1997
Fondatore: Robert Klanten
Paese di fondazione: Germania
Sede centrale: Berlino

Gestalten è una casa editrice tedesca che pubblica una vasta gamma di coffee table books, spaziando tra molti argomenti diversi. All'inizio degli anni '90 il poi futuro direttore di Gestalten, Robert Klanten, iniziò a frequentare la scena techno e culturale di Berlino. Tra questi iniziò a lavorare per l'agenzia grafica *Die Gestalten*, dove progettò vari volantini e poster per club di techno e rave. Dal 1994 iniziarono a progettare dei libri sulla techno art, documentata attraverso immagini rappresentative della cultura techno. Dal 1997 Gestalten diventa un vero e proprio editore, e inizia a pubblicare quattro volumi all'anno, lavorando spesso con autori ed artisti e esplorando una grande varietà di argomenti.

Il focus della casa editrice è dalla sua fondazione indirizzato all'estetica, particolarmente sul tema del graphic design, poi espanso nel tempo su altri argomenti, come la cultura, l'arte, la moda, il cibo, i viaggi e altro ancora.

Tra i libri più venduti quelli della serie *Wanderlust*, libri sul tema del viaggio, con titoli dedicati all'Europa, agli USA o su percorsi escursionistici nel mondo. Gestalten lavora anche con la rivista di viaggio *Monocle*, creando coffee table books fotografici sui luoghi del mondo, o guide alle città come nella *The Monocle Travel Guide Series*⁴⁵.

I loro titoli includono: *The Complete Highsnobiety Guide to Street Fashion and Culture* di Highsnobiety, *Born-Free: Motorcycle Show* edito da DicE Magazine, e *The Grand Hostels: Luxury Hostels of the World* di Kash Bhattacharya.

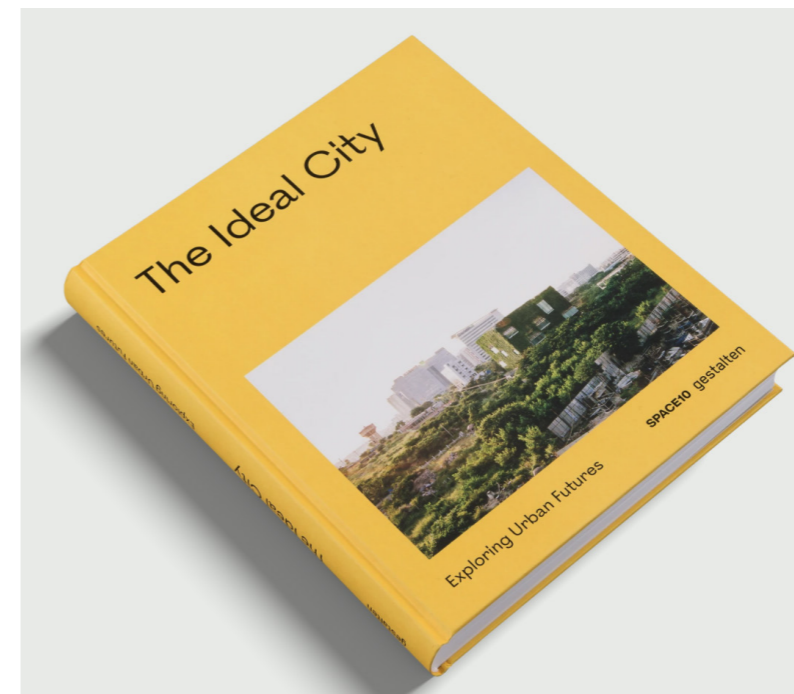
⁴⁵ *The Monocle Travel Guide Serie* si compone di diversi titoli dedicati a 38 diverse città, tra le quali: Tokyo, Madrid, Istanbul, Miami, Sydney, Roma, Seoul e molte altre.

imm. 105 *Wanderlust. Europe*, Gestalten, 2020.

imm. 106 *The Ideal City*, Gestalten, 2021.



105



106

88
89

MENDO

Fondazione: 2002
Fondatore: Roy Riestap,
Joost Albronda
Paese di fondazione: Olanda
Sede centrale: Amsterdam

Mendo è una casa editrice indipendente, un web-shop e un negozio al dettaglio di coffee table books, fondata nel 2002 e con sede ad Amsterdam. L'ambizione di Mendo è quella di collegare generazioni e culture con l'amore per l'ispirazione visiva e per i libri da tavolino. La libreria è gestita da graphic designers che progettano anche i libri della casa editrice. Ricevendo i feedback dal mercato direttamente dai clienti della libreria, i grafici di MENDO si circondano di persone di talento e stimolanti, fotografi, scrittori ed editori, e creano i nuovi libri da pubblicare. MENDO descrive le proprie pubblicazioni così:

A well-designed book with visually stunning creative content, browsed by people to be amazed and inspired. The subject-matter is one of our pre-defined curated categories, fashion, photography, interior, sport, lifestyle, food and traveling. In general, a MENDO book is a piece of furniture in itself.

I libri della casa editrice vengono progettati con la sfida di trasformare un argomento in un bellissimo coffee table book, senza dimenticare che deve esserci la convinzione che esista un mercato per il libro. Per MENDO il processo commerciale fa parte del processo creativo, se un libro non vende non è un bel libro.

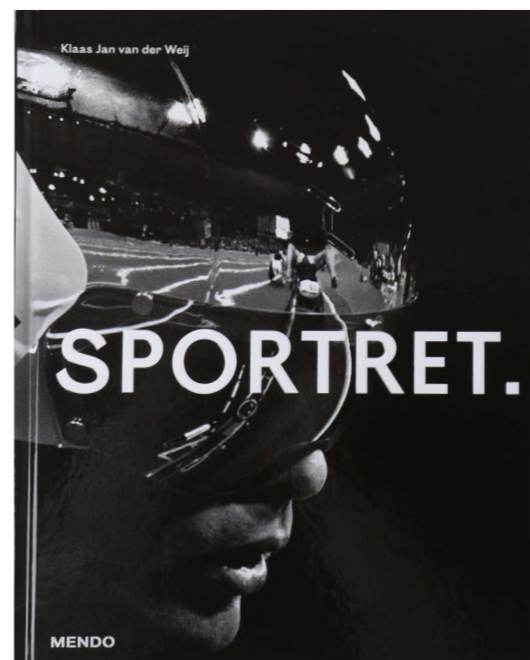
Il catalogo di MENDO è molto ampio, infatti funzionando anche come un negozio di libri vende coffee table books da diverse case editrici. I libri prodotti direttamente da MENDO sono per lo più fotografici, e molti sono dedicati all'Olanda o più in particolare ad Amsterdam, luogo di nascita della casa editrice. I libri sono commerciali, e tra gli altri troviamo la serie *Street of*, libri fotografici dedicati alle città del mondo. Tutti i prezzi sono intorno ai 50.00€, quasi tutti con copertine rigide e forografiche. I colori utilizzati sono molto pastello e tenui, simili ai colori utilizzati anche per il sito MENDO. Tra i titoli più venduti *Sportert* dedicato alla fotografia dello sport, e *Boys! Boys! Boys!* una collezione fotografica gay e queer.

imm. 107 *Sportret*, Mendo, 2017.

imm. 108 *I,XXX Philippe Vogelenzang*, Mendo, 2020.

imm. 109 *Boys! Boys! Boys!*, Mendo, 2020.

imm. 110 *Streets of Paris*, Mendo, 2018.



107



108



109



110

90
91

Damiani

Fondazione: 2004

Fondatore: Andrea Albertini

Paese di fondazione: Italia

Sede centrale: Bologna

⁴⁶ *Toilet Paper* è una rivista semestrale fondata nel 2010 dall'artista Maurizio Cattelan e il fotografo Pierpaolo Ferrari. Il progetto editoriale, curato dall'art director Micol Talso, è basato sulla fotografia, e la rivista non contiene articoli o pubblicità. Ogni numero è dedicato a un tema di base, come l'amore o l'avidità. Le immagini dai colori vivaci e surreali variano in stile e riferimento e includono giochi di parole o illusioni ottiche. Negli ultimi anni, le foto pubblicate sono state applicate ad una varietà di prodotti e media (stampate su abiti, poster, skateboards o carta da parati) esplorando molteplici possibilità per le immagini di avere una vita oltre le pagine. Le immagini pubblicate da Toilet Paper sono state recensite da settimanali e riviste d'arte di tutto il mondo. Nel 2012 le fotografie dei primi sei numeri sono state pubblicate in un libro-antologia, insieme a dei testi narrativi selezionati.

⁴⁷ Michael Stipe è conosciuto come leader del gruppo rock R.E.M. (fino al loro scioglimento nel 2011). Inizialmente studente d'arte, da sempre interessato ai vari aspetti delle diverse discipline. È anche fotografo, e ha curato personalmente le grafiche delle copertine dei suoi album e le scenografie dei concerti.

imm. 111 *The Garden*, Damiani, 2021.

imm. 112 *Astrid Kirchherr with the Beatles*, Damiani, 2017.

imm. 113 *Portraits Still Life*, Damiani, 2021.

Damiani nasce nel 2004 all'interno dell'industria Grafiche Damiani, una litografia bolognese avviata negli anni '50 e specializzata in stampa di volumi di arte e fotografia. Oggi Damiani prosegue la tradizione con l'obiettivo di pubblicare una serie di volumi caratterizzati da alta qualità artigianale e tecnologia innovativa. Oltre ai progetti dedicati ad arte e fotografia, Damiani vuole essere un osservatorio sulle nuove generazioni di artisti e sui fenomeni di costume, facendo convergere tutto questo nella progettazione dei libri, curati nei minimi dettagli. La casa editrice è conosciuta anche per la pubblicazione della rivista *Toilet Paper*⁴⁶, creata da Maurizio Cattelan.

Attualmente Damiani pubblica cataloghi di mostre, monografie e libri tematici, che spaziano dall'arte contemporanea, alla musica, all'architettura, all'urban art e soprattutto alla fotografia, che forma la gran parte del programma di pubblicazione. I libri sono molto puliti, senza troppi fronzoli o distrazioni che potrebbero allontanare dal contenuto. Sono libri quasi scientifici, ad esempio *Longines Legendary Watches*, in cui ogni orologio è presentato affiancato da una serie di immagini che ne mostrano ogni pezzo, ogni meccanismo, e con dei testi che ne spiegano il funzionamento. Anche i libri sull'arte o sulla fotografia sembrano delle mostre racchiuse nella carta, con immagini che si susseguono pagina dopo pagina e con pochi testi ad accompagnarle.

La casa editrice propone anche una sezione dedicata al collezionismo, la *Collector's Editions*, con libri che sono accompagnati da stampe o fotografie firmate e numerate dagli autori, solitamente limitati a poche copie. Il libro *Portraits Still Life* è il terzo libro fotografico di Michael Stipe⁴⁷ pubblicato da Damiani. Questa edizione ha una tiratura limitata di 30 copie, e insieme al libro è venduta una copertina-scultura realizzata artigianalmente, firmata e numerata da Stipe.

Alcuni dei loro titoli più noti includono: *Main Street: The Lost Dream of Route 66* di Edward Keating, *Seduction* di Kenro Izu e *Beach Therapy* di Martin Parr.



111



112



113



92
93



06

I TEMI



Se scriviamo “coffee table book” nella barra di ricerca di Google e premiamo invio, il browser ci presenta un elenco infinito di risultati che ci consigliano i libri da tavolino dell’anno, i più belli, i più venduti, i più adatti ad arredare la propria casa.

Di libri da tavolino ne esistono di tutti i tipi, di tante dimensioni diverse, con copertine rigide (quasi sempre) e con copertine flessibili (più raramente) ma c’è una cosa che ci fa scegliere un libro piuttosto che un altro: il tema. Scegliere un libro in base a quello di cui tratta è sicuramente una cosa ovvia, ma per i coffee table book è una scelta molto importante. Come detto in precedenza, uno degli scopi di un libro da tavolino è quello di essere mostrato. È per questo che scegliere un coffee table book in base a quello di cui tratta è fondamentale: se devi scegliere un libro da lasciare in bella vista sul tavolino da caffè vorrai un libro che rappresenti i tuoi ideali, il tuo immaginario, i tuoi hobby, le tue passioni; insomma, tutto quello che vorresti fare conoscere di te alle altre persone. Come visto nel capitolo precedente, nel corso della storia dell’editoria dei coffee table books, la maggior parte delle case editrici ha iniziato con la creazione di libri sull’arte, l’architettura e la fotografia. Solo dopo, con lo sviluppo della tecnologia e la crescente popolarità dei coffee table books sono nati tantissimi altri temi, non più legati solo al mondo dell’arte, ma anche a quello del lifestyle, degli hobby, della pop culture, dello sport, della storia e molti altri.

Arte

I libri a tema d’arte sono forse i più conosciuti e più venduti del settore. Tra i primi coffee table books mai creati il tema dell’arte era il più diffuso, e ancora oggi è una categoria sempre presente nei cataloghi delle case editrici di coffee table books. Spesso infatti i libri d’arte sono pubblicati anche in serie, volumi tutti impostati allo stesso modo, per essere sempre riconoscibili, ma ognuno dedicato ad un artista diverso. L’esempio più popolare è quello di *Basic Art Series* di Taschen, libri composti da

una introduzione alla vita dell’artista e una vasta selezione delle sue opere in ordine cronologico, ognuno delle dimensioni 210x260 mm, con un prezzo accessibile a tutti. Se si cerca un coffee table book sull’arte, ne esistono un’infinità. I libri sull’arte possono essere trattati in diversi modi, spesso si usa un metodo biografico, concentrandosi su un autore in particolare, a volte rappresentano una corrente artistica della storia. Ovviamente alcuni libri raccolgono anche la storia dell’arte in modo completo, con immagini che percorrono ogni lato dell’arte, dalle pitture rupestri all’arte moderna.

I libri d’arte sono anche delle raccolte di opere esposte in un museo o in una mostra, che vengono venduti nel negozio alla fine del percorso espositivo oppure così rappresentativi da continuare ad essere venduti anche alla fine dell’evento. Questo tipo di libro è pubblicato o dal museo stesso, o da una casa editrice che lo inserisce anche nel suo catalogo, anche se spesso questi libri sono a tiratura limitata. Negli ultimi anni sono diventate di moda delle figure artistiche che rappresentavano dei temi oggi rilevanti, come quelli del femminismo o della salute mentale. Artisti come Frida Kahlo e Vincent Van Gogh sono stati riscoperti e tornati ad essere celebrati, con condivisioni sui social, campagne pubblicitarie ispirate, mostre e ovviamente coffee table books.

Architettura e Interior Design

Architettura.

I coffee table book sull’architettura sono tra i più venduti del settore, e ce ne sono di tutti i tipi. Molti libri dedicati all’architettura si concentrano su un autore in particolare focalizzandosi sulle sue opere. Nel libro *Frank Lloyd Wright: The Houses* pubblicato da Rizzoli New York, il legame tra l’architetto e le case americane del ventesimo secolo viene espresso attraverso una serie di immagini dei suoi progetti, costruiti in parti diverse dell’America, comprendendo ovviamente il capolavoro sulla cascata: *Fallingwater* (1935). In uno dei libri di

Phaidon invece, il tema viene affrontato in un modo diverso. Invece di occuparsi di un solo architetto e dei suoi lavori, il libro si basa su un periodo storico, spiegando la storia (soprattutto attraverso le immagini) dell'architettura moderna della metà del XX secolo. *Atlas of Mid-Century Modern Houses* è un titolo che raccoglie una collezione di circa 400 immagini di case in tutto il mondo create da oltre 290 architetti. Ovviamente la tematica può essere trattata anche da un punto di vista geografico, per affrontare così ogni stile architettonico legato all'ambiente in cui viene costruito, anche su una città in particolare. Il tema dell'architettura può anche essere focalizzato su dei dettagli, come ad esempio nel libro *Entryways of Milan* di Taschen, un viaggio fotografico dove l'autore immortalava 144 dei più belli ingressi dei palazzi di Milano, mostrando il design e l'architettura nel DNA della città.

Interior Design.

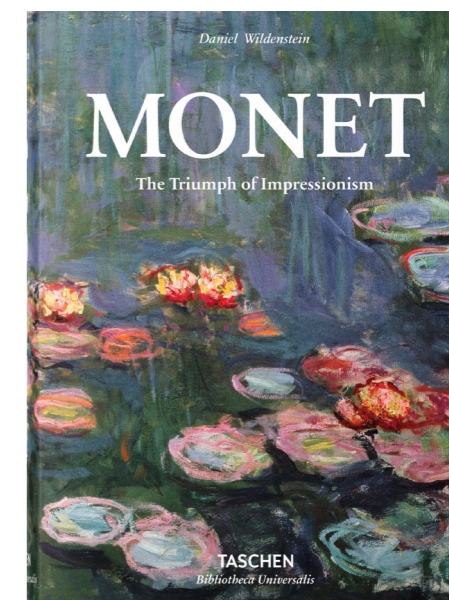
Una delle caratteristiche dei coffee table books è quella di essere utilizzati come elementi di arredo, per completare una stanza o dare un tocco in più semplicemente aggiungendo un libro. I libri da tavolino hanno un legame con l'interior design, sempre più spesso questi libri sono presenti negli shooting fotografici di mobili e arredi, per decorare le fotografie o come alzatine per le candele. *The Design Book*, pubblicato da Phaidon, è una raccolta di oltre 500 oggetti tra i più influenti e innovativi degli ultimi cinque secoli, oggetti straordinari che fanno parte della storia dell'interior design. Altri libri propongono raccolte di oggetti di design — che possono essere di un autore specifico oppure di un movimento artistico della storia — come *Jean-Michel Frank*, un libro pubblicato da Assouline, che presenta un ritratto di un designer iconico e misterioso, il cui lavoro ha illuminato la strada delle arti decorative del ventesimo secolo. Taschen ha pubblicato una serie di libri chiamata *Living In*, che comprende una raccolta di «inspirations for interiors and getaways», una via di mezzo tra l'interior design e i libri sui viaggi (ad esempio *Living in Japan* o *Living in Pro-*

vence). In questi libri Taschen sostiene che il magnetismo di luoghi come il Messico, il Marocco, Bali o la Toscana sia dovuto in gran parte al design. La storia e la cultura di un luogo sono incorporate nei dettagli degli interni e nelle trame delle texture.

imm. 115 *Atlas of Brutalist Architecture*, Phaidon, 2018.

imm. 116 *Monet: The Triumph of Impressionism*, Taschen, 2014.

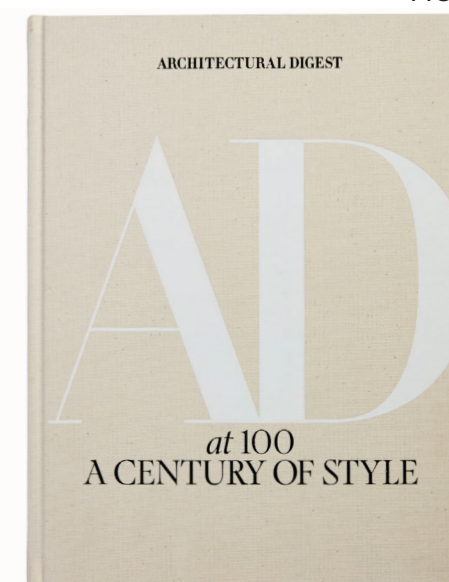
imm. 117 *Architectural Digest. AD at 100. A Century of Style*, Abrams Books, 2019.



116



115

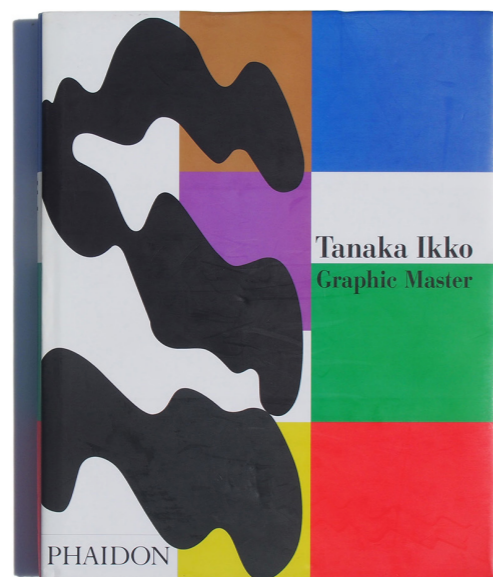


117

98
99



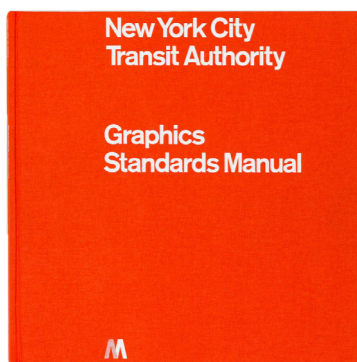
118



119



120



121



122

Graphic Design e Corporate Books

I coffee table books che hanno come tema il graphic design possono essere usati anche come “guide”, utili per ampliare la propria libreria di casa o la biblioteca dello studio. Spesso questi libri sono dedicati ad un designer e ai suoi progetti, altri invece possono essere una raccolta di lavori di un certo tema (ad esempio poster, copertine di album, caratteri e font), oppure dedicati alla storia della grafica, dalla sua nascita ad oggi (o ad un certo periodo storico). Alcuni di questi libri sono vere e proprie guide, o anche cataloghi, come *Type: A Visual History of Typefaces & Graphic Styles* di Taschen, una raccolta completa che offre una panoramica dei font dal 1628 alla metà del XX secolo. Ci sono anche libri dedicati al colore, che raccolgono una lunga serie di sfumature, come ad esempio *Pantone: The Twentieth Century in Color* (Chronicle Books), che riporta periodi storici affiancati da palette di colore che li rappresenta, oppure *Colorama: From Fuchsia to Midnight Blue* (Prestel), che è una vera e propria raccolta di colori (sistema Pantone⁴⁸), ottimo per trovare ispirazione o il colore giusto per un progetto. Questi coffee table books che funzionano anche come guide per chi lavora nel settore della comunicazione, sono pieni di splendide illustrazioni e infografiche, perfetti per stuzzicare la curiosità e ispirare. Tra i libri da segnalare possiamo trovare *Thinking With Type: a Critical Guide for Designer, Writers, Editors, & Students* (Princeton Architectural Press), *Logo Modernism* (Taschen) e *100 Years of Swiss Graphic Design* (Lars Müller Publishers).

Corporate Books.

A volte le aziende producono dei libri per degli eventi o anniversari, appositamente per questo scopo celebrativo. Esiste però anche un’altro tipo di prodotto editoriale ricorrente, soprattutto nelle aziende più grandi: i corporate identity books (o brand identity books). Questi libri hanno uno scopo ben preciso, ovvero dare una serie

⁴⁸ Pantone LLC è un’azienda statunitense nota soprattutto per la catalogazione e il sistema di identificazione dei colori. Il sistema Pantone è un catalogo di codici elaborato a partire dagli anni Cinquanta, considerata l’elevata accuratezza dei colori Pantone, nel tempo questi cataloghi si sono imposti come uno standard di riferimento, grazie al vantaggio rappresentato dall’essere uguali ovunque e per qualsiasi tipologia di impiego. Attualmente il numero delle tonalità disponibili supera le 1.900, ed è in costante crescita.

imm. 120 *Type. A Visual History of Typefaces and Graphic Styles. 1628-1938*, Taschen, 2009.

imm. 121 *Tanaka Ikko: Graphic Master*, Phaidon, 1998.

imm. 122 *NASA Graphics Standards Manual, Standards Manual*, 2016.

imm. 123 *New York City Transit Authority Graphics Standards Manual, Standards Manual*, 2015.

imm. 124 *100 Years of Swiss Graphic Design*, Lars Müller Publishers, 2014.

100

101

di regole e linee guida visive del marchio di un brand. Di solito il manuale è aperto con una descrizione scritta e motivata degli elementi grafici e di ogni potenziale variazione. Infatti di solito, il documento descrive l'uso di tutti i segni grafici e le loro possibili variazioni, che siano di colore, di dimensione, di font, di motivi o textures. Spesso sono inclusi anche esempi grafici dell'uso corretto o scorretto del marchio e di altri elementi. Quindi il corporate identity book stabilisce le regole che disciplinano l'uso di un marchio, dei colori aziendali, eventuali materiali, ecc.

Questa particolare area dei libri sulla grafia a permesso la nascita di Standards Manual, fondata nel 2014 a New York dai designer Jesse Reed e Hamish Smyth. È una nuova casa editrice indipendente e nasce con lo scopo di archiviare e preservare i manufatti della storia del design, così da renderli disponibili anche alle generazioni future. Il primo libro, pubblicato l'anno della fondazione, è una ristampa di un famoso progetto dei grafici Massimo Vignelli e Bob Noorda, si tratta del manuale *1970 New York City Transit Authority Graphics Standards Manual*. La New York degli anni '60 aveva molti problemi, anche nell'ambito dei mezzi di trasporto. Nella metropolitana non esisteva uno standard grafico per i cartelli e le indicazioni, le scritte spesso erano fatte a mano ed era molto facile perdersi non capendo la direzione da prendere. Nel 1970 il manuale di Vignelli e Noorda cambiò tutto. I due grafici furono assunti dal New York City Transit Authority per progettare il sistema di segnaletica per risolvere il problema sotterraneo della città. Oggi la segnaletica della metropolitana è diventata iconica, e il manuale è diventato uno dei classici esempi di graphic design moderno. Una copia originale del libro è infatti esposta al MoMA⁴⁹. Il manuale è stato scansionato dall'originale proveniente dalla collezione privata di Massimo e Lella Vignelli.

Il formato originale misura 220x330 mm, la nuova edizione è stata ridotta del 26% per misurare 254x254 mm.

Il secondo libro pubblicato dalla casa editrice è *1975 National Aeronautics and Space Administration*

Graphic Standards Manual, pubblicato nel 2015. La NASA è stata fondata nel 1958, ma oggi è più di moda che mai. Anche se molte persone conoscono solo vagamente la storia della sua esplorazione spaziale, il logo dell'agenzia governativa è più diffuso rispetto a quelli di Louis Vuitton o Prada. Si può trovare ovunque, su felpe e magliette, cappellini, calze, spille e scarpe. Nel 2016 Alpha Industries ha iniziato a produrre una giacca con il logo NASA, e anche Versace ricama il logo su delle toppe per decorare gli abiti. In un articolo del 2019 del *Los Angeles Times* viene discusso questo nuovo successo del logo della NASA, riportando che le aziende che vogliono utilizzare il marchio hanno bisogno di un'autorizzazione legale, e le richieste sono arrivate a fiumi negli ultimi anni. Bert Ulrich, responsabile dell'approvazione del logo alla NASA, ha detto che riceveva una richiesta ogni settimana per l'utilizzo del marchio fino a pochi anni fa, adesso ne riceve almeno una al giorno. Alcuni funzionari e fornitori dell'agenzia governativa americana hanno affermato che probabilmente la recente domanda più essere collegata alla rinnovata passione per la scienza, tecnologia, ingegneria e matematica degli ultimi anni.

Il manuale grafico originale è stato progettato da Richard Danne e Bruce Blackburn, che lo presentarono agli amministratori della NASA a Washington DC nel 1974. Il lavoro fu accettato in un raccoglitore ad anelli intitolato *NASA Graphics Standards Manual*, un ampio documento che includeva le istruzioni sulla progettazione di ogni aspetto della nuova identità grafica dell'agenzia. Il manuale include di tutto, dalla carta intestata alle navette spaziali. Il *NASA Graphic Standards Manual* è una visione futuristica per un'agenzia all'avanguardia nella scienza e nell'esplorazione spaziale. La pubblicazione del 2015 contiene, oltre alle scansioni del manuale originale (la copia personale di Danne), anche una prefazione scritta da Richard Danne, un saggio di Christopher Bonanos⁵⁰, scansioni della *Managers Guide* e un opuscolo di follow-up distribuito dalla NASA. Nel 2020 la casa editrice pubblica un secondo libro sul logo NASA, intitolato

⁴⁹ Il Museum of Modern Art (MoMA) è un museo d'arte situato a New York City. Il museo svolge un ruolo importante nello sviluppo e nella raccolta di arte moderna, ed è spesso segnalato come uno dei musei di arte moderna più grandi ed influenti al mondo. La collezione del MoMA offre una panoramica sull'arte moderna e contemporanea, comprese opere di architettura e design, disegno, pittura, scultura, fotografia, stampa, libri illustrati e libri d'artista, film e media elettronici.

⁵⁰ Christopher Bonanos è un senior editor al New York Magazine, dove scrive e cura articoli su cultura e tecnologia. Ha anche scritto per il New York Times, il Wall Street Journal, il Washington Post e Slate. È autore di *Instant: the Story of Polaroid*, dove racconta la straordinaria storia dell'invenzione di Land: la prima fotocamera istantanea.

*The Worm*⁵¹. Il libro raccoglie oltre 200 immagini provenienti dagli archivi NASA del logo cosiddetto “verme”. Il volume mostra l’implemento del manuale del 1975 con il nuovo logo, che è tornato a fare parte della grafica dell’agenzia governativa americana con il lancio di un razzo SpaceX il 30 maggio 2020. Questo libro si allontana dai manuali grafici tradizionali, raccontando del logo della NASA attraverso immagini scattate ad astronauti, razzi, e tutti gli oggetti con impresso il famoso “verme”.

Standards Manual è nato come una libreria a Brooklyn, fornita di libri di graphic design che spaziano da monografie appena pubblicate a rari classici vintage. A tre anni dall’apertura, dopo aver assistito all’entusiasmo per la libreria da parte della comunità internazionale del design, i fondatori Reed e Smyth hanno deciso di rendere l’offerta della libreria disponibile per chiunque attraverso un negozio online. Standards Manual dalla sua fondazione pubblica almeno un libro all’anno, e alla fine del 2020 il catalogo è composto da otto libri: *1973 Official Symbol of the American Revolution Bicentennial: Guidelines for Authorized Usage*; *Official Graphics Standards Manual*, *New York City Transit Authority Objects*; *1977 US Environmental Protection Agency Graphic Standards System*; *Identity: Chermayeff & Geismar & Haviv*; *Parks* e *The Worm*. Oltre ai suoi libri, la casa editrice dispone di uno stock a rotazione di titoli da alcuni dei migliori editori, tra cui: Abrams Books, Harper Collins, Lars Müller Publishers, Laurence King, Niggli Verlag, Phaidon, Princeton Architectural Press, Taschen, Unit Editions e molti altri. I grandi manuali grafici si stanno trasformando in coffee table books per gli appassionati e per i graphic designers, per essere studiati e utilizzati come guide per creare la brand identity perfetta (e come applicarla).

Fotografia

Anche se in tutti i coffee table books ci sono sempre immagini e fotografie, i libri da tavolino del genere fotografico affrontano la fotografia come argomento, più

⁵¹ Il logo originale della NASA rappresenta un pianeta circondato da stelle bianche e con un’astronave in orbita. Con la tecnologia sviluppata negli anni ‘70 era difficile riprodurre in stampa un’icona così complessa, in più molte persone la consideravano una rappresentazione di un concetto ancora complicato per il tempo. Nel 1975, dopo il Federal Design Improvement Program voluto dal presidente degli Stati Uniti, NASA crea un nuovo logo. Una semplice scritta rossa del nome dell’agenzia spaziale. Lo stile semplice e curvato ha fatto sì che il mondo conoscesse il logo come “the worm” (il verme). Entrambi i loghi furono usati fino al 1992, quando il marchio degli anni ‘70 fu ritirato. Oggi the worm è tornato, rilanciato dall’agenzia governativa per catturare l’eccitazione di una nuova era moderna di volo spaziale.

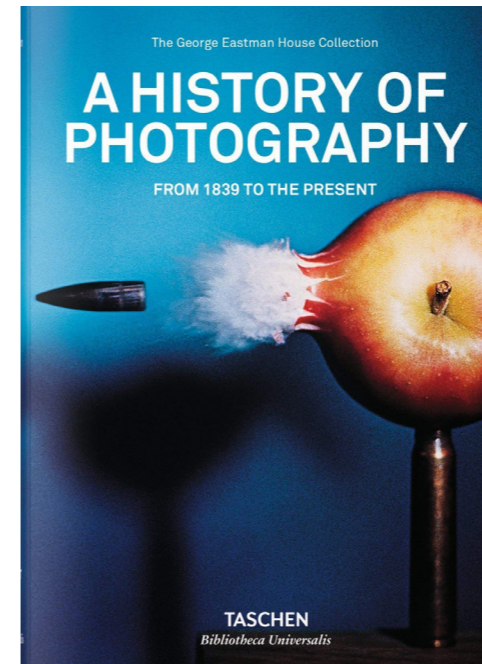
imm. 123 *A History of Photography*, Taschen, 2012.

imm. 124 *Steve McCurry: Portraits*, Phaidon, 1999.

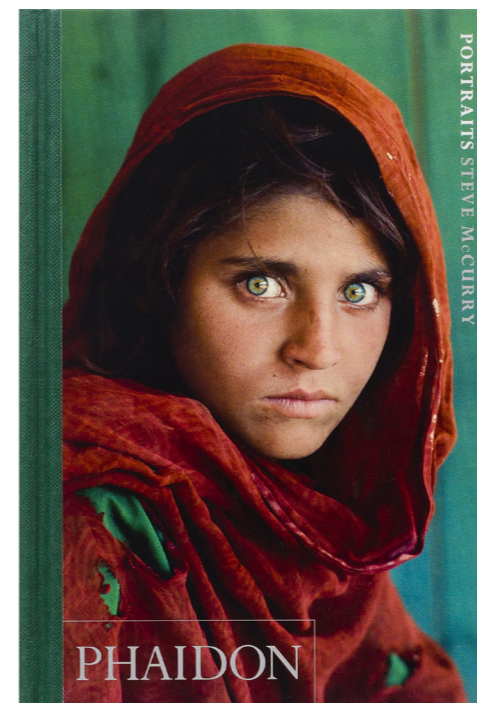
imm. 125 *The Americans*, Steidl, 2008.

imm. 126 *Animal Kingdom: A Collection of Portraits*, Rizzoli New York, 2018.

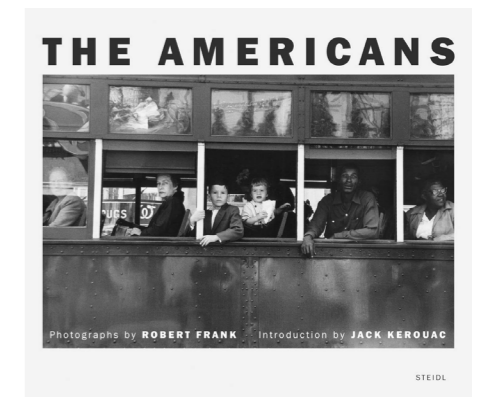
imm. 127 *On This Earth, A Shadow Falls*, Big Life Edition, 2014.



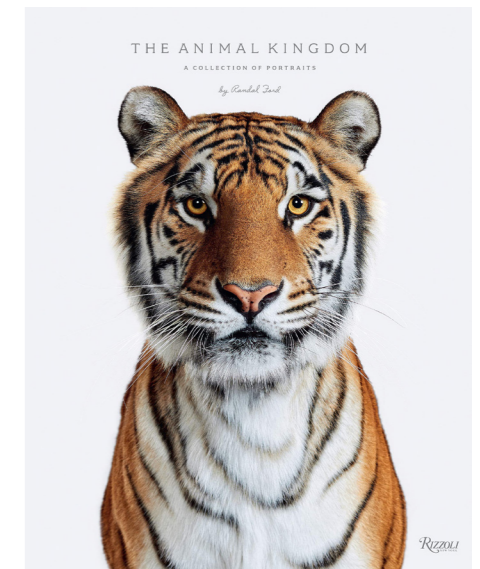
123



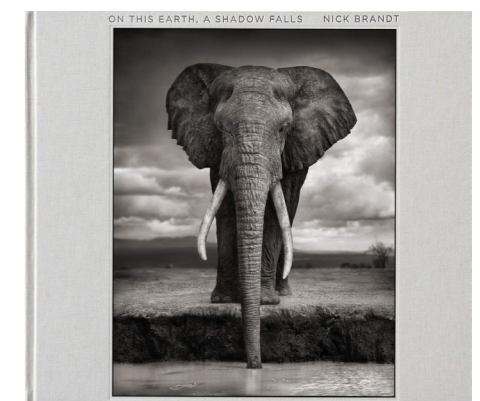
124



125



126



127

104
105

che come soggetto stesso. Intendo dire ad esempio, se di solito scelgo un libro in base alla tematica trattata, per i libri di fotografia interessano di più le immagini vere e proprie, gli scatti dei fotografi. Spesso questi libri sono una raccolta di fotografie creata da un autore, come Steve McCurry, uno dei fotografi più conosciuti, che collaborando con Phaidon ha pubblicato diversi libri di fotografia, come il famoso *Portraits*, l'unica raccolta completa di ritratti scattati dal fotografo. Altri libri di fotografia sono dei veri e propri classici, come *The Americans*, con le fotografie di Robert Frank e pubblicato per la prima volta nel 1958 (ora pubblicato da Steidl), oppure *Vivian Maier: Street Photographer* (pubblicato da PowerHouse Books). Ovviamente non mancano i libri sulla storia della fotografia, come *A History of Photography: From 1839 to the Present*, pubblicato da Taschen e disponibile nel suo formato *Bibliotheca Universalis*. I libri da tavolino sulla fotografia sono molto amati dal pubblico, insieme a quelli di arte e design, e continuano ad essere un perfetto regalo anche solo per arredare la propria casa.

Fotografia naturalistica.

I libri dedicati al tema degli animali sono moltissimi e di generi diversi. Il tema della fotografia naturalistica è principalmente diviso in due categorie: il mondo degli animali selvaggi e la famiglia degli animali domestici. I coffee table books dedicati agli animali selvaggi spesso sono composti di fotografie naturalistiche, e si focalizzano più su un'area geografica o un regno animale che ad una specie in particolare. A questi ci sono sempre delle eccezioni, come il libro *Sharks* di Taschen, che pur essendo incentrato sulla natura tratta solo del tema degli squali. Da citare anche il volume *Animal Kingdom: A Collection of Portraits* pubblicato da Rizzoli New York, che seppur non focalizzandosi su un solo tipo di animale, sviluppa il tema in modo sorprendente, facendo dei ritratti su fondo neutro agli animali immortalati nel libro. I coffee table book dedicati agli animali domestici sono molto diversi. Infatti sono spesso incentrati su una sola

specie animale, spesso sui cani o sui gatti, ma anche su cavalli, conigli, galline e altri. I libri sugli animali domestici sembrano più infantili e giocosi rispetto ai libri sugli animali selvatici, che invece hanno una visione più naturalistica. Se si cercano i bestseller si nota una differenza tra le due categorie, foto di cani con occhi strabuzzanti da una parte, leoni imponenti dall'altra. I coffee table books sugli animali sono discretamente popolari, che si voglia comprare un libro sul proprio animale preferito o sia un regalo, ce n'è uno per tutti i gusti.

Cultura & Lifestyle

Fashion.

Dalle retrospettive dei migliori stilisti della storia come agli approfondimenti dietro le quinte dei fashion editors, i coffee table books offrono una selezione visivamente sbalorditiva tra cui scegliere. Esistono tantissimi libri sul mondo della moda e sono anche tra i più venduti. Spesso questi libri raccolgono il lavoro di una casa di moda in particolare, come *Valentino: Mirabilia Romae* di Francesco Bonami e pubblicato da Assouline, oppure come il famoso *Chanel: Collections and Creations* di Daniele Bott e pubblicato da Thames & Hudson. La Yale University Press ha creato una serie sulle sfilate, chiamata *Catwalk*, pubblicando libri su diverse case di moda, come *Chanel, Prada, Vivienne Westwood, Dior, Louis Vuitton e Yves Saint Laurent*. Il mondo della moda viene visto anche attraverso gli occhi dell'editoria, con libri che raccolgono la storia di riviste come *Vogue (Grace: Thirty Years of Fashion at Vogue* di Phaidon) o *Vanity Fair (Vanity Fair 100 Years: From the Jazz Age to Our Age* di Abrams Books). Molto conosciuti e apprezzati anche i coffee table books dedicati alle top models, come *Naomi*, il libro ad edizione limitata di Taschen dedicato a Naomi Campbell, con una copertina memorabile che rappresenta il busto e il seno della modella. Il libro è ora sold out, ma la casa editrice ha pubblicato un'edizione aggiornata e più economica. Rizzoli New York ha invece pubblicato

un libro su Kate Moss, *Kate: The Kate Moss Book*, creato dalla stessa top model, traccia un'evoluzione da ragazza a una delle modelle più iconiche di tutti i tempi. La particolarità di questo libro è nella copertina, infatti ne esistono 8 versioni diverse, ognuna con uno scatto di un diverso fotografo, scelte e spedite in modo casuale all'acquirente.

Film e TV.

I più classici libri da tavolino sui film sono spesso dedicati ad un regista o a un genere particolare. Che sia una raccolta sulla saga di *Star Wars* o sulla classica Hollywood degli anni '50 i coffee table books possono coprire qualunque tematica. Questi libri sono grandi raccolte di immagini, che possono essere fotogrammi che immortalano una parte iconica di un film, oppure fotografie di dietro le quinte, spesso anche inedite. A volte i libri da tavolino contengono anche una serie di storyboard o delle concept art che rappresentano l'essenza dei film raccontati. I libri sui film non si limitano a parlare delle pellicole del grande schermo. Nel 2008, quando venne trasmesso il primo episodio di *Breaking Bad*, il mondo delle serie TV cambiò per sempre. Infatti il tipo di inquadrature e di riprese ricordavano più un film di Hollywood che le classiche sequenze televisive, aprendo la strada a tante altre serie di successo, come *Mad Men*, o l'ancora più famoso *Game of Thrones*. Il tema dei film nei coffee table books si espande, lasciando spazio anche alle serie TV, sempre più popolari nel mondo e nella pop culture. Non mancano i libri che stilano classifiche, come *100 All-Time Favorite Movies of the 20th Century* di Taschen, un viaggio attraverso i creatori di film di tutti i tipi, dall'horror al romanticismo, dall'avventura, alla tragedia, al western e al new wave. Phaidon ha invece creato una serie, intitolata *Anatomy of an Actor*, dove ogni volume è dedicato ad un attore diverso e alla sua carriera cinematografica.

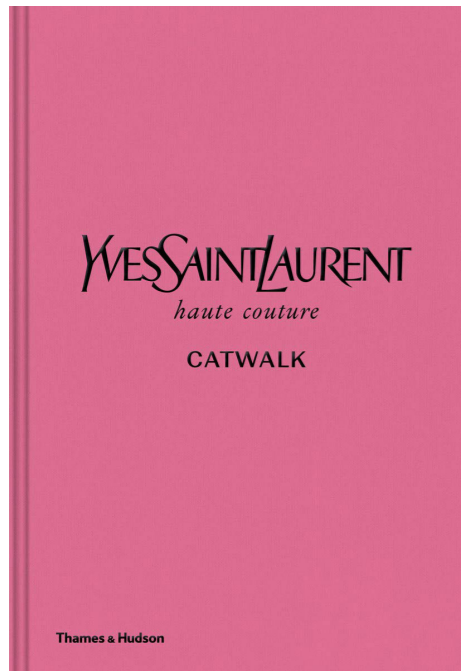
Comics.

I fumetti sono una parte fondamentale della pop-culture, soprattutto con la crescente popolarità negli

ultimi anni della corrente "nerd". La loro natura illustrata li rende argomento perfetto da trattare in un coffee table book. Taschen è in effetti nato come negozio di fumetti, e continua ancora oggi a pubblicare libri legati al tema. Che raccontino la storia del fumetto o si schierino dalla parte di *Marvel* o *DC*, i libri da tavolino sui comics sono sempre più diffusi, e il genere si è espanso comprendendo anche il mondo dei manga giapponesi. Quale modo migliore pre proclamare la propria fedeltà al franchise preferito se non con un tomo esauriente e splendidamente illustrato? I libri da tavolino presentano anche un'opzione attraente come regalo per appassionati di comics.

Food&Drinks.

Quello del cibo e dell'alimentazione è un tema sempre più discusso e affrontato. Ci sono sempre stati libri di ricette, ma sempre di più si vuole avere una ricetta accompagnata da un'immagine, un video o un tutorial che spieghi passo a passo il procedimento e che mostri anche il risultato finale. Per questo i libri di ricette sono pieni di fotografie e di immagini, che fanno aumentare anche il nostro appetito. I libri sulle ricette e più in generale sul cibo sono sempre più diffusi, con la popolarità di programmi come *Masterchef* o *Bake Off* e l'aumento della fama degli chef televisivi e con la crescente domanda del pubblico di poter possedere un libro di ricette dello chef del momento. Anche considerando che nel 2020 la popolazione mondiale è stata costretta a casa dalla diffusione della pandemia Covid-19 e ha dovuto preparare in casa la maggior parte dei pasti. Tra i cookbook più venduti nel 2020 troviamo *Home Style Cookery* di Matty Matheson e pubblicato da Abrams Books o *Modern Comfort Food: A Barefoot Contessa Cookbook* di Ina Garten e pubblicato da Clarkson Potter. Alcuni cookbook sono delle versioni aggiornate di libri di cucina classici, altri più tecnici, altri sono una raccolta di ricette di un famoso chef, altri ancora delle enciclopedie culinarie. Altri libri sono una raccolta di ricette da diverse regioni del mondo, Phaidon pubblica molti libri sul genere, vendendo anche delle col-



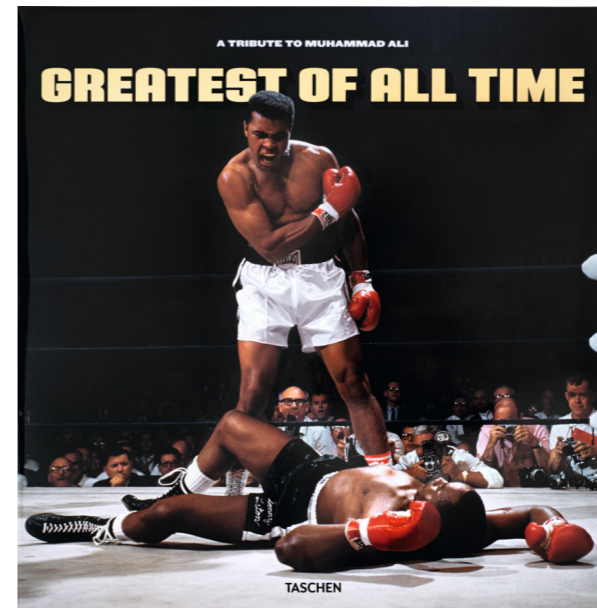
128



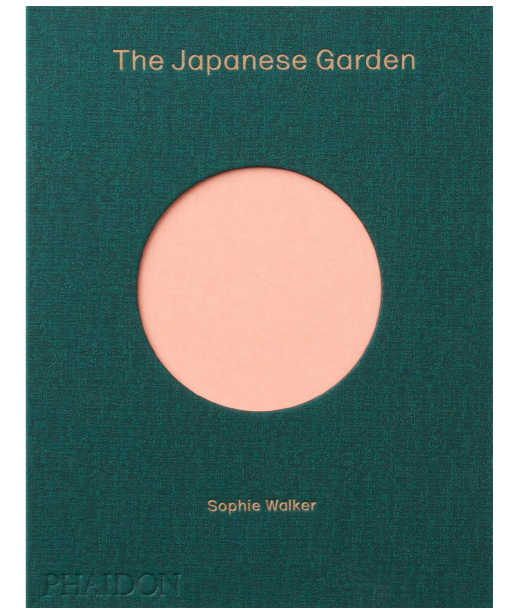
129



130



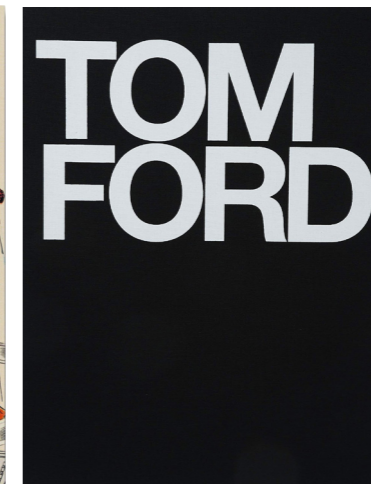
131



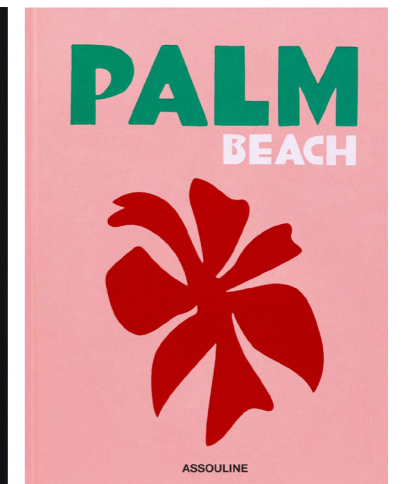
132



133



134



135

- imm. 128** Yves Saint Laurent: Catwalk, Thames & Hudson, 2019.
- imm. 129** Art of Pixar: 25th Anniversary, Chronicle Books, 2011.
- imm. 130** The Rise of David Bowie: 1972-1973, Taschen, 2015.
- imm. 131** Greatest of All Time. A Tribute to Muhammad Ali, Taschen, 2019.
- imm. 132** The Japanese Garden, Phaidon, 2017.
- imm. 133** 75 Years of Marvel. From the Golden Age to the Silver Screen, Taschen, 2014.
- imm. 134** Tom Ford, Rizzoli New York, 2017.
- imm. 135** Palm Beach, Assouline, 2019.

110
111

lezioni come *Asian Cookbook Collection* (che comprende *China: The Cookbook*, *India: The Cookbook* e *Japan: The Cookbook*) o *Baking Collection* (che comprende *The Nordic Baking Book*, *The Larousse Book of Bread* e *What to Bake and How to Bake It*). Ovviamente non mancano i libri sui dolci, tra i Best Seller di Amazon del 2020 *Dessert Person: Recipes and Guidance for Baking with Confidence*, di Claire Saffitz e pubblicato da Clarkson Potter.

Giardinaggio.

I libri definiti dal tema del giardinaggio, non sono solo tutorial e spiegazioni di come curare un giardino per avere un pollice verde. Essi infatti possono anche essere raccolte di illustrazioni scientifiche, o di fotografie di fiori, oppure possono mostrarci il ruolo delle piante nelle nostre case. Negli ultimi anni le vendite di piante da interno hanno subito una forte espansione, a causa dell'urbanizzazione, delle tendenze date dall'interior design e dal desiderio dei giovani di avere qualcosa da coltivare e di cui prendersi cura. Libri come *Plant Tribe* (Abrams Books), *Urban Botany* (Aurum Press) o *Plant Style* (Thames & Hudson) aiutano le persone a capire meglio le piante e a prendersene cura, oppure con le stesse piante arrenare poi la propria casa. Altri libri sono più fotografici, presentando immagini di giardini curati e famosi nel mondo. *The Japanese Garden* di Sophie Walker e pubblicato da Phaidon, esplora l'arte del giardino giapponese, da antichi paesaggi di templi shintoisti a giardini zen contemporanei.

Musica.

I coffee table books dedicati alla musica possono essere dedicati ai generi musicali, o più spesso sono monografie dedicate ad artisti e band iconiche. Sono molto popolari anche libri che raccolgono le art cover di dischi o CD, per presentare una collezione estesa di illustrazioni che raccontino la storia della musica, come *1000 Record Covers* di Taschen, con copertine di dischi dagli anni '60 agli anni '90, album che hanno segnato

un'epoca. I coffee table books su questo tema sono un'occasione per presentare al pubblico anche immagini inedite di artisti e dietro le quinte, allettando i fan e i collezionisti. Nel 2020 Phaidon ha collaborato con la cantante Rihanna alla creazione di un coffee table book dedicato all'artista, con più di 1000 fotografie, comprese foto inedite della sua vita con gli amici e la famiglia. Ovviamente non mancano monografie dedicate ad icone della musica, come *The Rise of David Bowie 1972-1973* di Taschen, oppure *The Beatles Anthology* di Chronicle Books.

Salute e benessere.

Questa particolare categoria che deriva dal genere lifestyle è particolare perché sono rari i coffee table books dedicati a questo argomento. Vengono prodotti dalle case editrici che lavorano per un pubblico più diversificato e in una fascia di mercato dove sono presenti soprattutto libri divulgativi da sfogliare. Sono libri che ispirano al benessere, alcuni insegnando a modificare l'ambiente che ci circonda, come in *A Scented Life*, dedicato agli oli naturali e all'aromaterapia. Altri dedicati all'esercizio del corpo o della mente, come *How to Breathe: 25 Simple Practices for Calm, Joy and Resilience*, una guida al respiro per gestire al meglio le proprie emozioni. *The CBD Solution: Wellness* è uno dei libri della serie creata da Chronicle Books sull'uso della cannabis, e comprende anche *The CBD Solution: Sex* e *The CBD Solution: Living*, tutti compresi nella sezione Health & Wellness del catalogo della casa editrice.

Scienza.

Il tema scientifico viene trattato nel mondo dei coffee table books, ma il significato non è lo stesso che in un libro accademico. I libri da tavolino trattano il tema scientifico in modo artistico, presentando fotografie o immagini al microscopio che lasciano senza fiato. Il tema della scienza può essere legato allo spazio, alla rappresentazione della natura o della terra o dedicato illustrazioni scientifiche. *Universe*, di Phaidon, celebra attraverso

so 300 immagini la bellezza e il mistero delle stelle, dei pianeti e oltre. Esistono moltissimi libri da tavolino dedicati al tema dello spazio, come anche *The NASA Archives. 60 Years in Space*, pubblicato da Taschen, che nasce in collaborazione con l'agenzia spaziale americana, e che raccoglie più di 400 fotografie storiche e rari rendering scansionati e rimasterizzati. I testi, scritti dal giornalista scientifico Piers Bizony, dall'ex capo della NASA Roger Launius e dello storico Andrew Chaikin, completano la raccolta di immagini presentata nel libro. Dalla parte opposta dell'esplorazione spaziale troviamo la ricerca microscopica, con libri che presentano immagini ingrandite di batteri, muffe, semi o spore minuscole. *Science is Beautiful* è una serie di libri dedicati a raccolte di fotografie scattate al microscopio di medicine e cellule (*Science is Beautiful: Disease and Medicine*) o di piante, pollini e fiori (*Science is Beautiful: Botanical Life*).

Sport.

Surf, ciclismo, Formula 1, calcio, golf, football e molti altri. Il tema dello sport si estende moltissimo, comprendendo qualsiasi tipo di attività fisica e gioco di squadra. Questi libri possono essere delle celebrazioni di anniversari o vittorie di una squadra, oppure dedicati unicamente ad un unico atleta, esplorando la carriera attraverso immagini e fotografie. Spesso è utilizzato uno stile dinamico e maschile, con copertine scure e testi a caratteri cubitali. Uno degli esempi più conosciuti è sicuramente il SUMO di Taschen dedicato a *Muhammad Ali: GOAT. Greatest of All Time*.

La casa editrice Mendo invece presenta nel suo catalogo *Sportret*, un libro con una selezione di fotografie sportive scattate da Klaas Jan Der Weij, un fotografo tedesco. Le immagini vengono scelte attentamente, per creare raccolte impeccabili sui grandi atleti del mondo.

Viaggi.

I coffee table books dedicati ai viaggi sono molto diffusi, perché permettono un'esperienza di un luogo

del mondo o semplicemente per aiutare a scegliere la prossima meta turistica. Spesso questi libri sono ricchi di fotografie evocative di luoghi lontani e bellissimi, che suggeriscono nuovi posti da scoprire e visitare.

La serie viaggio di Assouline è uno degli esempi più conosciuti in questa categoria, con libri magnifici dai colori accesi dedicati a diverse famose mete turistiche del mondo. *Marrakech Flair*, *Miami Beach* e *Capri Dolce Vita* sono solo alcuni dei titoli compresi in questa collezione multicolore. Le grandi pagine mostrano fotografie stampate su carta patinata che esprimono sensazioni e emozioni dei luoghi immortalati. Altri libri cercano di essere più delle guide, utili a conoscere un luogo prima di un viaggio, come ad esempio *Amsterdam: The Goobles Guide*, di dimensioni ridotte (155x210 mm) ma con quasi 400 pagine e ricco di immagini e fotografie.

La maggior parte dei libri da tavolino è alla moda, di tendenza e segue le vicende attuali. Altri raccolgono storie di personaggi famosi e conosciuti, creando oggetti di culto per i fans e ammiratori del genere.

Ma i coffee table books permettono anche ad ogni tematica di essere esplorata e analizzata nei minimi dettagli, creando categorie molto di nicchia e sconosciute ai più, come con libri dedicati a illustrazioni di agrumi (*J. C. Volkamer. The Book of Citrus Fruits*, Taschen) o a illustrazione di carte da parati (*De Gourmay: Hand-Painted Interiors*, Rizzoli New York). Il manufatto editoriale finale è sempre progettato e confezionato al massimo della qualità. Questi libri, necessariamente legati al tema, diventano fonte di ispirazione e suggestioni e sono considerati degni di ammirazione, oggetti di feticcio di appassionati e collezionisti.



07

STYLING & INTERIOR DESIGN

Le dimensioni dei coffee table books, le loro immagini patinate, le loro copertine rigide e coloratissime portano a definire un libro da tavolino come un oggetto di arredo, posto a caratterizzare la casa attraverso i gusti delle persone che la abitano. Ogni persona sceglie i libri in base ai propri interessi, alla propria sensibilità. E così lasciare questi libri in mostra nella propria casa è una cosa da non sottovalutare, perché ogni possibile invitato possa subito percepire le passioni dell'ospite. Anche solo per iniziare una conversazione.

I coffee table books portano valore anche agli interni delle abitazioni. «Books are not made to furnish, but there's nothing else that so beautifully furnishes a house.» disse il politico americano Henry Ward Beecher⁵². E I libri da tavolino sono i libri che riescono a riflettere il carattere del proprietario, e danno alla casa una personalità interiore. Oggi i coffee table books non sono più relegati al tavolino da caffè, perché con una varietà così ampia di argomenti, esiste un libro per ogni stanza.

Se si guarda anche alla storia della pubblicità di arredamento, dalla seconda metà del ventesimo secolo si trovano immagini di soggiorni e stanze con tavolini da caffè decorati con coffee table books. Oggi tra i coffee table books più venduti ci sono libri di ricette, sul cibo e sui drink. Perfetti per riempire una mensola della cucina o nella sala da pranzo. Altri libri sono anche più settoriali, come *History of Informations Graphics* pubblicato da Taschen, o *Pantone: the Twentieth Century in Color* pubblicato da Chronicle Books, libri perfetti per uno studio. Molte case editrici hanno anche una sezione dedicata ai libri per bambini, bellissimi, pieni di illustrazioni e di colori. E così i coffee table books popolano anche le camerette dei bambini.

I libri da tavolino sono usati anche dagli interior designers. Sempre di più le immagini di cataloghi di arredo o più spesso di profili Instagram, presentano tavoli, mobili e ripiani dove i coffee table books non mancano quasi mai. Che sia l'unico libro a decorare l'arredamento, o che sia usato come piedistallo per qualche portacande-

⁵² Henry Ward Beecher (24 Giugno 1813; Litchfield, Connecticut – 8 Marzo 1887; New York City, New York) fu un politico statunitense, incluso nella lista di americani facenti parte della Hall of Fame for Grap Americans. Sostenitore del suffragio universale, dell'abolizionismo e dell'evoluzionismo di Darwin.

imm. 136 Tavolino da caffè con coffee table books e decorazioni.

imm. 137 Tavolino con pila di coffee table books.

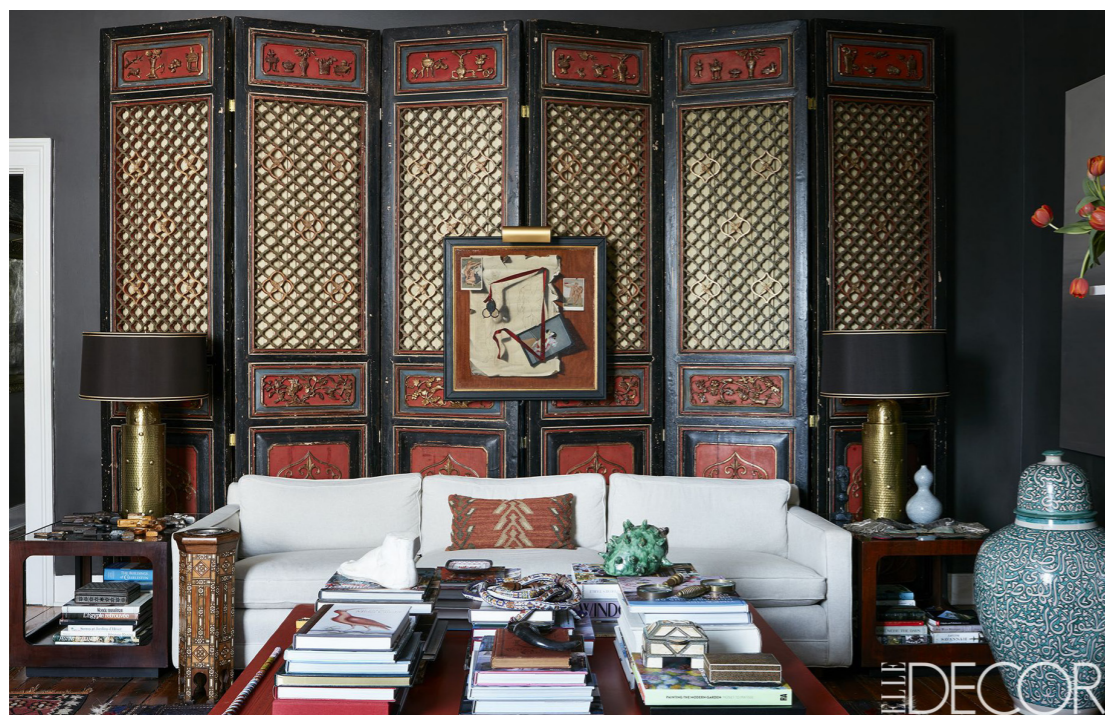
imm. 138 Coffee table books su tavolino.



137



138



139

la, è un oggetto che è sempre più usato e fotografato. Così se si fa una veloce ricerca Google si possono vedere tra i risultati tantissimi siti che consigliano modi per arredare con i coffee table books, e spesso delle lunghe liste dei migliori libri per arredare la propria casa.

Uno dei motivi per cui sono così utilizzati è anche la facilità dello styling; tra i consigli più condivisi c'è quello di fare una pila di coffee table books, ovviamente partendo con il più grande in basso. Un altro molto diffuso, che può essere anche unito al primo, è quello di usare il libro come una sorta di piedistallo per altri oggetti, che siano scatole decorative, piccole ciotole o candele. Inoltre, essendo libri e quindi facili da spostare (anche considerate le grandi dimensioni) possono anche essere cambiati con le stagioni, per continuare a rinnovare le proprie stanze senza cambiare gli arredi. Molti di questi consigli si possono trovare anche in siti di puro arredamento, o persino siti di e-commerce di colossi dell'abbigliamento (Asos, Zara Home, H&M Home, Urban Outfitters...), raggiungendo un grande pubblico.

I coffee table books trovano spazio anche nella cultura popolare, e diventano parte della scena di film e serie tv, o addirittura oggetto di discussione dei personaggi. Nell'iconica serie americana *Seinfeld*, in diverse puntate viene seguita l'idea di un personaggio di pubblicare un "coffee table book sui coffee table", fino all'effettiva pubblicazione del libro, che ha la particolarità di avere delle gambe, come un tavolino da caffè. Anche nella serie *Friends*, dove i protagonisti sono spesso seduti sul divano del bar o sul divano di casa, sono presenti spesso coffee table books sparsi nella scena e sui tavoli, per dare un senso di realtà a quella che è una scena recitata.

Lo stesso vale quando si utilizza un libro da tavolino per valorizzare la fotografia di una stanza o di arredamento, quando il libro esprime sia un'idea dell'utilizzo del mobile o della stanza, sia un tocco di personalità in più attraverso la tematica scelta o ai colori della copertina.

imm. 139 Immagini styling/interior design con coffee table books per la rivista *Elle Decor*.

120

121



08

LIBRERIE E NEGOZI



122
123

In molte librerie ci sono delle piccole sezioni dedicate ai coffee table books e ai grandi tomi fotografici, spesso con i libri ammucchiati ed impilati su un bancone. I negozi delle case editrici che producono coffee table books però sono speciali. Entrando in una di queste librerie sembra di entrare in una galleria o in un negozio di lusso. Nel mondo editoriale in difficoltà, la decisione di andare al dettaglio e aprire negozi monomarca dedicati ai libri è una mossa interessante. Specialmente il genere dei coffee table book è in grado di distinguersi nel mondo dell'editoria, e i negozi ad essi dedicati sono librerie curate in ogni dettaglio che puntano a creare delle esperienze, per fare apprezzare ai clienti e visitatori il mondo dei libri da tavolino, libri promossi allo stato di oggetto di arredamento o pezzo d'arte.

In alcune famose località in Europa, Asia e Stati Uniti i negozi Taschen offrono una gamma completa delle loro pubblicazioni in interni sontuosi concepiti in collaborazione con grandi artisti e designer, come Albert Oehlen, Beatriz Milhazes, Jonas Woods, Marc Newson, Mark Grotjahn, Philippe Starck e Toby Ziegler. Il primo negozio monomarca della casa editrice fu aperto a Parigi nel 2000, in Rue de Buci, nel cuore di Saint-Germain-des-Prés, un tempo centro della vita letteraria parigina. Lo spazio è progettato da Philippe Starck, è elegante, minimale, perfettamente curato. Nel 2003 Taschen apre la sua prima libreria negli Stati Uniti, a Beverly Hills, anche questa progettata da Philippe Starck. Gli interni presentano mobili in mogano, dettagli in bronzo fuso, specchi viola e pareti in vetro fatte a mano, uniche nel loro genere. Albert Oehlen crea 20 collage generati da un computer per le pareti e il soffitto, ispirandosi all'ampia selezione dei coffee table books di Taschen. Nel 2015 Taschen apre il suo store a Milano, in concomitanza con il *Salone del Mobile*. Situato nel quartiere Magenta e progettato da Marc Newson, il negozio è situato su due piani collegati da una scala multicolore. Il pavimento presenta dei disegni di foglie tropicali, delineate in ottone, le stanze sono illuminate da lampade di Gio Ponti e Flavio Poli.

Nel 2016 apre il negozio di Berlino e nel 2017 aprono due negozi: la libreria e galleria a Central London e il negozio a Colonia, luogo di nascita della casa editrice. Le librerie presenti nei negozi Taschen sono tutte fatte su misura, i libri presentati quasi come dei pezzi d'arte, senza sovrapporsi, dando il meglio di loro attraverso le bellissime copertine.

Gli store di Taschen sono tutti diversi tra loro, ma ognuno di essi fa risaltare al meglio i coffee table books; navigare in queste librerie è un piacere, si è circondati da coffee table books di ogni tipo, libri d'arte, libri di architettura, libri sexy, libri di storia, libri di musica: l'elenco è quasi infinito. Si possono trovare edizioni limitate su dei legggi, presentate per essere ammirate dal pubblico, pareti con librerie modulabili che si spostano per fare spazio a libri diversi, tavoli coperti da pubblicazioni di ogni tipo. Ma i negozi Taschen oltre ai libri offrono anche un programma regolare di eventi, presentazioni e firma libri con gli autori e artisti del nuovo catalogo Taschen. Molti dei negozi dell'editore dispongono inoltre di una galleria d'arte, in cui le edizioni cartacee vengono esposte insieme a mostre temporanee. Taschen vanta di 12 librerie, oltre a quelle citate troviamo anche negozi a Bruxelles, Hollywood, Hong Kong, Madrid e London Claridge's.

Assouline ha utilizzato un metodo diverso per la distribuzione dei libri del suo catalogo. Infatti la casa editrice collabora con diversi negozi, hotel di lusso, gallerie o studi di design per proporre al pubblico i suoi prodotti. Con 40 branded corners in negozi di lusso di tutto il mondo, Assouline si è dedicata principalmente alla Maison Assouline, a Londra.

Dopo venti anni di attività, nel 2014 gli editori hanno voluto celebrare i momenti salienti della loro storia con l'apertura di Maison Assouline, un concept store che incarna lo spirito dell'editore. I fondatori hanno creato la Maison come «rifugio per chi cerca stile, cultura e art de vivre.» Maison Assouline è un'ambiziosa esperienza di vendita al dettaglio, ha tutto: una linea esclusiva di mobili Assouline Interiors, articoli regalo in edizione limitata e



141



142

oggetti da collezione antichi, ovviamente oltre gli scaffali sapientemente curati pieni delle ultime uscite di Assouline e delle prime edizioni rare di titoli classici. Oltre alla collezione di libri rari dei fondatori e lo Swans Bar per godersi un cocktail o un pranzo, ogni mese una mostra pop-up è allestita nella Maison.

Il concept store della casa editrice è stato eletto una delle cinque migliori librerie al mondo da *International Traveller*⁵³. Originariamente una sala bancaria progettata da Sir Edwin Lutyens nel 1922, l'edificio di interesse storico e culturale era uno dei luoghi iconici di Londra, ed ora sede del fulcro di vita culturale di Assouline. Il mercato dei coffee table book diventa parte integrante del mondo del lusso, della moda e del design, e Assouline ha contribuito attivamente a questa crescita creando oggetti-libro di altissima qualità e con un'identità grafica distintiva, e presentandoli come opere d'arte nella sua Maison.

Phaidon Press, a differenza di Taschen e Assouline, apre dei negozi pop-up, ovvero per un periodo limitato di tempo, in luoghi di interesse culturale o artistico. Nel 2009 apre a New York, nel quartiere di Soho, il Phaidon Pop-Up Shop, che offriva per circa tre mesi (da novembre a gennaio) l'intera gamma di libri di Phaidon. Nel 2016 il Metropolitan Museum of Art di New York apre una nuova sede dedicata all'arte moderna e contemporanea, chiamato Met Breuer⁵⁴, e collabora con la casa editrice per una libreria pop-up. Il Phaidon x The Met Bookstore aperto durante l'estate dello stesso anno, offriva ai visitatori una grande offerta di titoli dedicati all'arte, all'architettura, al design, alla fotografia alla moda, ai viaggi e al cibo, insieme ad una serie di edizioni limitate e di monografie autografate.

Phaidon nei suoi pop-up store offre anche delle esclusive, le *Phaidon Collector's Editions*, dedicate ad artisti di spicco come Tacita Dean, Jeff Wall e Stephen Shore, che si possono acquistare esclusivamente presso questi negozi. Ogni copia autografata e numerata dall'artista è rilegata e presentata in una scatola personalizzata. Nel 2017 la casa editrice collabora con il designer di

⁵³ Australian Traveller Media nasce con l'idea di ispirare gli australiani a scoprire il proprio paese. La rivista Australian Traveller fu lanciata nel 2005, e divenne rapidamente la più venduta rivista di viaggio in Australia, guadagnandosi una reputazione grazie ai testi ispirati e alle fotografie. Nel 2012 Australian Traveller Media lancia la rivista International Traveller, espandendo i contenuti ai luoghi del mondo.

⁵⁴ Il Met Breuer prende il nome dell'architetto Marcel Breuer, progettista dell'edificio storico in cui il museo prende sede. Lo scopo di questo ramo del Met era di fornire un ulteriore spazio per mostre di arte contemporanea ed eventi ad essa correlati. Nel giugno del 2020 il Met Brauer annuncia la chiusura definitiva, dopo la chiusura nel marzo 2020 causata dalla pandemia COVID-19.

imm. 141 Swans Bar, Maison Assouline.

imm. 142 Maison Assouline.

126

127

moda Tomas Maier, e apre un pop-up store nell'esclusivo negozio di Maier, Bleecker Street, a Manhattan. I titoli proposti al Tomas Maier x Phaidon Bookstore sono stati scelti dallo stesso Maier, che ha individuato una serie di letture su temi dell'architettura e del design. «Books have always been part of the Tomas Maier universe» disse Maier riguardo al pop-up store, «and I am happy to have an additional presence in the men's Bleecker Street store.» Phaidon realizza questi negozi temporanei esaltando delle caratteristiche dei coffee table books, in primo luogo la qualità di oggetti d'arte, presentati e venduti per un periodo limitato, come in una galleria. In secondo luogo la breve apertura dei negozi, che propongono anche titoli esclusivi, fa intendere ancora di più i coffee table books come oggetti da collezione, disponibili per poco tempo e in tiratura limitata.

Questa serie di negozi e librerie glorifica il prodotto che viene venduto, presentando dei luoghi curati e progettati da designer e architetti illustri, ideati per essere delle oasi di bellezza, piene di libri che decorano l'ambiente e librerie progettate su misura. Le librerie di Taschen sparse per il mondo sono luoghi bellissimi che espongono i libri della casa editrice come dei gioielli, sistemati perfettamente sui tavoli e le mensole, o aperti su dei grandi legggi progettati da famosi designer. Assouline invece trova spazio in negozi di lusso, in hotel cinque stelle e in favolosi negozi di arredamento, ma da un'attenzione speciale al suo concept store, la Maison Assouline, dove i coffee table books sono presentati come parte di una collezione di oggetti antichi, libri rari e oggetti di design, affiancati dal prestigioso Swans Bar, dove si può bere un drink o mangiare un pranzo circondati da libri e pezzi d'arte.

imm. 143 Taschen Store, Hong Kong.

imm. 144 Taschen Store, Miami.

imm. 145 Taschen Store, Parigi.



143



144



145



09

PROGETTO





09.1

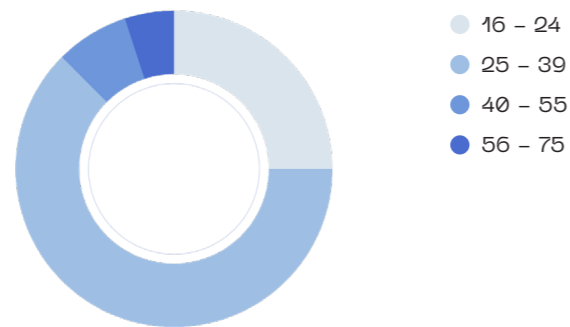
RICERCA
E CASI
STUDIO

Una piccola inchiesta sui consumatori

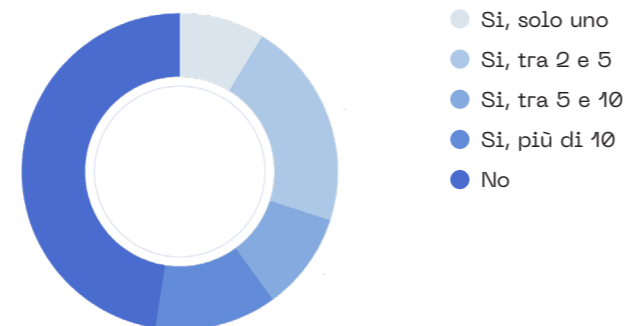
Per comprendere meglio come il pubblico percepisce i coffee table books, è stato individuato un campione di ottanta persone a cui sono state sottoposte una serie di domande e un breve report. Da questa inchiesta esplorativa sono emerse alcune interessanti indicazioni e diverse informazioni riguardo la diffusione e le ragioni del successo editoriale dei coffee table books. Sono certamente dati e opinioni molto indicative ma che offrono un sufficiente panorama delle ragioni di questo specifico mercato editoriale.

Ecco in sintesi domande e risposte del campione scelto.

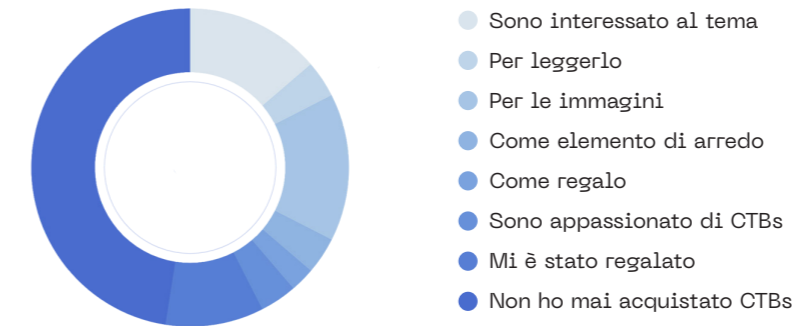
Quanti anni hai?



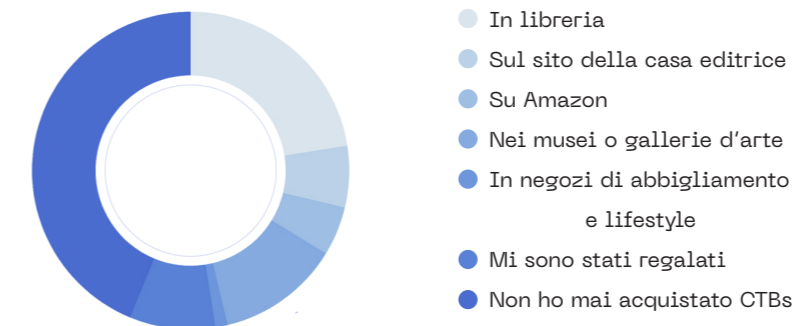
Possiedi un coffee table book?



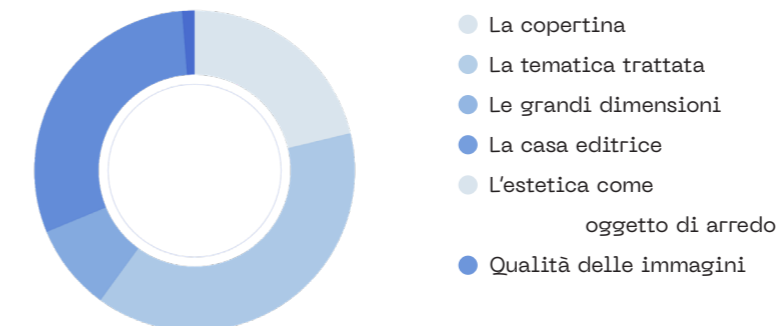
Se lo hai fatto, perché hai acquistato un coffee table book?



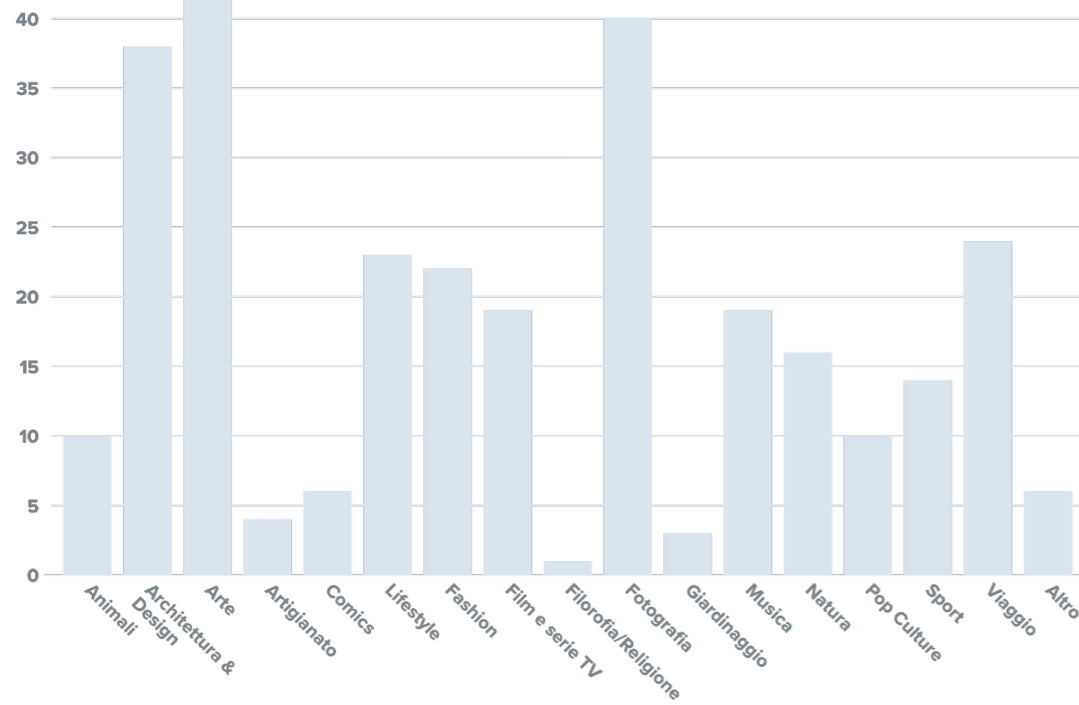
Come acquisti i coffee table book?



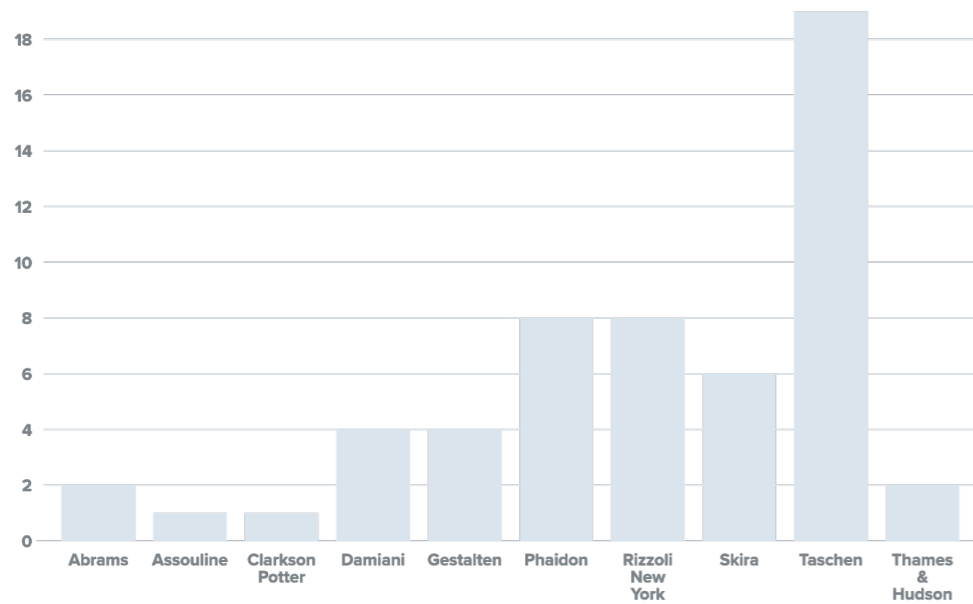
Cosa ti attira di più in un coffee table book?



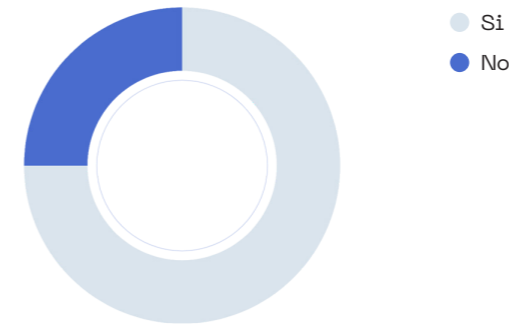
Quali tra queste tematiche preferisci trattata in un coffee table book?



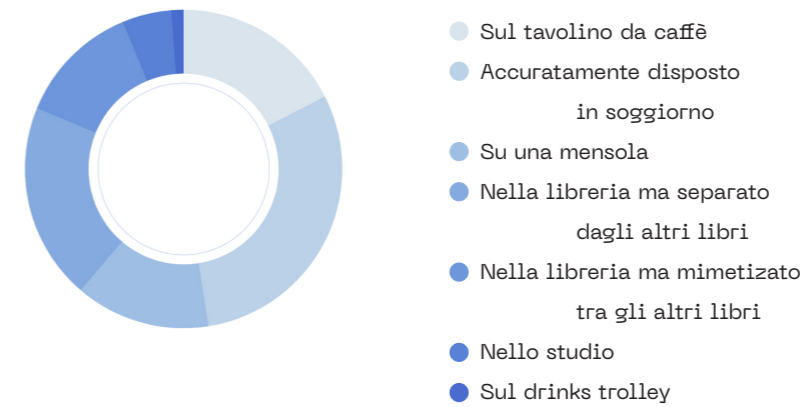
Se possiedi un coffee table book, da che casa editrice è pubblicato?



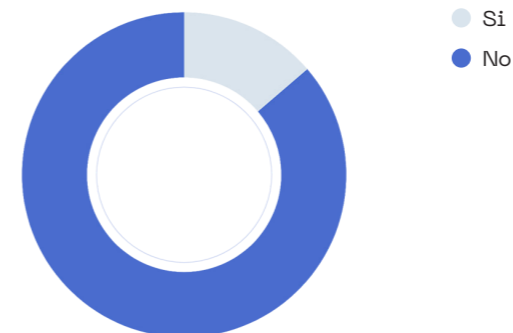
Ti è mai capitato di ricevere un coffee table book dopo un evento o come commemorazione di un anniversario (lavoro, sport, annuario) ?



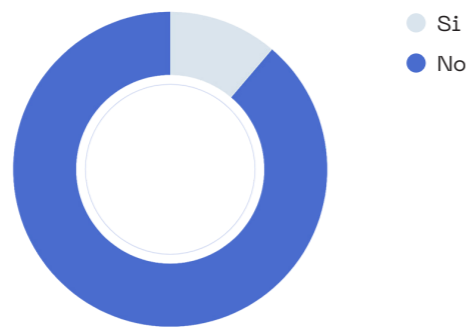
In casa, dove terresti un coffee table book?



Pensi che il digitale riuscirà a sostituire i libri?



Pensi che il digitale riuscirà a sostituire i anche i coffee table books?



Se no, spiegheresti brevemente il perché?

Tangibile vs intangibile, non c'è confronto.

Per la loro natura di elementi di arredo.

Il senso dei coffee table book, a mio avviso, è prenderli in mano e sfogliarli. Il digitale non può ricreare questo.

È l'esperienza fisica, visiva e tattile che fa un coffee table book.

Molte persone scelgono il coffee table book per l'estetica. Il digitale non mostra questa parte.

Perché spesso questi vengono utilizzati proprio come complemento d'arredo.

Perché oltre al contenuto, ciò che attira gli acquirenti è l'estetica e come quel determinato coffee table book starebbe nel luogo che ha pensato per lui, che effetto farebbe su chi lo vede guardando in quel punto preciso.

Perché il bello è proprio di avere la possibilità di sfogliare i coffee table books.

L'interesse è rivolto all'oggetto e alla sua estetica, se venisse realizzata una versione digitale si tratterebbe di tutt'altro concetto e tutt'altra funzione.

Sono più vicini all'arte/fotografia che alla letteratura.

Preferisco sempre la carta e trovo faticoso leggere i libri in digitale. In particolare le immagini digitali non potrebbero mai tramettere le stesse emozioni di quelle stampate su un coffee table book.

Credo che proprio i coffee table book, in virtù del loro valore estetico, oltre che letterale, abbia senso d'essere nel formato fisico.

La bellezza di una pubblicazione è insostituibile. La carta, lo sfogliare un libro ricco di perfette illustrazioni non potrà mai essere sostituito da un tablet ma neanche da una o più immagini proiettate in uno schermo per quanto sia ad alta definizione.

Perché li considero un oggetto di arredo, va oltre il contenuto stesso del libro in sé.

Perché l'oggetto libro è un qualcosa che va oltre al contenuto. La carta, la copertina, la font, sono un oggetto che regalano un piacere visivo e materiale che un kindle difficilmente può replicare per libri di un tale livello.

Proprio per il tipo di immagine e fruizione, spesso più di intrattenimento (o arredo).

Perché la loro bellezza non può venire uguagliata dalla versione digitale.

Sono estheticamente belli, hanno un grande formato da sfogliare, e non sono comunque il tipo di libro che ti portaresti da leggere sul commute, quindi non importa se non sono pratico.

Ah ed è sempre un ottima idea regalo.

Casi Studio

Dallo studio delle case editrici e dalla ricerca desk — affrontata prima con delle letture sull'argomento e poi con il questionario per il campione di 80 persone — sono stati individuati dei prodotti editoriali da considerare per delle loro qualità utili per approfondire ancora di più ogni aspetto legato alla progettazione dei coffee table books. I tre libri selezionati da tre diverse case editrici sono di grandi dimensioni e ognuno con caratteristiche, materiali e tematiche differenti. Inoltre è incluso uno studio di un breve filmato promozionale, *Travel from Home* di Assouline, per analizzare come i coffee table books vengono presentati al pubblico e come vengono descritti da un diverso media.

Virgil Abloh: Figures of Speech

Autore: Michael Darling
Casa Editrice: Prestel
Data pubblicazione: 29 ottobre 2019
Dimensioni: 230x305 mm
Spessore: 57 mm
Numero di pagine: 496
Tipo di copertina: copertina rigida, con tela blu
Tipo di carta: uso mano
Tipo di rilegatura: Rilegatura svizzera a filo refe

⁵⁶ Virgil Abloh (1980) è un designer e imprenditore americano. Dopo essersi laureato in architettura all'Illinois Institute of Technology, dal 2009 lavora a Roma per la casa di moda Fendi, e inizia una

imm. 146 Pagine interne del progetto *The coffee table book of coffee table books*.

imm. 147 Collage dei casi studio.

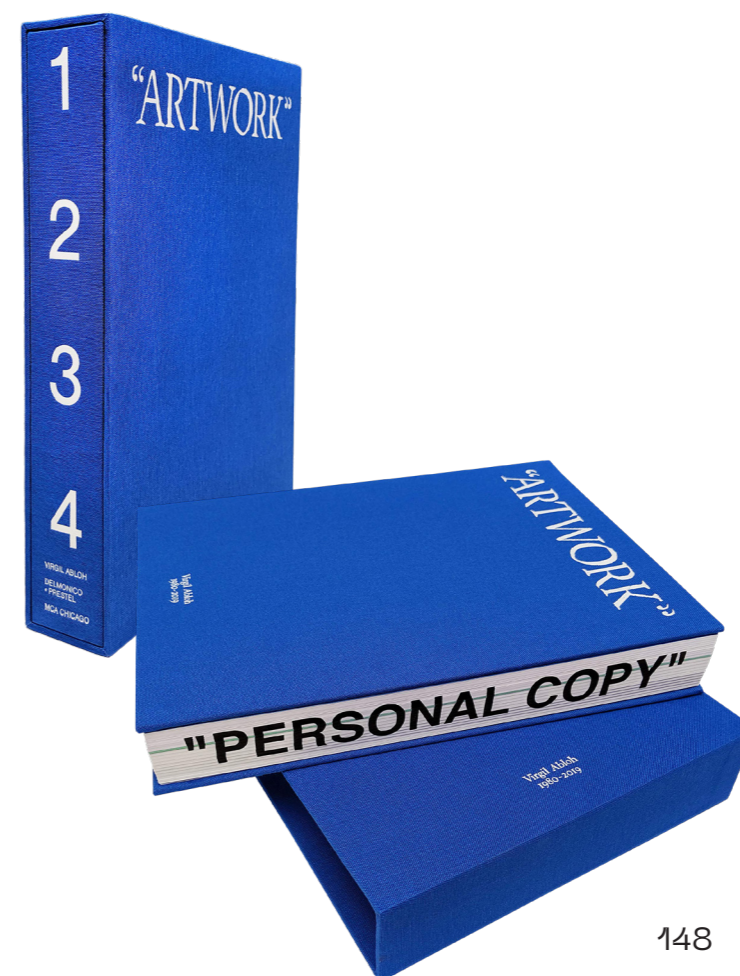
Nel 2019 il lavoro del designer Virgil Abloh⁵⁶ è soggetto di una mostra al Museum of Contemporary Art di Chicago, il 4 Giugno dello stesso anno Prestel pubblica il libro *Virgil Abloh: Figure of Speech*, creato in collaborazione dall'artista e dal museo di Chicago, il libro è editato da Michael Darling — anche curatore della mostra. Dalla moda di strada alla Haute Couture, il lavoro di Virgil Abloh è presentato in un coffee table book che presenta saggi ed interviste con voci chiave del mondo dell'arte, della moda, del design e dell'architettura. Il libro contiene più di 1800 immagini inedite dei file personali del designer, rivelando l'ampiezza del lavoro e le influenze di altri artisti.

Nell'ottobre del 2019, Prestel pubblica lo stesso libro in edizione speciale, con le stesse dimensioni — 230x305 mm — ma con una copertina e una rilegatura speciali. La nuova edizione è contenuta in una custodia blu, come la copertina, ricoperta in tessuto. Il bianco del titolo è riportato sul dorso attraverso i numeri, dall'1 al 4, che indicano le quattro sezioni all'interno del libro e una volta tolto il libro dal cofanetto viene rivelata la scritta "PERSONAL COPY" stampata in serigrafia sul taglio delle pagine. Il font utilizzato è un carattere industriale,

mentre sulla copertina è utilizzato un carattere graziato più elegante. Il testo interno è in un font sans serif, che riprende la scritta stampata sul taglio delle pagine del libro. La rilegatura espone volutamente il dorso nudo del libro, e mostra anche il segnalibro, creato con un metro da sartoria.

Il libro è stampato su carta uso mano, e anche da chiuso si può vedere una segnatura in carta verde fluorescente, dove sono stampate tavole di studio del designer.

Il libro ha vinto il premio di design AIGA's 50 Books Award⁵⁷ nel 2019.



collaborazione artistica con il rapper Kanye West. Nel 2012 fonda la sua casa di moda Off-White, e nel 2012 diventa il primo americano di origine africana ad essere direttore artistico di una casa di moda di lusso francese, Louis Vuitton. Nel 2018 Virgil Abloh è nominato dal Time Magazine come una della 100 persone più influenti del mondo. ⁵⁷ AIGA (American Institute of Graphic Arts) è un'organizzazione professionale per il design, che promuove il design come professione e come forza culturale vitale. È l'organizzazione per il design più antica, e ad oggi conta più di 18.000 membri. Nel 1923 AIGA crea un concorso che mira ad identificare i 50 libri e copertine meglio progettati dell'anno, e questo concorso storico continua ancora oggi, nominando ogni anno i 50 libri con il miglior design.

imm. 148 *Virgil Abloh: Figures of Speech*, edizione speciale con cofanetto, Prestel, 2019.

140
141

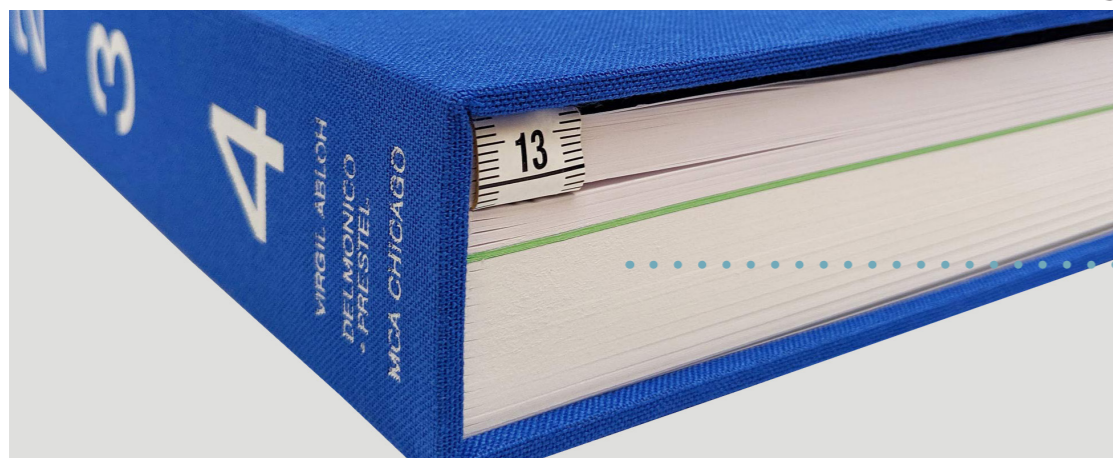
148



149

Il coffee table book presenta una particolare rilegatura svizzera con uno stile industriale, la copertina è avvolta da stoffa blu ma all'interno mostra il cartone naturale e la garza che incolla le segnature tra loro.

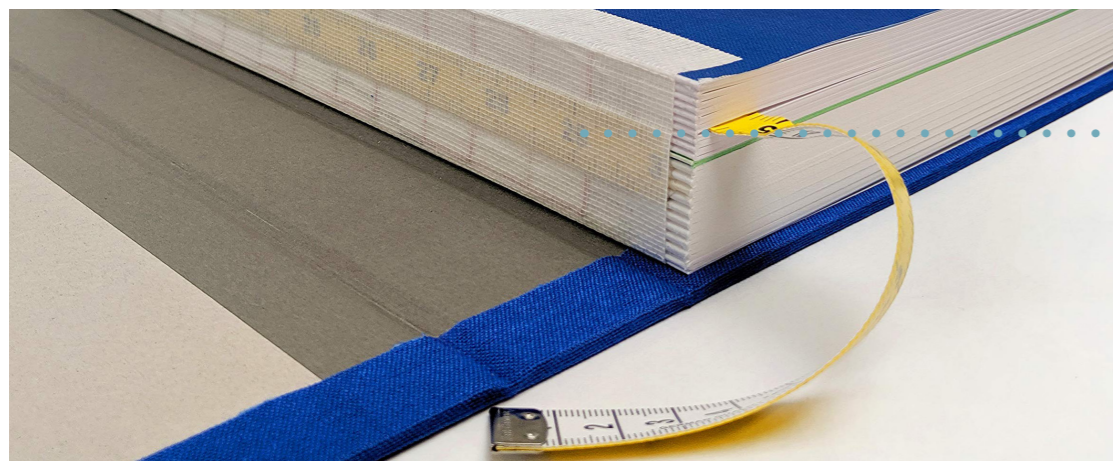
Le quattro sezioni del libro sono divise da pagine blu (lo stesso colore della copertina) con il numero (da 1 a 4) e il titolo del capitolo.



150

Il dorso del libro chiuso mostra dei numeri serigrafati in inchiostro bianco che indicano i 4 capitoli nei quali è diviso il coffee table book.

Nella parte centrale del volume è presente una segnatura composta da pagine stampate su carta verde acceso, visibile anche dal taglio delle pagine a libro chiuso.



151

La legatura svizzera permette un'apertura più ampia della copertina, lasciando scoperto il dorso.

Dalla garza si intravedono le diverse segnature e il filo refe con cui sono cucite. Un dettaglio particolare e distintivo di questo libro è il segnalibro creato con un metro da sartoria. Il metro corre tutto il dorso del libro e esce dalla parte superiore, per essere usato per segnare le pagine.

imm. 149 Dettaglio garza e rilegatura, *Virgil Abloh: Figures of Speech*, Prestel, 2019.

imm. 150 Dettaglio pagine libro chiuso, *Virgil Abloh: Figures of Speech*, Prestel, 2019.

imm. 151 Dettaglio rilegatura e segnalibro, *Virgil Abloh: Figures of Speech*, Prestel, 2019.

142
143



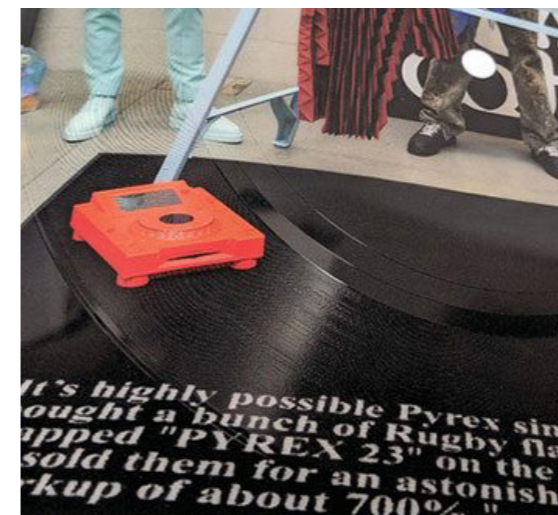
152

Le pagine verdi all'interno del volume presentano una tabella dei lavori del designer, con titoli, nomi, date e cataloghi dove i progetti possono essere trovati.

Grazie al colore della carta avviene una separazione visiva tra i contenuti di queste pagine rispetto al resto del libro, dando importanza e differenziando la tabella riportata.



153



154

L'edizione speciale di questo coffee table book presenta un capitolo extra oltre i primi tre (rispetto all'edizione base). Nella sezione 4 è riportato uno speciale foglio di vinile quadrato da staccare dal libro.

Anche se dalla forma quadrata, questo foglio è un disco, che se posizionato su un piatto di un giradischi e ascoltato riporta una registrazione di una conversazione tra Virgil Abloh e un famoso rapper americano.

imm. 152 Dettaglio pagine verdi, Virgil Abloh: *Figures of Speech*, Prestel, 2019.

imm. 153 Pagina con inserto, Virgil Abloh: *Figures of Speech*, Prestel, 2019.

imm. 154 Dettaglio disco/inserto, Virgil Abloh: *Figures of Speech*, Prestel, 2019.

144

145

Murals of Tibet

Autore: Thomas Laird⁵⁸
Casa Editrice: Taschen
Data pubblicazione: 2 Aprile 2019
Dimensioni: 50 x 70 cm
Spessore: 5 cm
Numero di pagine: 498
Tipo di copertina: copertina rigida
Tipo di carta: patinata
Tipo di rilegatura: Filo refe con copertina rigida

Questa pubblicazione SUMO presenta una raccolta di fotografie dedicate ai preziosi murales sopravvissuti della cultura buddista tibetana. I colori folgoranti e le dimensioni colossali rendono il libro un sorprendente capolavoro dell'editoria. Mille anni di capolavori tibetani nascosti tra le montagne innevate del Tibet, rivelati per la prima volta al mondo attraverso il libro di Taschen, sono tra i più grandi tesori della cultura buddista. Per circa 10 anni il fotografo Thomas Laird ha viaggiato negli angoli remoti dell'altopiano asiatico per catturare i murales in tutta la loro complessità utilizzando un nuovo metodo di fotografia digitale. Il libro è mostra i dipinti sia completi che in numerosi dettagli, attraverso una stampa magnifica di alta qualità e rifiniture in oro.

L'interesse culturale e la conservazione della storia tibetana sono state riconosciute dallo stesso Dalai Lama, che ha autografato le 918 copie del libro colossale. Il SUMO è accompagnato da un libro più piccolo, di 528 pagine, dove lo scrittore buddista e accademico Robert Thurman accompagna il viaggio visivo con un testo dettagliato sul significato spirituale dei murales, mentre delle didascalie degli esperti Heather Stoddard e Jakob Winkler forniscono un contesto artistico dettagliato ad ogni immagine.

Il libro è molto colorato, e in copertina mostra una grande fotografia del Buddha, circondato da linee colorate. Il titolo non è mostrato sulla copertina per lasciare libera l'immagine del murales da ogni distrazione, ma è stampato in oro sul largo dorso del SUMO. La prima pagina indica il numero di copia di ogni libro, accompagnato dalla firma del Dalai Lama. La pagina successiva, in carta nera, presenta il titolo del libro tagliato a laser, e creando un gioco di spazi vuoti che dalla pagina nera mostrano i colori dell'immagine sottostante. Il font utilizzato per i testi è un carattere graziato particolare, con spazi sottili e interrotti, e delle grazie arrotondate e più spesse. Lo stesso carattere accompagna il libro in ogni formato, dai video pubblicati dalla casa editrice ai poster promozionali delle presentazioni.

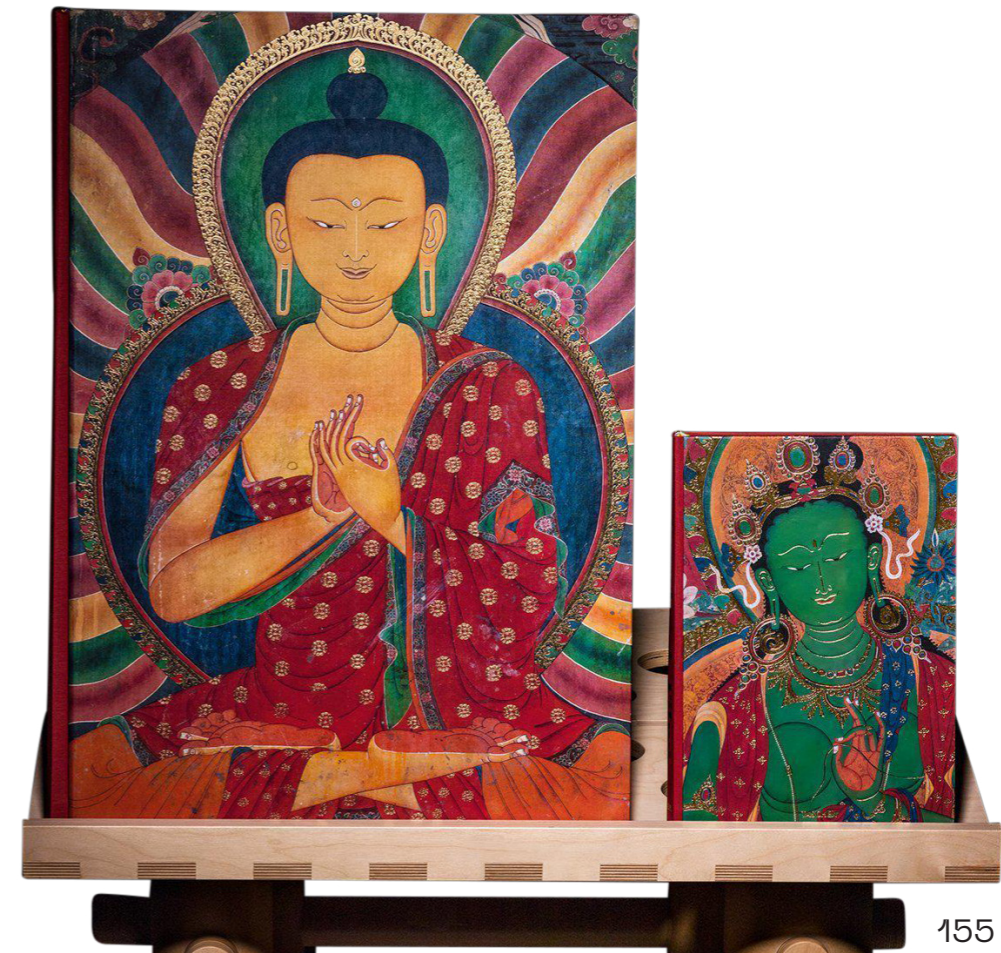
Il taglio delle pagine è dorato, donando al libro un sen-

so di magnificenza e preziosità. Dal fondo del libro fuoriescono 5 segnalibri in raso colorato — uno giallo, uno azzurro, uno bianco, uno rosso e uno verde — che rappresentano i colori dei 5 Buddha. La carta patinata lucida presenta le grandi fotografie dei murales, stampate con un procedimento particolare che permette una rappresentazione più vicina all'originale, rendendo possibile l'inserimento di dettagli dorati nelle immagini.

Murals of Tibet è accompagnato, oltre che dal libro di spiegazione, da un leggio progettato da Shigeru Ban⁵⁹, con l'utilizzo di materiali riciclati e dal sapore tibetano, ad accompagnare nel migliore dei modi il capolavoro di Taschen.

⁵⁹ Shigeru Ban (5 Agosto 1957) è un architetto giapponese, conosciuto per il suo lavoro innovativo con l'uso di carta e cartoni riciclati. Il suo lavoro è stato citato dalla giuria del premio per l'architettura Pritzker per il suo uso innovativo del materiale e la sua dedizione agli sforzi umanitari in tutto il mondo.

imm. 155 *Murals of Tibet*, SUMO e volume di accompagnamento su leggio, Taschen, 2019.



⁵⁸ Thomas C. Laird (30 Giugno 1953) è un giornalista, scrittore e fotografo specializzato sul Tibet, lavorando per riviste come Time e Newsweek. Nel 2008 inizia a scattare fotografie a dimensione naturale per i giganteschi murales tibetani, che diventeranno parte della collezione pubblicata in *Murals of Tibet*.

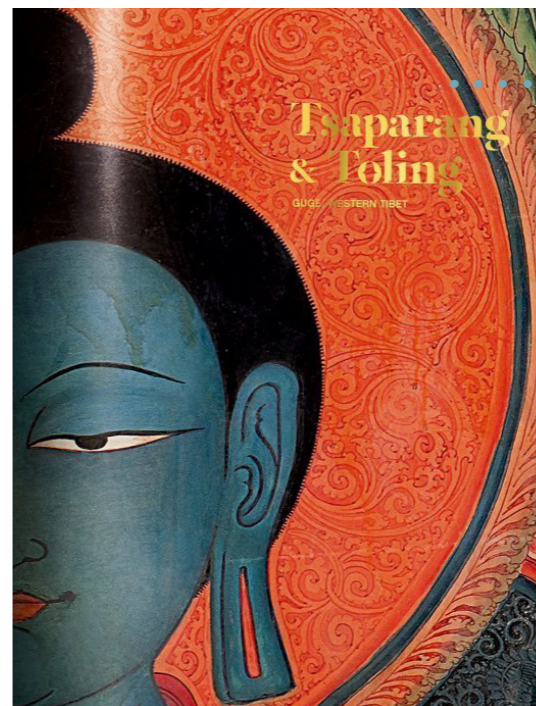


156

Il SUMO è uno dei formati più grandi mai visti per un libro. *Murals of Tibet* è presentato in una confezione che racchiude il volume, il libro di accompagnamento e il leggio progettato dal designer Shigeru Ban realizzato in cartone riciclato. Ogni copia è stata autografata dal Dalai Lama.



157



158

Il volume è arricchito da un bellissimo inchiostro dorato, utilizzato per le stampe dei dettagli di alcuni murales e per i titoli delle sezioni del libro. L'oro viene stampato sulla pagina, e successivamente vengono stampati gli altri colori. Con questo metodo si è riuscito a ottenere un risultato meraviglioso, per esaltare al meglio i colori e i dettagli dei murales tibetani.



159

Il frontespizio del libro è composto da un cartoncino nero con un'incisione laser del titolo, dove le lettere bucate mostrano i brillanti colori di una fotografia di un murales. Il particolare font utilizzato per il progetto si presta particolarmente a questo utilizzo grazie ai diversi giochi di spessori, grazie e punte decorative.

imm. 156 Dalai Lama con *Murals of Tibet*, Taschen, 2019.

imm. 157 Confezione *Murals of Tibet*, volume accompagnamento e leggio, Taschen, 2019.

imm. 158 Dettaglio stampa, *Murals of Tibet*, Taschen, 2019.

imm. 159 Dettaglio frontespizio con taglio laser, *Murals of Tibet*, Taschen, 2019.

148

149

Il tomo riporta nel modo più fedele possibile le fotografie, con alcune delle riproduzioni dei murales così grandi e dettagliate che hanno bisogno di 3 o 4 facciate 50x70cm per essere ammirate nella loro interezza.

Il taglio delle pagine è impreziosito da una vernice dorata, e dal fondo sbucano 5 segnalibri in raso colorato, che rappresentano i colori dei 5 Buddha.



160



161



162



163

imm. 160 Dettaglio pagine e segnalibri, *Murals of Tibet*, Taschen, 2019.

imm. 161 *Murals of Tibet*, quattro pagine stese, Taschen, 2019.

imm. 162 *Murals of Tibet*, tre pagine stese, Taschen, 2019.

imm. 163 *Murals of Tibet*, doppia pagina stesa, Taschen, 2019.

150
151

Capri Dolce Vita

Autore: Cesare Cunaccia⁶⁰
 Casa Editrice: Assouline
 Data pubblicazione: maggio 2019
 Dimensioni: 250 x 330 mm
 Spessore: 33 mm
 Numero di pagine: 272
 Tipo di copertina: copertina rigida ricoperta in lino
 Tipo di carta: carta patinata
 Tipo di rilegatura: Filo refe con copertina rigida

Capri Dolce Vita fa parte della *Travel Series* della casa editrice di lusso Assouline, con libri dedicati alle più rinomate mete da visitare nel mondo. Ogni libro ha una copertina di un colore diverso, ma l'impostazione grafica è la stessa. Il titolo scritto con un font molto grande è nella parte alta della copertina, mentre la parte inferiore è lasciata ad illustrazioni coloratissime e stilizzate che richiamano la meta turistica. *Capri Dolce Vita* ha una copertina ricoperta di un lino tinto di arancione acceso, e un'illustrazione stilizzata di un corallo stampata in foglia d'oro sotto il titolo fucsia e rosso che completa il layout. Sul dorso del coffee table book è riportato il titolo del libro con il grande font della copertina, stampato in oro e fucsia. Il retro della copertina riporta una citazione dedicata a Capri e una composizione di quattro fotografie che anticipano i contenuti del coffee table book.

L'interno del libro si presenta come una finestra su un favoloso angolo di mondo, una celebrazione di un paradiso in terra. Sono molto rare le pagine con del testo, il libro presenta una grande collezione di fotografie di Capri, esaltandone la bellezza e lo spirito mediterraneo tipiche della città.

Le fotografie occupano quasi tutto lo spazio, riempiendo le pagine per essere le più grandi e dettagliate possibili. Ogni tanto le immagini lasciano spazio a parti di un'antologia di testi di Cesare Cunaccia, tra momenti salienti e aneddoti notevoli legati all'isola napoletana. Anche i testi, come le immagini, sono molto grandi e occupano una pagina intera anche se con poche righe. Come per il font del titolo, uguale per tutti i libri per la serie, anche il font utilizzato per i testi è lo stesso per ogni coffee table book, un Didot, sottile e graziato.

⁶⁰ Cesare Cunaccia è uno scrittore, docente, curatore e giornalista. È stato redattore generale per Vogue Italia e L'Uomo Vogue, e consulente per l'antiquariato di Architettura Digest Italia. Cunaccia ha pubblicato una serie di libri dedicati al patrimonio artistico italiano, tradotti in dodici lingue.

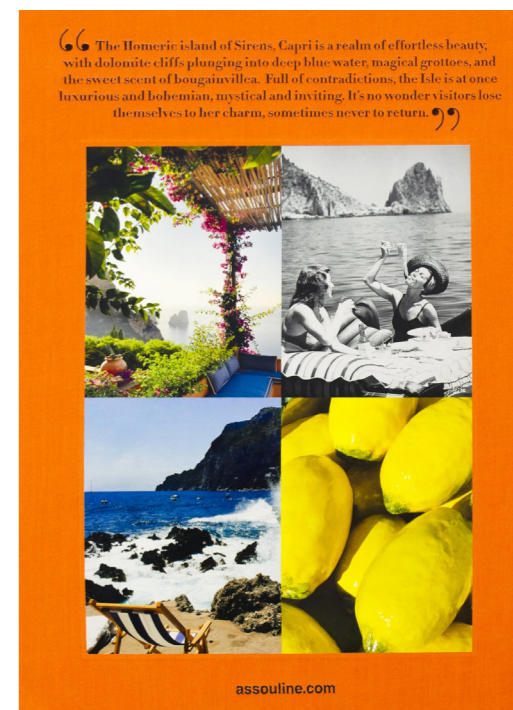
imm. 164 Copertina di *Capri Dolce Vita*, Assouline, 2019.

imm. 165 Retro copertina di *Capri Dolce Vita*, Assouline, 2019.

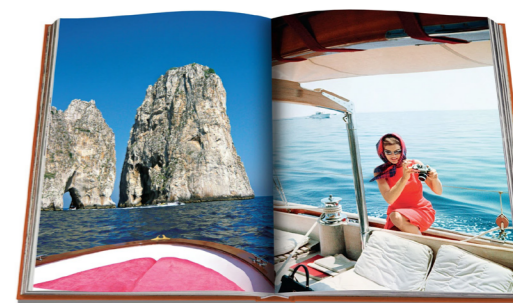
imm. 166 Pagine interne di *Capri Dolce Vita*, Assouline, 2019.



164

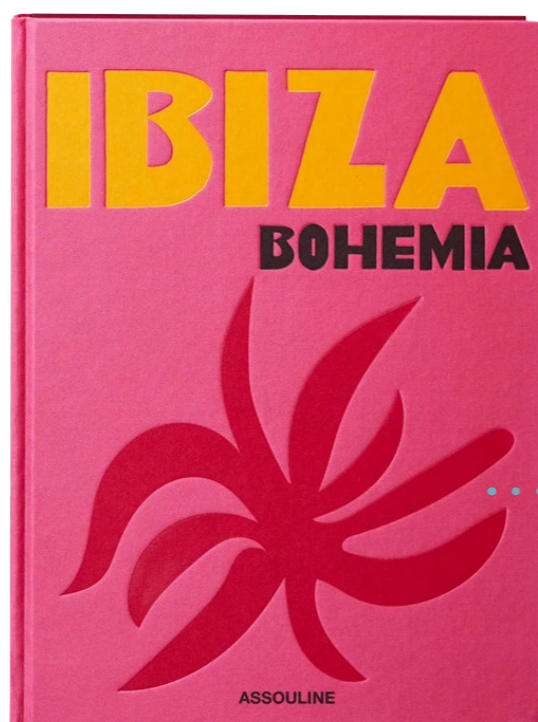
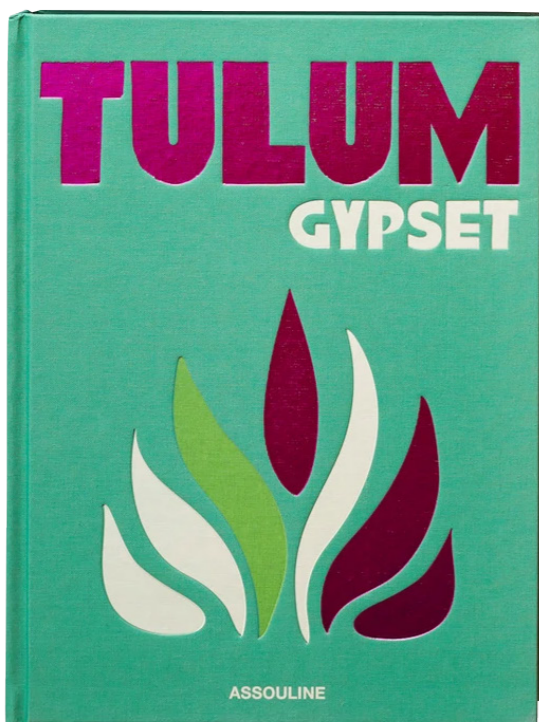
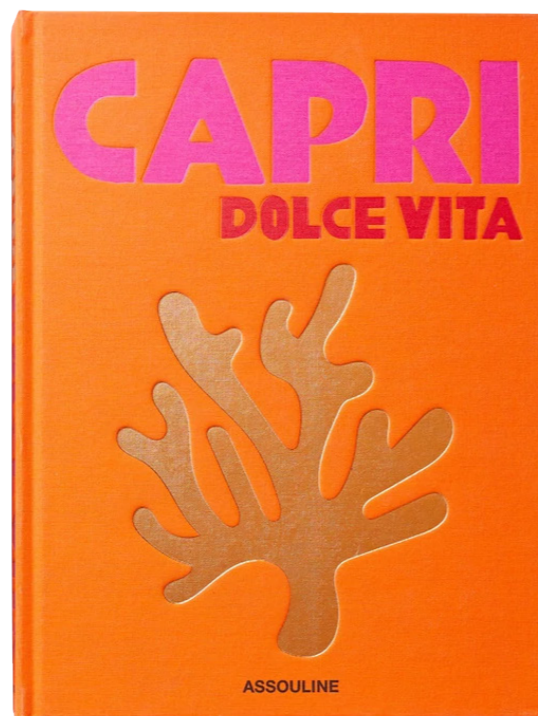
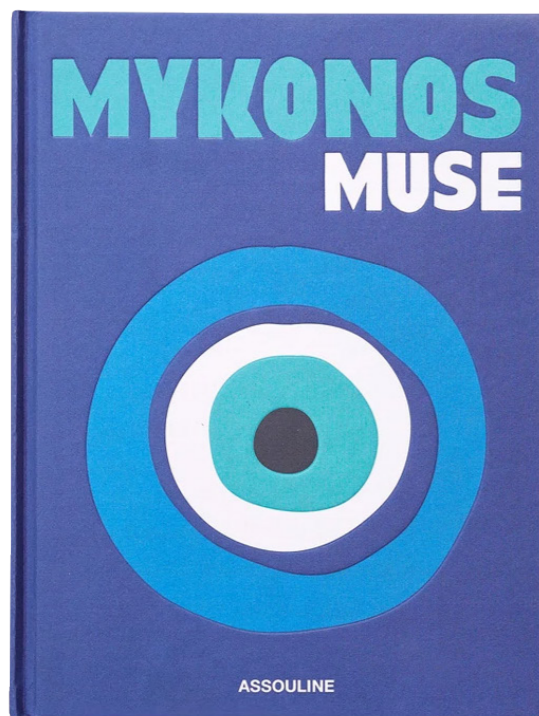


165



152
153

166



167



168



169

- I libri sono confezionati con una tele di lino colorate, materiale semplice ma che crea un grande effetto, soprattutto per le tinte accese con cui è colorato.

La *Travel Series* di Assouline è caratterizzata da un gioco netto tra esterno grafico ed interno fotografico.

Le copertine della serie sono identificate da colori accesi e un font particolare e di impatto.

Ogni destinazione turistica è poi rappresentata da un simbolo stilizzato impresso a grandi dimensioni sulla prima di copertina.

imm. 167 Copertine di quattro libri della *Travel Series*, Assouline.

imm. 168 Dettaglio di stampa sulla copertina di *Capri Dolce Vita*, Assouline, 2019.

imm. 169 Dettaglio pagine libro chiuso di *Capri Dolce Vita*, Assouline, 2019.

154
155



170



- L'interno del coffee table book presenta una grande raccolta fotografica suggestiva, come per ricreare l'atmosfera dei luoghi rappresentati.
- La copertina grafica è l'opposto dell'interno fotografico, oltre a dare continuità alla *Travel Series* esalta il contenuto.

156
157

imm. 170 *Capri Dolce Vita*,
tre doppie pagine stese, Assouline,
2019.

Travel From Home

Casa editrice: Assouline

Data pubblicazione:

Formato:

Durata: 00:52

Questo breve filmato è una presentazione della *Travel Series* di Assouline, i cui libri sono tra i più venduti della casa editrice.

Il video inizia con delle parole che formano la frase “Travel From Home” a ritmo di una musica ritmata, che poi spariscono lasciando entrare i libri della serie che formano delle linee. Lo schermo si tinge di arancione con un sole illustrato, e il coffee table book *St. Tropez Soleil* ruota al centro dell’immagine. Il video torna con un fondo bianco, e uno dopo l’altro entrano nell’inquadratura i dorsi dei libri con le copertine coloratissime. I coffee table books sono poi presentati uno dopo l’altro, ognuno con uno sfondo a tema con la città rappresentata nel libro. Il filmato si ferma anche su alcune copertine, che si animano sempre al ritmo della musica. Il video si chiude con una pioggia di libri, che riempiono lo schermo con le loro copertine colorate.

Il filmato gioca molto con le figure semplici che sono riportate sulle copertine dei libri, e i coffee table books sono mockups o fotografie scontornate che si muovono nella scena. Il video è basato sui colori della serie di libri, una delle caratteristiche principali e che rende questi libri sempre riconoscibili.

Il tono del video è allegro e ritmato, e le forme si muovono secondo il tempo della musica, che ricorda i suoni di un luogo vacanziero e lontano, a ricordare il contenuto dei libri presentati.



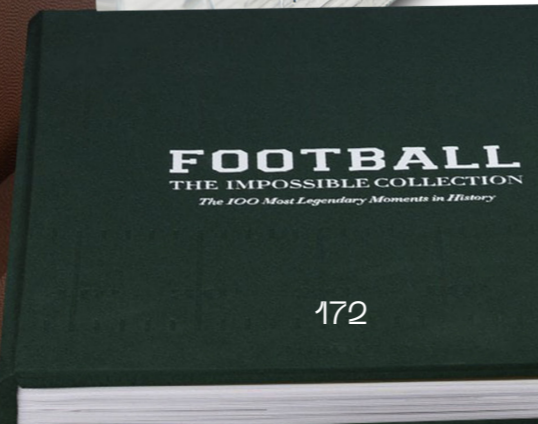
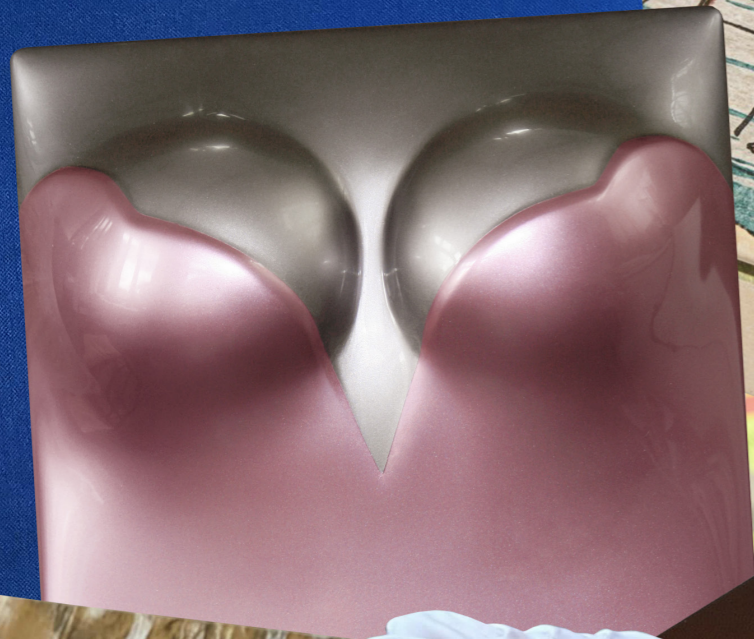
171

158

159

imm. 171 Storyboard del video
Travel From Home, Assouline, 2020.

MUSEUM



09.2

TAVOLE
STUDIO

Introduzione

Facendo una selezione randomica di 100 titoli attualmente prodotti dalle case editrici di coffee table books*, si possono fare alcune tavole di analisi rispetto alle peculiarità di questi prodotti editoriali.

1/ TAVOLA SINOTTICA

2/ FORMATI

- 2/A SMALL
- 2/B MEDIUM
- 2/C LARGE
- 2/D EXTRA LARGE

3/ TEMI

- 3/A CULTURA
- 3/B LIFESTYLE
- 3/C LIBRI DEDICATI




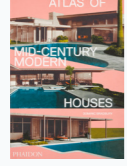



4/ EFFETTI SPECIALI

- 4/A Nike: Better is Temporary, Phaidon
- 4/B Hiroshige & Eisen. The Sixty-Nine Stations along the Kisokaido, Taschen
- 4/C Virgil Abloh: Figures of Speech [special edition], Prestel
- 4/D Naomi, Taschen
- 4/E Versailles: From Louis XIV to Jeff Koons [special edition], Assouline
- 4/F The Impossible Collection [Golf/Football/Wine], Assouline





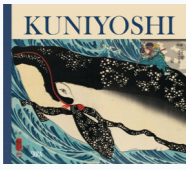
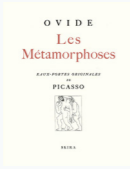

*Phaidon, Prestel, Skira, Citadelles et Mazenods, Hatje Cantz, Abrams Books, Thames & Hudson, Clarkson Potter, Rizzoli New York, Chronicle Books, Taschen, Lars Müller Publishers, Assouline, Gestalten, Mendo e Damiani

162
163



TAVOLA SINOTTICA

CASA EDITRICE	LIBRO	TITOLO	TEMATICA	DIMENSIONI		NUMERO PAGINE	LEGATURA	PREZZO	DATA PUBBLIC.	NOTE
PHAIDON		The Design Book [revised and expanded]	Design	123 x 163 mm		544 p.	Copertina rigida	17.95 €	Ottobre 2020	
		The Art Book [revised and expanded]	Arte	210 x 245 mm		592 p.	Copertina rigida	35.00 €	Settembre 2020	
		The Nordic Cook Book	Food & Drinks	180 x 270 mm		768 p.	Copertina rigida	45.00 €	Ottobre 2015	
		Atlas of Mid-Century Modern Houses	Architettura	240 x 340 mm		500 p.	Copertina rigida	125.00 €	Ottobre 2019	
		Anni & Josef Albers. Equal and Unequal	Arte	238 x 305 mm		512 p.	Copertina rigida	120.00 €	Novembre 2020	
PRESTEL		[Masters of Art] Van Gogh	Arte	170 x 210 mm		160 p.	Copertina rigida	14.95 \$	Aprile 2012	Il libro fa parte della serie di Prestel: Masters of Art
		Bookstores	Fotografia	240 x 280 mm		256 p.	Copertina rigida	45.00 \$	Marzo 2021	






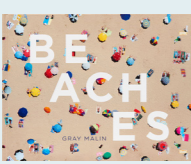


164
165

CASA EDITRICE	LIBRO	TITOLO	TEMATICA	DIMENSIONI		NUMERO PAGINE	LEGATURA	PREZZO	DATA PUBBLIC.	NOTE
		Virgil Abloh: Figures of Speech [special edition]	Moda	230 x 305 mm		496 p.	Copertina rigida con cofanetto	150.00 €	Ottobre 2019	Legatura svizzera con metro da sarto utilizzato come segnalibro
		Colorama: from Fuchsia to Midnight Blue	Design	160 x 220 mm		280 p.	Copertina rigida	24.95 €	Marzo 2018	
		A Visual Protest: The Art of BANKSY	Arte	230 x 280 mm		224 p.	Copertina rigida	40.00 €	Aprile 2020	
		Yoshitomo Nara [special edition]	Arte	310 x 310 mm		224 p.	Copertina rigida con cofanetto	300.00 €	Aprile 2015	Il cofanetto contiene: libro, 14 opuscoli e un vinile con musiche scelte dall'artista
SKIRA		Utagawa Kuniyoshi: Il Visionario del Mondo Fluttuante	Arte	240 x 280 mm		192 p.	Copertina rigida	42.00 €	Ottobre 2017	
		Ettore Sottsass: Il Vetro	Design	280 x 300 mm		328 p.	Copertina rigida	65.00 €	Maggio 2017	
		Ovide. Les Métamorphoses. Eaux-Fortes Originales de Picasso	Arte	240 x 305 mm		408 p.	Due volumi/ Copertina rigida con cofanetto	250.00 €	Gennaio 2019	Il cofanetto, in plexiglass trasparente, contiene due volumi
		Inter 110. Noi Siamo Fratelli del Mondo. 1908-2018	Sport	285 x 370 mm		432 p.	Copertina rigida	55.00 €	Marzo 2018	

166
167

CASA EDITRICE	LIBRO	TITOLO	TEMATICA	DIMENSIONI		NUMERO PAGINE	LEGATURA	PREZZO	DATA PUBBLIC.	NOTE
		Gianfranco Ferrè. Drawings	Moda	165 x 300 mm		456 p.	Copertina rigida	60.00 €	Gennaio 2010	
CITADELLE ET MAZENOD		Gauguin	Arte	275 x 325 mm		432 p.	Copertina rigida con cofanetto	189.00 €	Ottobre 2003	
		L'Enseigne: Une Histoire Visuelle et Matérielle	Fotografia	190 x 255 mm		204 p.	Copertina rigida	49.00 €	Ottobre 2020	
		Le Trésor de Toutankhamon	Storia	215 x 295 mm		296 p.	Copertina rigida	49.00 €	Marzo 2020	
		Affiches de la Publicité	Design	310 x 400 mm		216 p.	Copertina rigida	77.00 €	Ottobre 2013	
		L'Art du Design	Design	255 x 320 mm		612 p.	Copertina rigida	99.00 €	Ottobre 2013	
		Oiseaux	Arte	360 x 410 mm		224 p.	Copertina rigida	89.00 €	Novembre 2008	
HATJE CANTZ		Die Schweizer/ Les Suisses/ Gli Svizzeri/ Ils Svizzers/ The Swiss	Fotografia	252 x 304 mm		152 p.	Copertina rigida	14.95 €	Gennaio 2013	





168
169

CASA EDITRICE	LIBRO	TITOLO	TEMATICA	DIMENSIONI		NUMERO PAGINE	LEGATURA	PREZZO	DATA PUBBLIC.	NOTE
		It's All One History, Almost	Fotografia	240 x 300 mm		128 p.	Copertina rigida	40.00 €	Dicembre 2017	
		Vogue 100	Moda	265 x 320 mm		392 p.	Copertina rigida	25.00 €	Aprile 2016	
		Tintoretto: The Gonzaga Cycle	Arte	230 x 256 mm		256 p.	Copertina rigida	68.00 €	Giugno 2000	
		Piet Mondrian - Barnett Newman - Dan Flavin	Arte	243 x 304 mm		152 p.	Copertina rigida	19.95 €	Gennaio 2013	
		StudioMDA Artseen	Design	245 x 330 mm		176 p.	Copertina rigida	45.00 €	Giugno 2020	
ABRAMS BOOKS		Beaches	Fotografia	330 x 250 mm		144 p.	Copertina rigida	40.00 \$	Maggio 2016	
		The Wes Anderson Collection	Cinema e TV	255 x 305 mm		336 p.	Copertina rigida	45.00 \$	Ottobre 2013	
		The Simpson Family History	Cineme e TV	240 x 270 mm		304 p.	Copertina rigida	35.00 \$	Settembre 2014	








170
171

CASA EDITRICE	LIBRO	TITOLO	TEMATICA	DIMENSIONI		NUMERO PAGINE	LEGATURA	PREZZO	DATA PUBBLIC.	NOTE
		Pillowry: The Art of Dave Cooper [special edition]	Illustrazione	220 x 285 mm		300 p.	Copertina rigida con cofanetto	100.00 €	Gennaio 2020	
		Japanese Design Since 1945	Design	220 x 230 mm		448 p.	Copertina rigida con cofanetto	85.00 €	Novembre 2020	
		From One Bank to Another: D'une Rive à L'Autre	Food & Drinks	285 x 370 mm		272 p.	Copertina rigida	120.00 €	Marzo 2021	
THAMES & HUDSON		The Iconic American House	Architettura	270 x 290 mm		320 p.	Copertina rigida	65.00 €	Ottobre 2020	
		The Monocle Book of Japan	Viaggio	230 x 305 mm		230 x 305 p.	Copertina rigida	65.00 €	Maggio 2020	
		Indoor Green: Living with Plants	Piante e Giardinaggio	210 x 267 mm		208 p.	Copertina rigida	29.95 \$	Agosto 2016	
		Abstract Art: A Global History	Arte	250 x 315 mm		360 p.	Copertina rigida	85.00 \$	Novembre 2020	
		[World of Art] Contemporary African Art	Arte	150 x 210 mm		272 p.	Copertina flessibile	24.95 \$	Aprile 2020	Il libro fa parte della serie di Thames & Hudson: World of Art


172
173

CASA EDITRICE	LIBRO	TITOLO	TEMATICA	DIMENSIONI		NUMERO PAGINE	LEGATURA	PREZZO	DATA PUBBLIC.	NOTE
		Charles Booth's London Poverty Maps	Storia	270 x 375 mm		288 p.	Copertina rigida	100.00 \$	Novembre 2019	
		Cabinet of Wonders	Antichità	255 x 340 mm		308 p.	Copertina rigida	95.00 \$	Settembre 2017	
CLARKSON POTTER		Made for Living	Interior Design	210 x 260 mm		287 p.	Copertina rigida	40.00 \$	Ottobre 2000	
		Wine Simple	Food & Drinks	185 x 260 mm		272 p.	Copertina rigida	32.50 \$	Gennaio 2013	
		Edge of Order	Design	260 x 310 mm		319 p.	Copertina rigida e sovraccoperta trasparente	80.00 \$	Novembre 2018	La sovraccoperta trasparente con poligoni blu copre le immagini in copertina
		Pattern of India	Fotografia	185 x 250 mm		284 p.	Copertina rigida	30.00 \$	Marzo 2020	
		The Finer Things	Interior Design	235 x 286 mm		416 p.	Copertina rigida	60.00 \$	Settembre 2016	
RIZZOLI NEW YORK		Good Dog: A Collection of Portraits	Animali	215 x 275 mm		208 p.	Copertina rigida	40.00 \$	Giugno 2020	





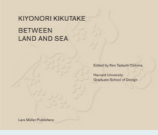

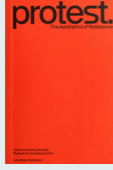
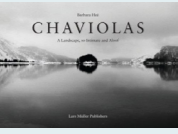
174
175

CASA EDITRICE	LIBRO	TITOLO	TEMATICA	DIMENSIONI		NUMERO PAGINE	LEGATURA	PREZZO	DATA PUBBLIC.	NOTE
		Supreme: Downtown New York Skate Culture	Fotografia	230 x 297 mm		304 p.	Copertina rigida	150.00 \$	Aprile 2010	
		Style on the Street: from Tokyo and Beyond	Moda	200 x 250 mm		272 p.	Copertina rigida	50.00 \$	Ottobre 2020	
		New York Splendor: The City's Most Memorable Rooms	Interior Design	250 x 315 mm		316 p.	Copertina rigida	70.00 \$	Ottobre 2018	
		Hiroshi Fujiwara Fragment #2	Moda	220 x 280 mm		256 p.	Copertina rigida	60.00 \$	Ottobre 2020	
		Dior in Bloom	Moda	265 x 350 mm		302 p.	Copertina rigida	100.00 \$	Ottobre 2020	
		De Gournay: Hand-Painted Interiors	Interior Design	255 x 305 mm		272 p.	Copertina rigida	75.00 \$	Maggio 2020	
CHRONICLE BOOKS		Chinatown Pretty	Fotografia	185 x 235 mm		224 p.	Copertina rigida	24.95 \$	Settembre 2020	
		Everything She Touched: The Life of Ruth Asawa	Arte	185 x 235 mm		224 p.	Copertina rigida	22.95 \$	Aprile 2020	

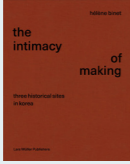







176
177

CASA EDITRICE	LIBRO	TITOLO	TEMATICA	DIMENSIONI		NUMERO PAGINE	LEGATURA	PREZZO	DATA PUBBLIC.	NOTE
		Icons: 50 Heroines Who Shaped Contemporary Culture	Lyfestyle	215 x 200 mm		112 p.	Copertina rigida	24.95 \$	Febbraio 2020	
		Floret Farm's. A Year in Flowers	Piante e Giardinaggio	200 x 250 mm		312 p.	Copertina rigida	29.95 \$	Febbraio 2020	
		Creative Spaces: People, Homes and Studios to Inspire	Interior Design	200 x 280 mm		272 p.	Copertina rigida	35.00 \$	Agosto 2019	
		The Marvelous Museum: Orphans, Curiosities & Treasures	Fotografia	285 x 355 mm		128 p.	Copertina rigida con cofanetto	75.00 \$	Settembre 2010	
		Playboy: The Complete Centerfolds. 1953-2016	Fotografia	200 x 340 mm		848 p.	Copertina rigida	85.00 \$	Settembre 2017	
TASCHEN		[SUMO] Murals of Tibet	Arte	500 x 700 mm		476 p.	Copertina rigida	3000.00 €	Aprile 2019	Formato SUMO. Il libro è accompagnato da volume esplicativo e leggio di design
		[XL] Entryways of Milan	Architettura	260 x 340 mm		384 p.	Copertina rigida	50.00 €	Giugno 2017	
		[Bibliotheca Universalis] Cabinet of Natural Curiosities	Illustrazione	140 x 195 mm		592 p.	Copertina rigida	16.00 €	Giugno 2015	La serie è popolare, di dimensioni contenute e ha prezzi molto bassi









178
179

CASA EDITRICE	LIBRO	TITOLO	TEMATICA	DIMENSIONI		NUMERO PAGINE	LEGATURA	PREZZO	DATA PUBBLIC.	NOTE
		The Package Design Book 6	Design	237 x 256 mm		512 p.	Copertina rigida	60.00 €	Marzo 2021	
		Pucci [updated edition]	Moda	360 x 360 mm		448 p.	Copertina rigida	200.00 €	Febbraio 2021	Ogni libro è rilegato con un tessuto Pucci differente, rendendo ogni copia unica
		J. C. Volkamer. The Book of Citrus Fruits	Illustrazione	275 x 395 mm		448 p.	Copertina rigida	125.00 €	Agosto 2000	
LARS MÜLLER PUBLISHERS		The Architect's Studio: Anupama Kundoo	Architettura	240 x 300 mm		232 p.	Copertina rigida	45.00 €	Dicembre 2020	
		Between Land and Sea	Architettura	250 x 207 mm		216 p.	Copertina rigida	45.00 €	Dicembre 2015	
		BIG-GAME: Everyday Objects	Design	170 x 230 mm		160 p.	Copertina rigida	25.00 €	Agosto 2019	
		Protest. The Aesthetics of Resistance	Design	160 x 240 mm		448 p.	Copertina rigida	30.00 €	Giugno 2018	
		Chaviolas. A Landscape, So Intimate and Aloof	Fotografia	290 x 190 mm		240 p.	Copertina rigida	40.00 €	Giugno 2009	




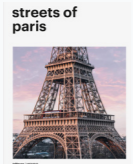



180
181

CASA EDITRICE	LIBRO	TITOLO	TEMATICA	DIMENSIONI		NUMERO PAGINE	LEGATURA	PREZZO	DATA PUBBLIC.	NOTE
		The Intimacy of Making	Fotografia	240 x 300 mm		236 p.	Copertina rigida	60.00 €	Settembre 2020	
		Reading Structures: 39 Projects and Built Works	Architettura	300 x 240 mm		376 p.	Copertina rigida	50.00 €	Dicembre 2015	
ASSOULINE		Capri Dolce Vita	Viaggio	250 x 330 mm		272 p.	Copertina rigida con custodia	95.00 \$	Maggio 2019	
		[The Impossible Collection] Chanel: The Impossible Collection	Moda	395 x 475 mm		232 p.	Copertina rigida con custodia	895.00 \$	Ottobre 2019	I libri di questa serie sono contenuti in cofanetti pregiati e borse in tela
		Trees in Focus	Fotografia	215 x 275 mm		104 p.	Copertina rigida	45.00 \$	Marzo 2013	
		The Big Book of Chic	Interior Design	250 x 330 mm		300 p.	Copertina rigida	95.00 \$	Ottobre 2012	
		Coca-Cola Set of Three. Film, Music, Sports	Lifestyle	160 x 220 mm		240 p.	Tre volumi/ Copertina rigida in custodia	75.00 \$	Settembre 2013	
		Versailles: From Louis XIV to Jeff Koons [special edition]	Storia	400 x 475 mm		234 p.	Copertina rigida con custodia	4900.00 \$	Novembre 2014	Edizione di lusso con custodia coperta in velluto dorato e con una placca in metallo





182
183

CASA EDITRICE	LIBRO	TITOLO	TEMATICA	DIMENSIONI		NUMERO PAGINE	LEGATURA	PREZZO	DATA PUBBLIC.	NOTE
		The Coral Triangle	Fotografia	255 x 330 mm		192 p.	Copertina rigida	95.00 \$	Maggio 2020	
GESTALTEN		The Ideal City: Exploring Urban Futures	Architettura	210 x 260 mm		256 p.	Copertina rigida	35.00 €	Febbraio 2021	
		[Wanderlust] Wanderlust. Europe	Viaggio	225 x 290 mm		328 p.	Copertina rigida	39.99 €	Settembre 2020	
		Visual Feast: Contemporary Food Staging and Photography	Food & Drinks	240 x 300 mm		272 p.	Copertina rigida	39.99 €	Marzo 2017	
		Forever: The New Tattoo	Lifestyle	225 x 290 mm		256 p.	Copertina rigida	39.99 €	Agosto 2012	
		Less and More: The Design Ethos of Dieter Rams	Design	190 x 230 mm		808 p.	Copertina in PVC con custodia	69.90 €	Luglio 2015	
		The Tale of Tomorrow: Utopian Architecture in the Modernist Realm	Architettura	245 x 330 mm		400 p.	Copertina rigida	49.90 €	Marzo 2016	
		Fast Forward: The Cars of the Future, the Future of Cars	Lifestyle	320 x 250 mm		284 p.	Copertina rigida	50.00 €	Settembre 2017	

184
185

CASA EDITRICE	LIBRO	TITOLO	TEMATICA	DIMENSIONI		NUMERO PAGINE	LEGATURA	PREZZO	DATA PUBBLIC.	NOTE
MENDO		Sportret	Fotografia	320 x 250 mm		284 p.	Copertina rigida	50.00 €	Novembre 2017	
		Boys! Boys! Boys!	Fotografia	195 x 240 mm		224 p.	Copertina rigida	40.00 €	Maggio 2020	
		Amsterdam: The Gloobles Guide	Viaggio	155 x 210 mm		344 p.	Copertina flessibile	35.00 €	Maggio 2020	
		I, XXX: Philippe Vogelenzang	Fotografia	255 x 330 mm		288 p.	Copertina rigida	50.00 €	Dicembre 2020	
		Street of Paris	Viaggio	220 x 287 mm		224 p.	Copertina rigida	50.00 €	Novembre 2018	
		The Amsterdam Canals	Fotografia	252 x 349 mm		328 p.	Copertina rigida	62.50 €	Novembre 2014	
		Avant Arte: New Renaissance	Arte	240 x 335 mm		368 p.	Copertina rigida	100.00 €	Gennaio 2021	
DAMIANI		Portraits Still Life	Fotografia	160 x 250 mm		180 p.	Copertina rigida	700.00 €	Aprile 2021	

186
187

CASA EDITRICE	LIBRO	TITOLO	TEMATICA	DIMENSIONI		NUMERO PAGINE	LEGATURA	PREZZO	DATA PUBBLIC.	NOTE
		Longines. Legendary Watches	Lifestyle	250 x 320 mm		600 p.	Copertina rigida con custodia	300.00 €	Ottobre 2018	
		Astrid Kirchherr with the Beatles	Musica	210 x 265 mm		96 p.	Copertina rigida	25.00 €	luglio 2017	
		The Garden	Fotografia	277 x 325 mm		184 p.	Copertina rigida	85.00 €	Marzo 2021	
		20 Years of Discovery	Design	245 x 300 mm		240 p.	Copertina rigida	40.00 €	Luglio 2018	

FORMATI

SMALL

Il genere del coffee table book ha una caratteristica che lo contraddistingue: le grandi dimensioni. Analizzando le misure dei 100 libri presi in considerazione si nota come una parte di questi sia di dimensioni più piccole rispetto ai grandi SUMO di Taschen.

Nonostante siano catalogati come “small”, questi volumi sono comunque più grandi di libri di narrativa o saggistica, e soprattutto sono caratterizzati dall’uso di copertine rigide e da una rilegatura curata e resistente realizzata con filo refe.

Dei cento volumi analizzati 19 sono considerati “small” e *The Design Book* di Phaidon è il più piccolo, con le dimensioni di 123 x 163 mm, ma comunque di grande spessore, con più di 500 pagine.



19/100

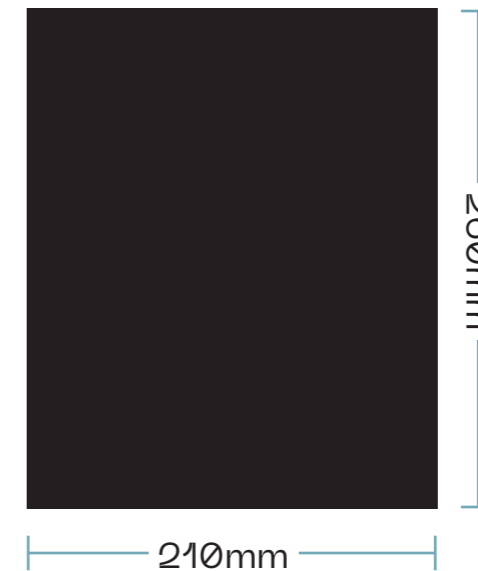
FORMATI

MEDIUM

Il formato “medium” comprende i libri di dimensioni simili all’A4, dimensioni considerate abbastanza grandi per un libro, ma comunque non ancora con misure estreme come i volumi “large” o “extra large”.

Questi libri tolgono lo sfizio di possedere un coffee table book senza esagerare con il formato (e spesso anche con prezzi più contenuti).

Dei cento volumi analizzati 37 sono considerati “medium”, e *The Ideal City: Exploring Urban Futures* di Gestalten è in questa categoria, con le dimensioni di 210 x 260 mm.



37/100

192
193

FORMATI

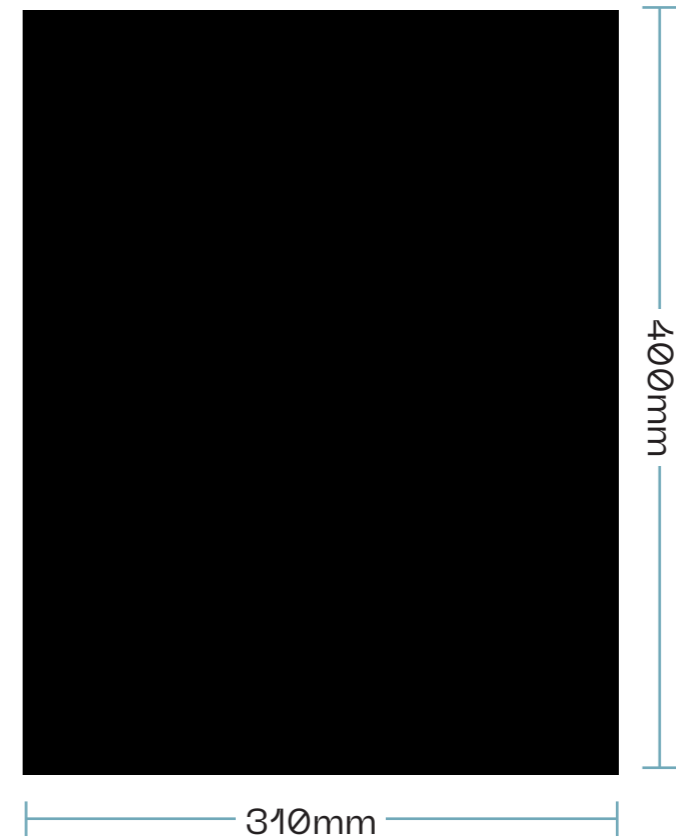
LARGE

Nella categoria “large” vengono presi in considerazione coffee table book di grandi dimensioni, superiori a quelle di un formato A4.

Questi volumi sono spesso edizioni limitate o libri dedicati ad argomenti di nicchia, destinati ad attirare un target di collezionisti e ossessionati del genere.

I libri “large” sono molto scenografici, e le grandi dimensioni e le molte pagine (che spesso caratterizzano questi volumi) li rendono volumi pesanti e monumentali.

Dei cento volumi analizzati 39 sono considerati “large” e *Affiches de la Publicité* di Citadelle et Mazenod è in questa categoria, con le dimensioni di 310 x 400 mm.



39/100

FORMATI

EXTRA LARGE

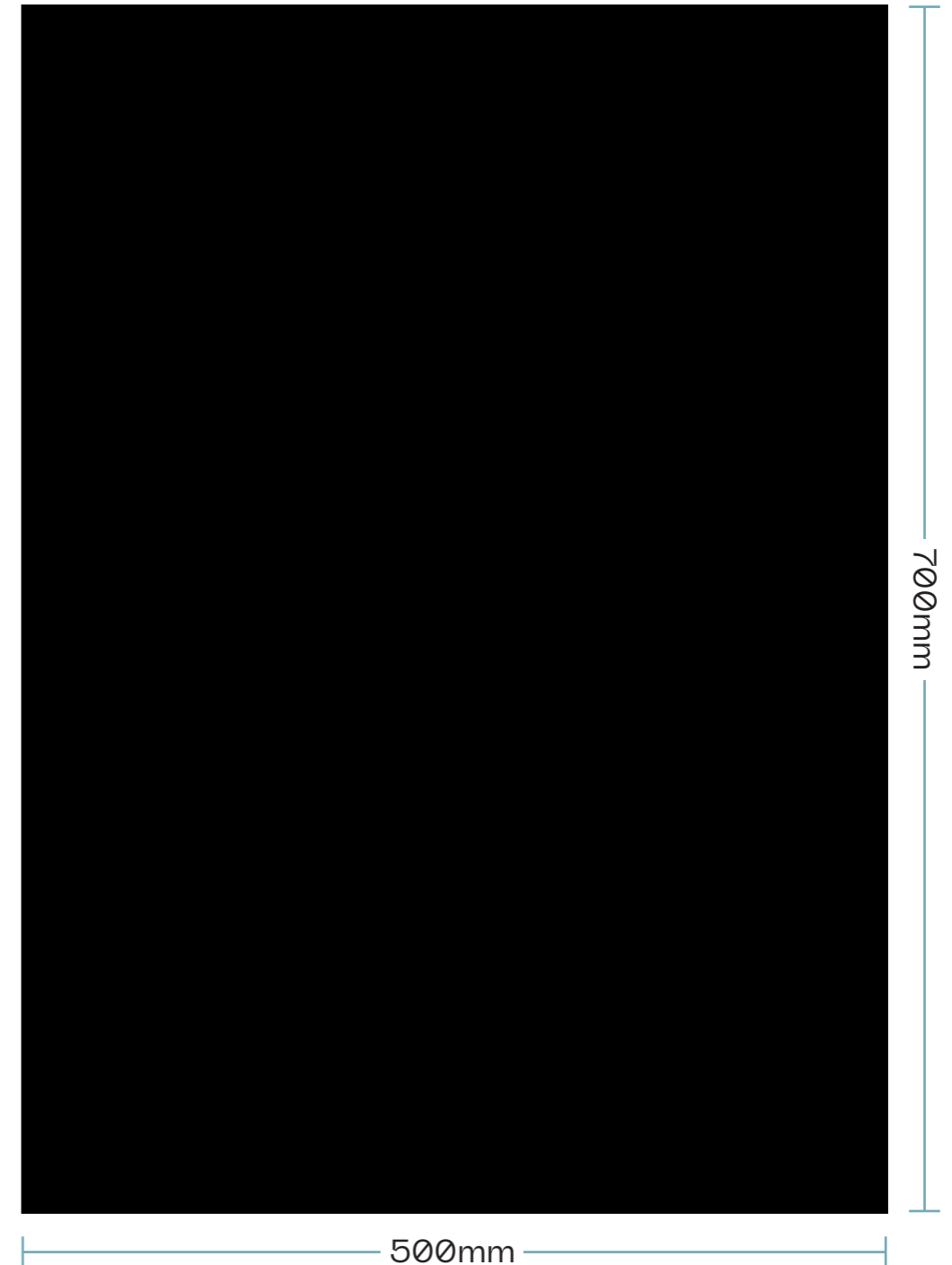
I volumi “extra large” sono dei veri e propri libri feticcio, tomi grandiosi dedicati a tematiche specifiche, curati nei minimi dettagli sia nella progettazione sia nella produzione.

Questi libri sono spesso edizioni di lusso, con prezzi stellari e a tiratura limitata, per rendere questi oggetti di culto ancora più rari e desiderati dal pubblico.

Le dimensioni sono fuori controllo, ed sono necessarie macchine specifiche per stampare e rilegare questi libri colossali.

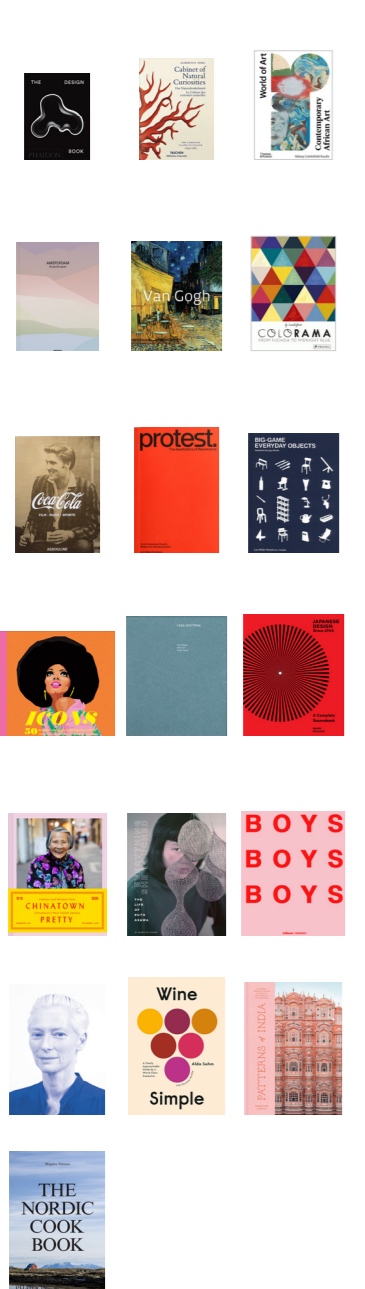
Dei cento volumi analizzati 5 sono considerati “extra large” e *Murals of Tibet* di Taschen è il più grande, con le dimensioni di 500 x 700 mm e con più di 400 pagine.

5/100

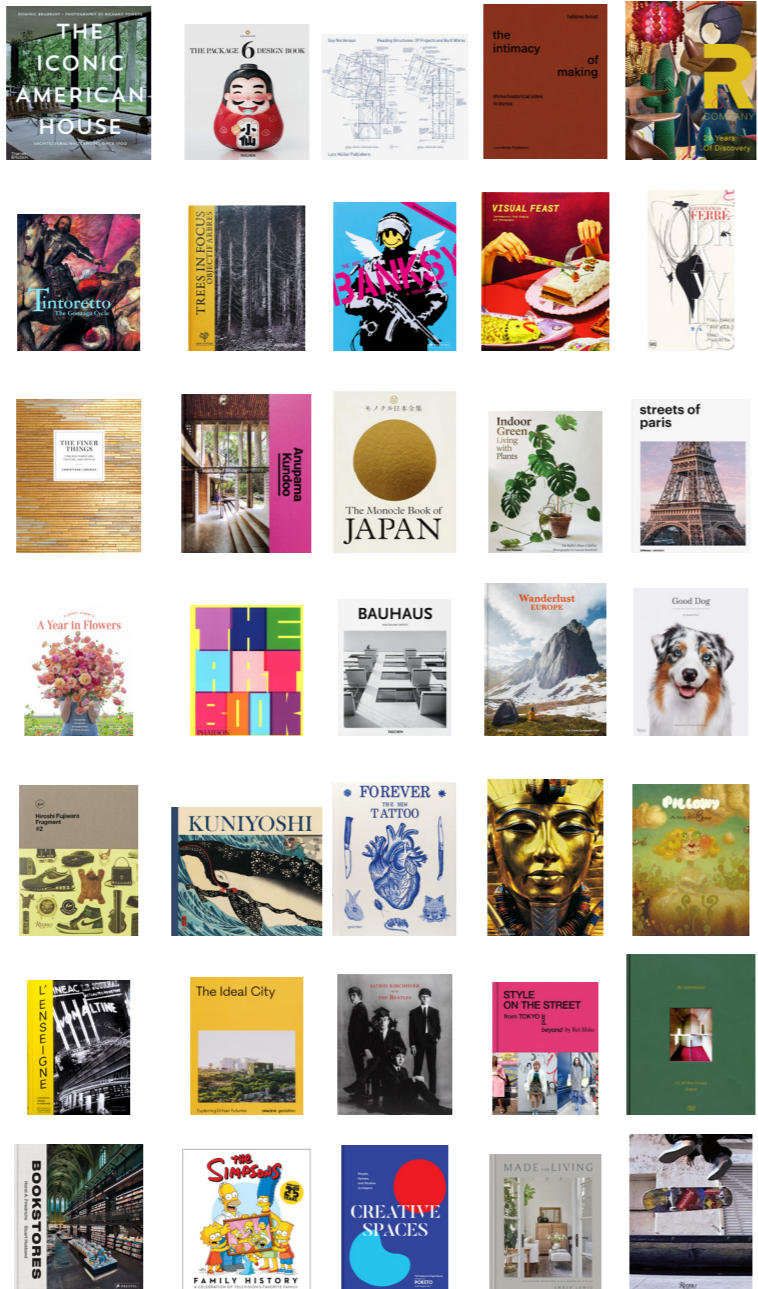


196
197

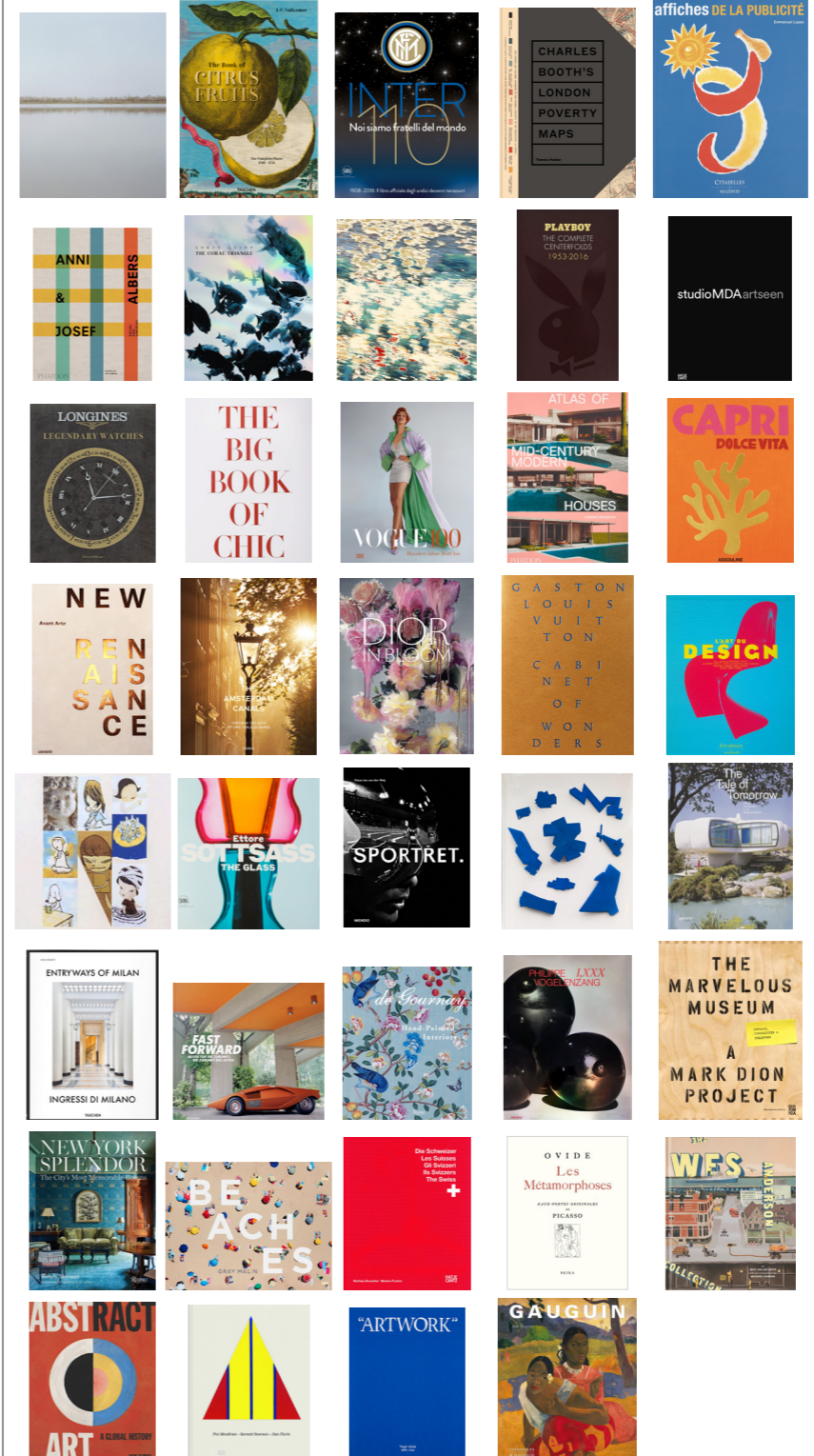
FORMATI



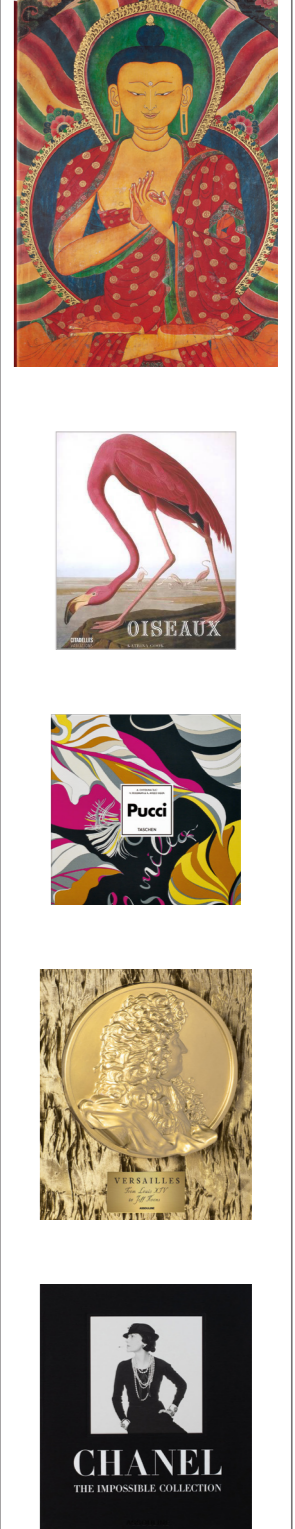
SMALL



MEDIUM



LARGE



EXTRA LARGE

TEMI

I coffee table books hanno il vantaggio di poter presentare qualsiasi tipo di tematica, e per questo molti di questi libri sono commissionati da artisti o grandi aziende per presentare dei contenuti scelti e originali attraverso questi artefatti editoriali.

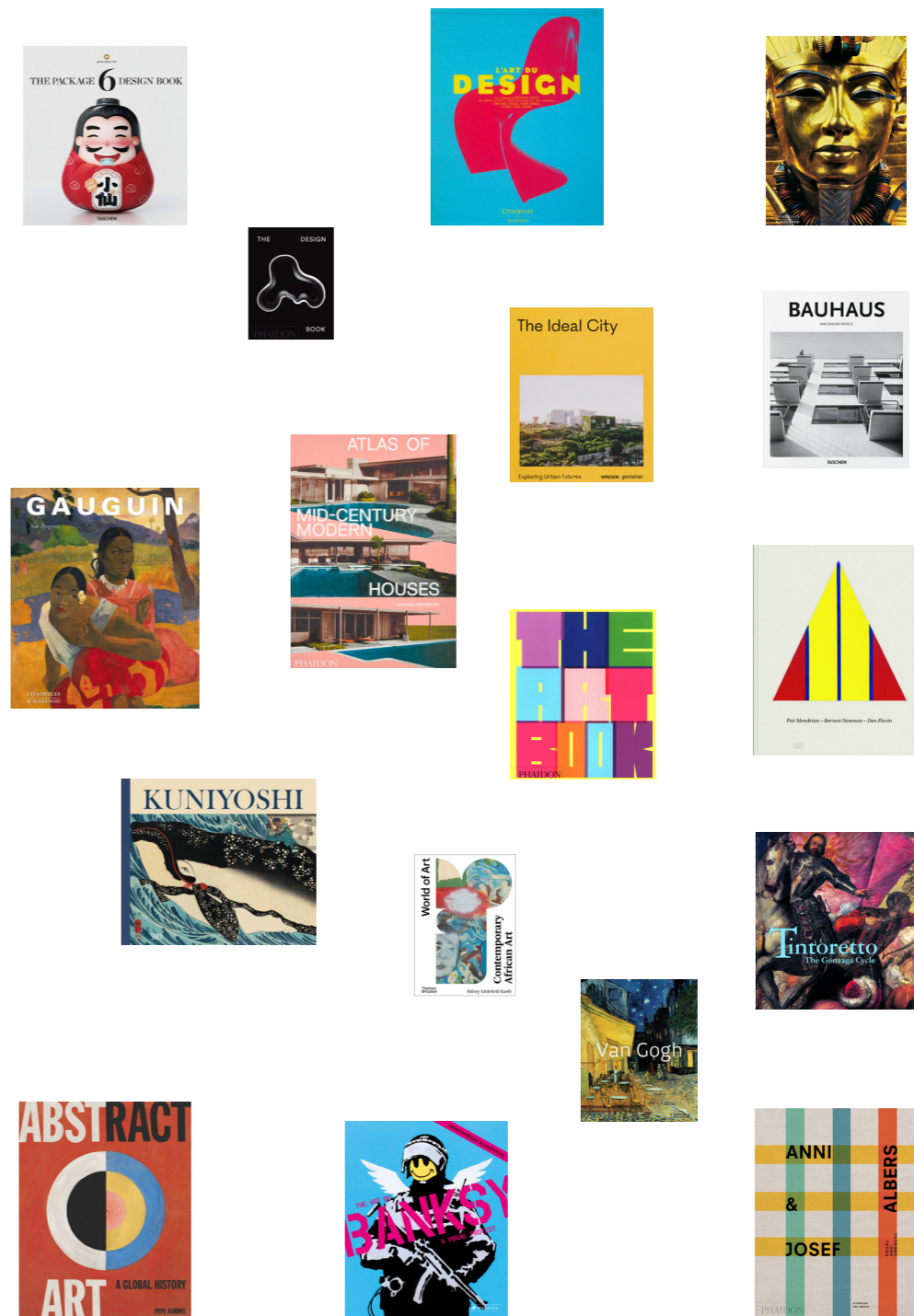
In questo caso sono state identificate tre diverse categorie in base al tipo di presentazione del libro e ai valori che vengono veicolati, ognuna analizzata nelle tavole successive.

CULTURA

I coffee table books sotto al tema “cultura” sono libri dedicati a tematiche accademiche, come la storia dell’arte, la storia dell’architettura, la storia del design o della fotografia.

Sono libri d’arte ma con un surplus di attenzione alla presentazione, legata alla tipologia di mercato dei coffee table books. Sono oggetti esclusivi, che seguono una logica di tendenza rispetto alle mode del momento. Sono libri che donano prestigio al proprietario che li esibisce e all’ambiente in cui sono esposti come oggetti di arredo.

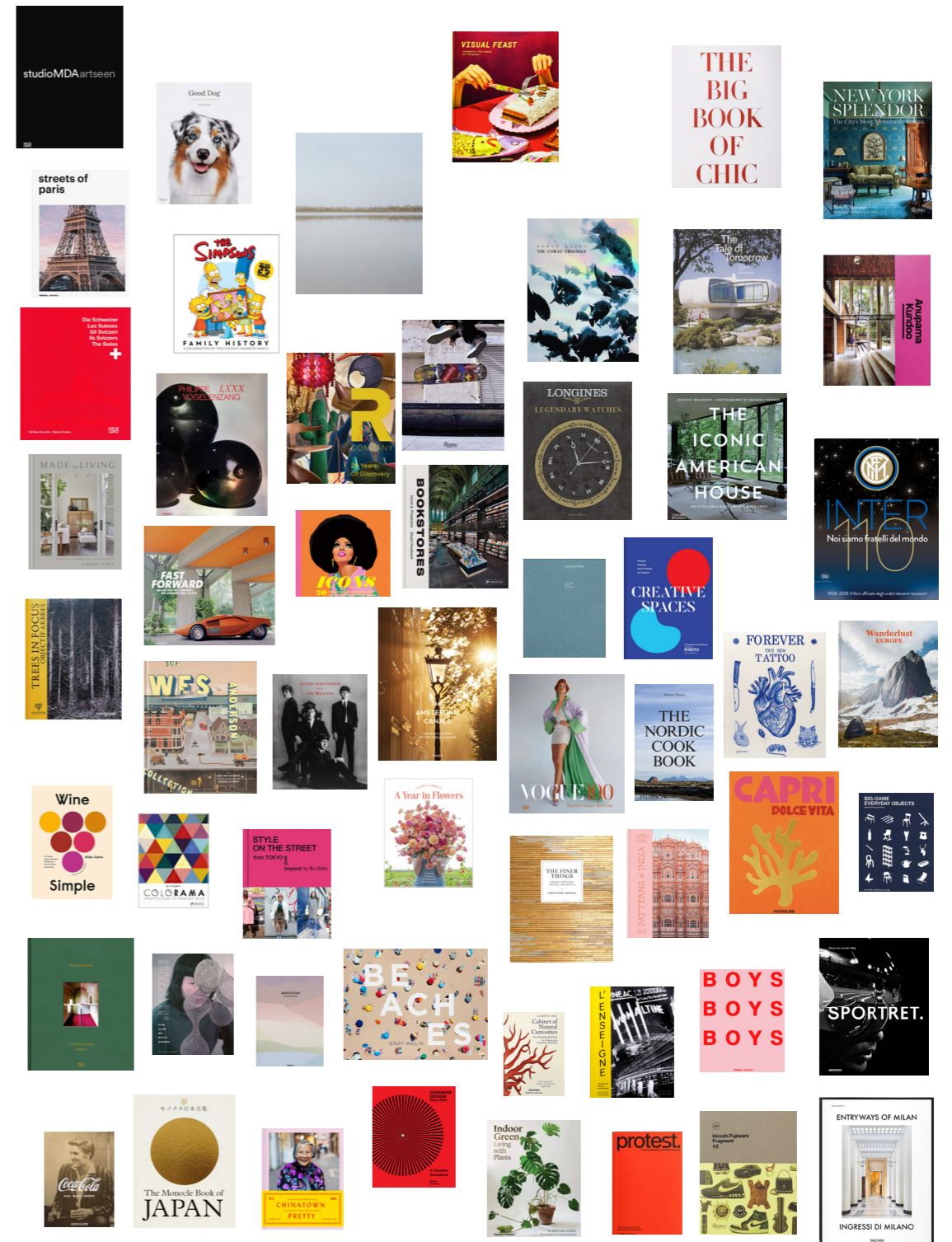
L’obiettivo dell’acquirente è quello di possedere un patrimonio esclusivo e di poterlo esibire, e questa tipologia di coffee table book presenta tematiche culturali con selezioni di immagini originali, esaustive e complete, come un museo a propria disposizione.



TEMI

LIFESTYLE

Sotto questa macro-categoria ricadono molti generi di coffee table books, ma tutti con un'attitudine verso stili di vita di appartenenza. Qui il tema viene affiancato anche da una missione di marketing, i soggetti vengono fotografati e presentati in un certo modo per creare una suggestione e ispirazione, sempre con il massimo della cura del manufatto editoriale. I contenuti sono presentati in un modo simile a quello delle riviste, seguendo le tendenze di stile e dando un tono alla pubblicazione attraverso le immagini che veicolano anche valori subliminali. Tematiche come quella del viaggio, della moda, dello sport, della fotografia, della musica, dell'interior design sono solo alcune delle categorie che appartengono all'insieme dei coffee table books "lifestyle".



TEMI

LIBRI DEDICATI

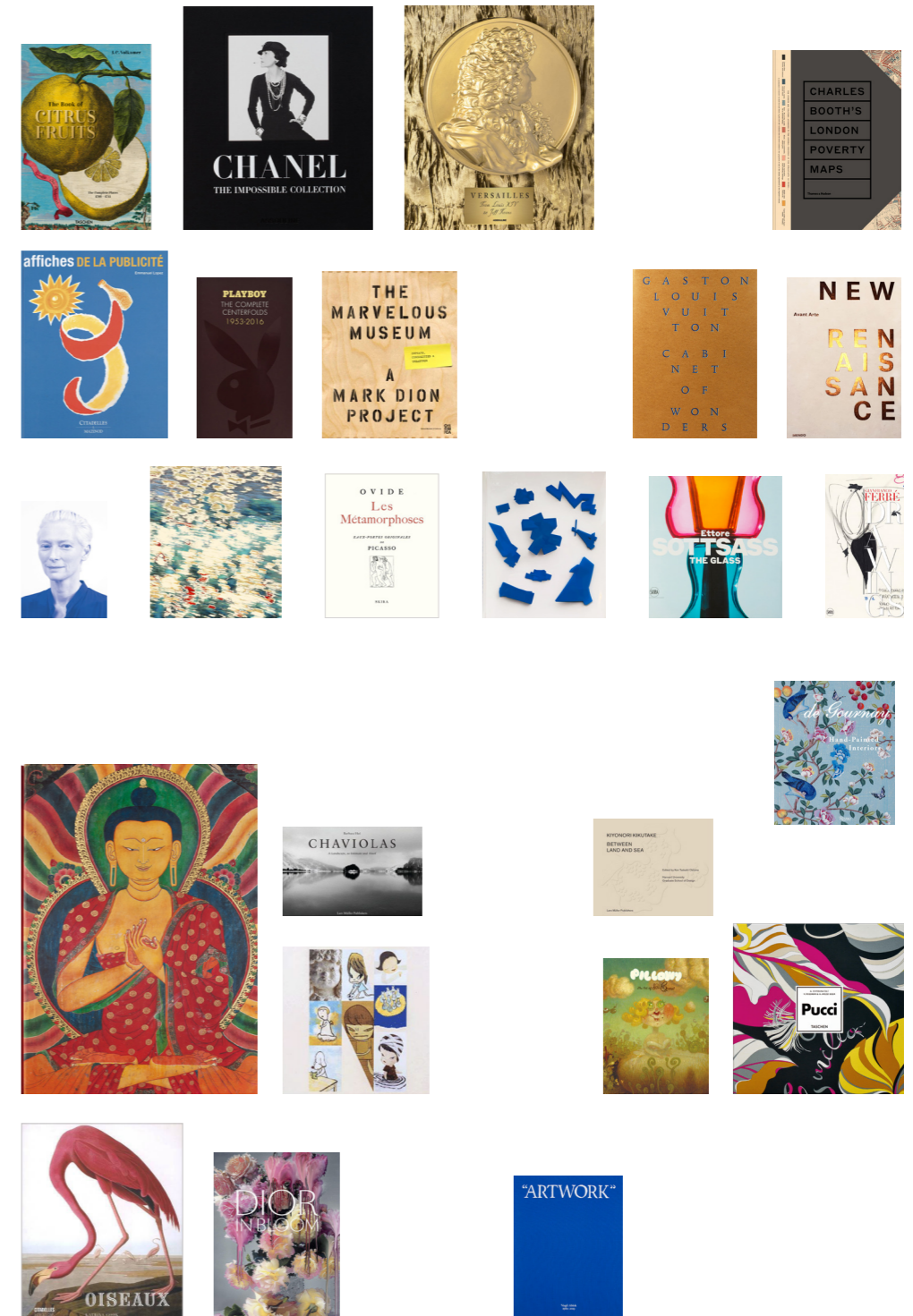
Questi sono spesso libri con contenuti di nicchia oppure soggetti più comuni ma presentati in modo maniacale e dettagliato, spesso confezionati in dimensioni incredibili o in edizione speciale.

Sono libri esclusivi, progettati e prodotti con il massimo della qualità, creando dei veri e propri oggetti di feticcio per una fetta del mercato dell'editoria.

I contenuti sono presentati e celebrati attraverso grandi fotografie di qualità spesso accompagnate da testi di autori illustri (tra i quali giornalisti, fotografi, artisti e designer famosi).

I coffee table books dedicati a tematiche particolari sono spesso presentati in modo impeccabile, con copertine in materiali particolari o custodie di design che racchiudono i volumi.

Questi "effetti speciali" sono spesso utilizzati nella produzione di questi libri rendendoli oggetti desiderati da fanatici e collezionisti.



EFFETTI SPECIALI



Nike: Better is Temporary

Casa editrice: Phaidon
Tema: Moda
Dimensioni: 230 x 310 mm
Prezzo: 79.95 €
Anno Pubblicazione: 2021

Nike: Better is Temporary è una pubblicazione che traccia la trasformazione di Nike da ribelle emergente a fenomeno globale.

I colori della copertina sono Volt Yellow e Hyperpunch Pink [proprietà di Nike], sovrapposti ad un'immagine del maratoneta Kipchoge stampata con un motivo a punti.

Il design del coffee table book fa cenno al contenuto, con la copertina composta da due cartoni serigrafati e uniti tra loro e al corpo del libro tramite una coperta trasparente. Il dorso è così visibile, mostrando una serie di parti colorate che si estendono nelle pagine interne. La particolarità di questo libro è nei materiali utilizzati, sia per la copertina che per alcune pagine interne, e per la legatura a vista grazie al dorso trasparente.

#materiali
#legatura



206
207

EFFETTI SPECIALI



Hiroshige & Eisen. The Sixty-Nine Stations along the Kisokaido

Casa editrice: Taschen
 Tema: Arte
 Dimensioni: 440 x 300 mm
 Prezzo: 100,00 €
 Anno Pubblicazione: 2017

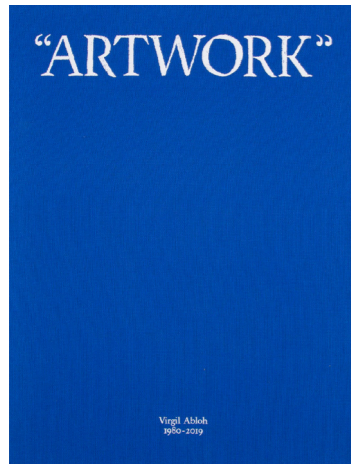
Il libro *The Sixty-Nine Stations* presenta una collezione di xilografie giapponesi prodotte da Hiroshige e Eisen. Questa edizione XXL (440 x 300 mm) di Taschen fa rivivere la splendida serie con le dovute dimensioni. Rilegato con una classica legatura giapponese (yotsume toji, qui realizzata con 5 punti al posto che 4) il libro è contenuto in un cofanetto coperto in seta. Il libro può essere sfilato da un lato della custodia, oppure la confezione può essere aperta attraverso due piccoli ganci.

La confezione è progettata in linea con il contenuto del coffee table book, per trasmettere al meglio le sensazioni evocate dalle immagini del libro.

#materiali
 #legatura



EFFETTI SPECIALI

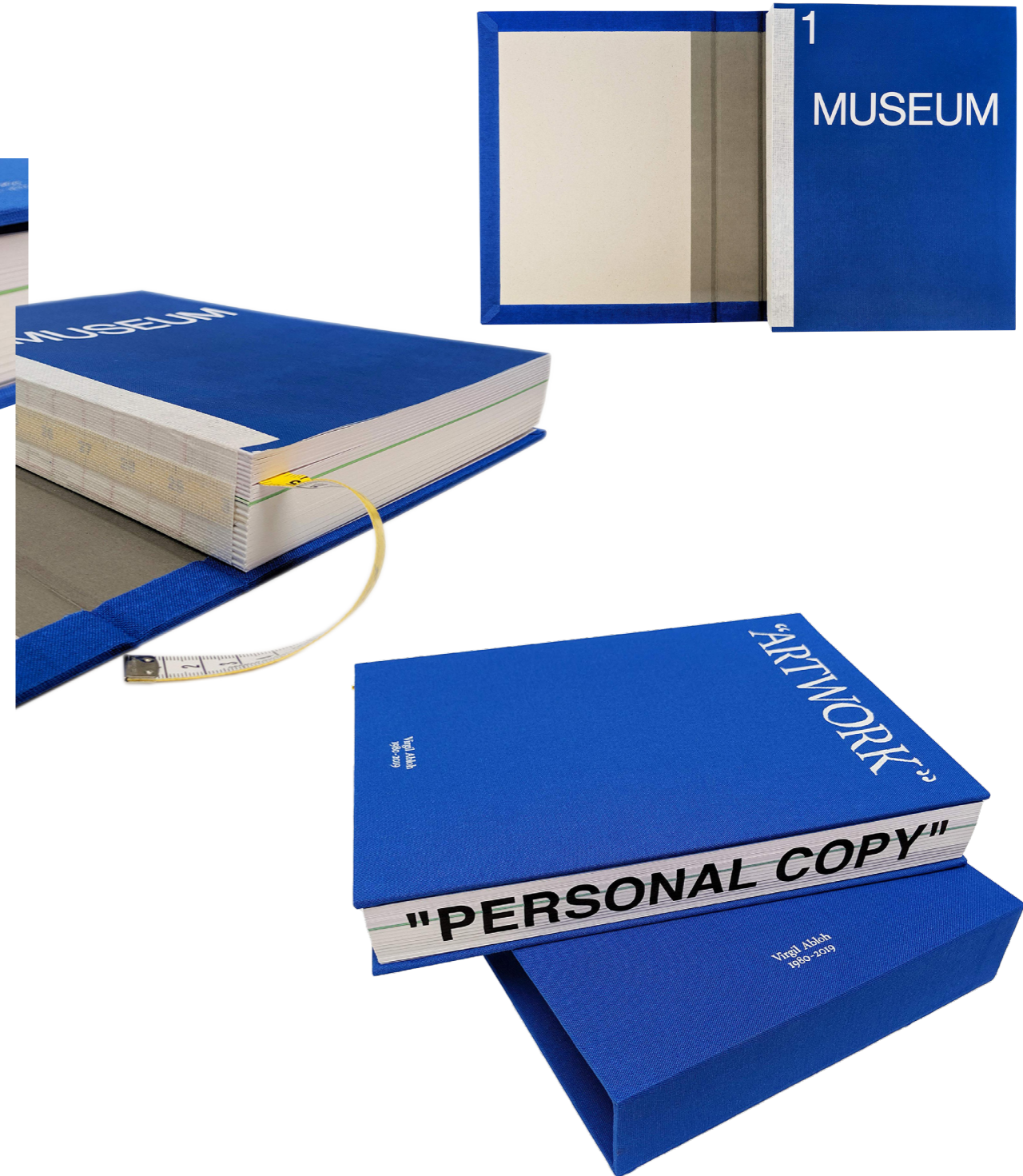
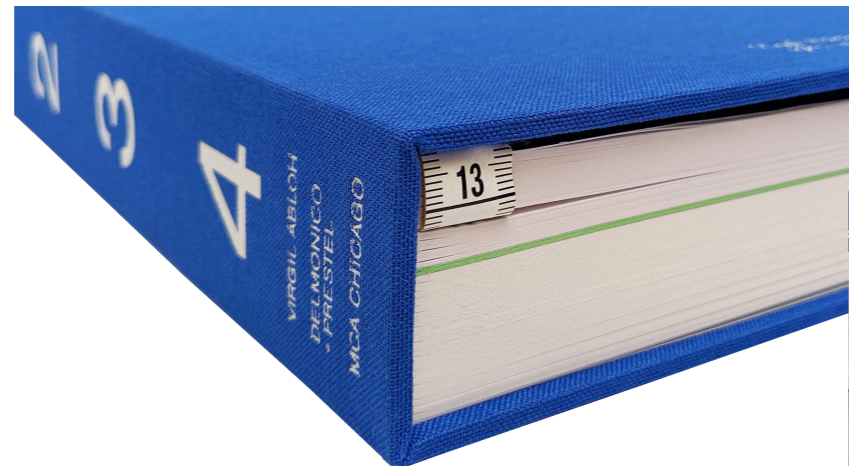


Virgil Abloh: Figures of Speech [special edition]

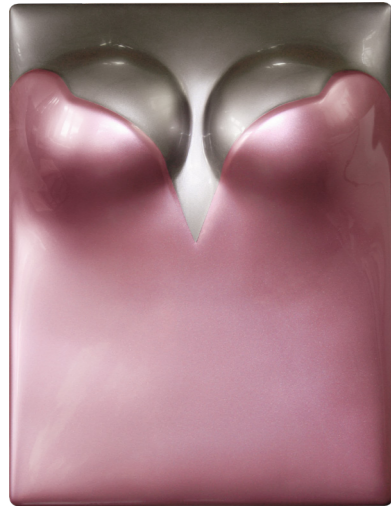
Casa editrice: Prestel
Tema: Moda
Dimensioni: 230 x 205 mm
Prezzo: 150.00 \$
Anno Pubblicazione: 2019

#materiali
#legatura

Figures of Speech è una retrospettiva di quasi 500 pagine sul designer Virgil Abloh, composta da una selezione di 1932 immagini e saggi che trattano di streetwar, arte contemporanea e altro ancora. Il libro evidenzia i momenti salienti della carriera di Abloh. Questa edizione speciale si presenta racchiusa in un cofanetto coperto in stoffa blu con la scritta "Artwork" serigrafata in copertina. Il dorso del libro mostra i numeri dall'1 al 4, che indicano le 4 sezioni del libro. Sul bordo delle pagine è serigrafata la scritta "PERSONAL COPY" in caratteri industriali, e si notano delle pagine verdi all'interno del libro. La legatura è svizzera e la copertina si apre del tutto, staccandosi dal dorso, che mostra il segnalibro creato con un metro da sarto. La confezione include anche un disco flessibile con una registrazione di una conversazione tra il designer Abloh e il rapper Playboi Carti.



EFFETTI SPECIALI



Naomi

Casa editrice: Taschen
Tema: Fotografia
Dimensioni: 440 x 300 mm
Prezzo: 2500.00 €
Anno Pubblicazione: 2017

Questa edizione limitata è composta da due volumi e celebra la carriera straordinaria della top model Naomi Campbell, attraverso immagini inedite ed esclusive e un testo autobiografico. Il volume I mostra il meglio del portfolio di Campbell, con fotografie indimenticabili scattate da artisti famosi (Steven Meisel, Helmut Newton, Mario Testino e molti altri).

Il volume II presenta il testo autobiografico di Naomi, accompagnato da immagini di riviste, pubblicità e fotografie mai viste prima.

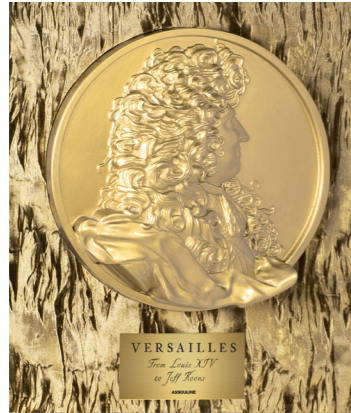
Il volume I è presentato in una custodia, un'opera d'arte firmata dall'artista pop britannico Allen Jones.

Questo cofanetto è progettato con contorni stilizzati e superfici lisce per invocare il senso del tatto, mentre esplora il ruolo della top model nella cultura contemporanea.

#materiali
#custodia



EFFETTI SPECIALI



Versailles: From Louis XIV to Jeff Koons [special edition]

Casa editrice: Assouline
Tema: Storia
Dimensioni: 440 x 300 mm
Prezzo: 100.00 €
Anno Pubblicazione: 2017

#materiali
#custodia

Il libro di lusso esplora il mondo scintillante del castello della nobiltà francese, raccontando le più importanti pietre miliari storiche, sociali e culturali di Versailles. Riccamente illustrato con immagini d'archivio e splendide fotografie, il libro presenta testi del presidente della reggia di Versailles, in collaborazione con il direttore del centro di ricerca Château de Versailles, rivelando tutte le storie che si sono svolte all'interno del monumento. Questa edizione esclusiva è presentata in un cofanetto in velluto dorato, decorato con un medaglione in metallo che rappresenta Luigi XIV.

Il libro è limitato a 100 copie, e include un tour privato di Versailles guidato dal curatore del palazzo. Assouline ha donato il 25% di ogni edizione speciale acquistata alla Reggia di Versailles. Ogni copia è accompagnata da una borsa e dei guanti bianchi per mantenerlo incontaminato.



214
215

EFFETTI SPECIALI



The Impossible Collection [Golf/Football/Wine]

Casa editrice: Assouline
Tema: Vari
Dimensioni: 440 x 300 mm
Prezzo: 100.00 €
Anno Pubblicazione: 2017

#materiali
#custodia

GOLF

Il coffee table book dedicato ha una copertina verde, simile al prato di un campo da golf, ed è racchiuso da una custodia in materiale plastico decorata con il classico pattern delle palline da golf.

Golf: The Impossible Collection è un piacere sensoriale inequivocabile per i fanatici del golf e i collezionisti di coffee table books.

FOOTBALL

Illustrato con fotografie e documenti d'archivio inediti e cimeli vintage, questo volume artigianale è presentato in un'esclusiva custodia in finta pelle di cinghiale, con le classiche cuciture bianche di una palla da football americano.

WINE

Questa edizione di lusso oversize presenta delle immagini aggiunte a mano alle pagine del libro ed è racchiuso in una custodia in legno, simile alle classiche casse per il vino.



216
217



09.3

IL LIBRO DEI COFFEE TABLE BOOKS

La proposta progettuale nasce successivamente alle analisi storiche e di mercato affrontate nei capitoli precedenti, e vuole essere un contenitore di tutti gli aspetti e caratteri individuati riguardo i coffee table books. Il libro dedicato ai libri da tavolino prende molte delle caratteristiche analizzate in precedenza e le fa diventare proprie, dal formato molto grande alla scelta e all'uso delle immagini.

Il contenuto, legato al mondo del graphic design (design editoriale), lo rende un prodotto potenzialmente di nicchia, dedicato ad un genere di libro che non tutti conoscono.

La prima scelta affrontata riguarda il mercato di appartenenza di questo libro dedicato ai coffee table books. Un libro con un tema così di nicchia è meglio indirizzato su una classe di mercato alta, di lusso, ideale per la produzione di un libro dalle grandi dimensioni e di edizione limitata.

Le dimensioni devono essere esagerate, la copertina deve dare gli effetti speciali e le fotografie devono essere scelte per esprimere la magnificenza dei colori originali.

Queste sono state le basi da cui è evoluto il progetto.

Le dimensioni.

Come evidenziato in precedenza, la prima caratteristica evidente della maggior parte dei coffee table books è data dalle grandi dimensioni.

Libri grandi anche 50x70 cm, per cui servono macchine apposite per la stampa e la rilegatura.

Ovviamente la maggior parte di questi libri non ha delle dimensioni così estreme, ma comunque considerevoli, per far sì che le immagini siano rappresentate nella migliore qualità. Essendo più grandi dei classici libri di narrativa riempiono lo spazio delle case, e diventano parte della decorazione di un ambiente.

Dall'analisi della tavola sinottica dei 100 libri si nota che non esiste uno standard per le dimensioni dei coffee table books, con libri dalle dimensioni più piccole (123x163 mm, *The Design Book*, Phaidon) o sempre più grandi

(275x325 mm, *Gauguin*, Citadelle et Mazenod), ma tutti con misure diverse.

The Coffee Table Book of Coffee Table Books fa parte del genere dei libri dedicati ad un argomento molto specifico, di nicchia e pensato con una tiratura limitata a 10.000 copie. Questa sua esclusività viene espressa anche dalla forma del prodotto finito, con materiali di qualità e ovviamente con delle dimensioni considerevoli, per farsi notare e per mostrare al meglio la selezione fotografica.

Nelle tavole dei formati del capitolo precedente si nota la distribuzione dei diversi formati dei 100 libri selezionati, con molti di questi libri che ricadono nella categoria "large". Anche *The Coffee Table Book of Coffee Table Books* vuole rientrare a fare parte di questa categoria, restando un prodotto maneggevole e non troppo costoso, le dimensioni scelte a libro chiuso sono 240 x 330 mm. Le dimensioni non sono estreme come quelle di un libro SUMO, ma comunque considerevoli e adatte alla presentazione del contenuto scelto.

Layout e capitoli.

Dopo la scelta delle misure è stato necessario creare una griglia per impostare i contenuti. Il prodotto editoriale vuole esplorare il mondo dei coffee table books da un punto di vista grafico, mostrando una ampia collezione di immagini suggestive e accompagnate da testi interessanti. Si è progettata una scaletta per affrontare la tematica del libro, che è poi diventata indice dei capitoli.

	<i>Introduction</i>
01	<i>Making of</i>
02	<i>Gallery</i>
03	<i>Bookstores</i>
04	<i>Interviews</i>

Editor/Taschen

Editor/Assouline

Print/Grafiche Milani

220

221

L'introduzione apre al lettore il mondo dei coffee table

books attraverso un breve percorso storico, segnalando importanti libri di questo genere.

Dopo di che si passa all'esplorazione grafica di questi artefatti editoriali, con il capitolo "Making of" che segue passo per passo nella creazione di alcuni di questi libri, mostrando la parte progettuale, le tecniche di stampa e i materiali utilizzati per la realizzazione di questi grandi libri. Successivamente la "Gallery" ricrea una specie di percorso espositivo cartaceo, una collezione di immagini suggestive di coffee table books, sia con uno sguardo al dettaglio (fotografie dedicate al progetto, ai materiali utilizzati, di bellezza) sia con uno sguardo più ampio, alle ambientazioni e gli arredi (suggestive, che ispirano). Il capitolo dedicato ai "Bookstores" dei coffee table books è una celebrazione di alcuni luoghi che fanno da casa a questo genere di libro, soprattutto negozi monomarca appositamente creati per regalare un'esperienza incredibile, legata a questi grandi libri (soprattutto di lusso).

Il libro chiude con delle interviste a personaggi importanti di questa fetta di mondo dell'editoria — Benedikt Taschen, Prosper e Martine Assouline — con anche un focus su Grafiche Milani⁶⁰, azienda di Segrate che stampa e rifinisce libri per la casa editrice Assouline (oltre che progetti per case di moda o importante aziende — come Tiffany, Dolce e Gabbana, Campari, Armani o Bulgari).

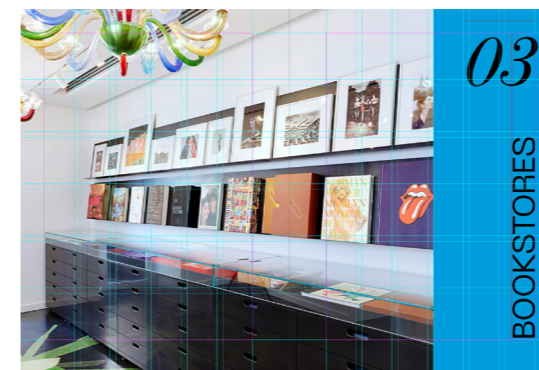
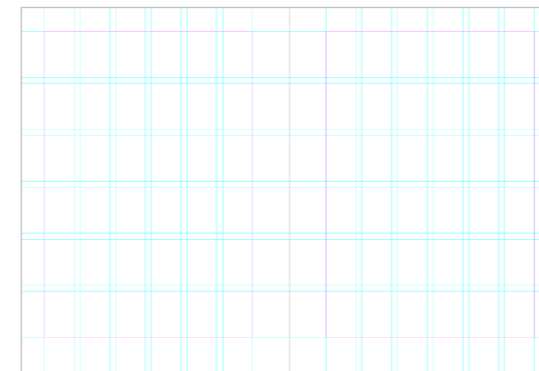
Il libro viene diviso organicamente nei quattro diversi capitoli, ognuno dei quali viene aperto da una doppia pagina con una fotografia e un colore identificativo. Molte delle immagini sono a tutta pagina o molto grandi, la griglia è molto semplice e serve soprattutto per impostare le doppie pagine di apertura dei capitoli e i testi, che anche se pochi rispetto alle immagini sono comunque progettati e pensati nel dettaglio.

I colori scelti sono i colori utilizzati nella stampa: magenta, ciano, giallo e nero, i quattro colori della stampa CMYC.

⁶⁰ Grafiche Milani è un'azienda che lavora con la stampa, producendo artefatti editoriali per famosi marchi di moda e lavora per produrre i grandi libri di lusso progettati dalla casa editrice Assouline. Anche se seguono progetti internazionali dai loro uffici a Parigi e New York, Grafiche Milani stampa i suoi prodotti esclusivamente in Italia, a Segrate (MI).

imm. 174 Griglia progettuale del progetto *The Coffee Table Book of Coffee Table Books*.

imm. 175 Apertura dei capitoli del progetto *The Coffee Table Book of Coffee Table Books*.



174



175

Le immagini.

Le immagini sono l'elemento su cui vengono costruiti i coffee table books. La particolarità di questi libri è infatti quella di esporre un argomento attraverso fotografie o riproduzioni, come a creare una sorta di esposizione museale su carta. Le collezioni fotografiche presentate nei libri da tavolino sono sempre scelte dopo un'attenta selezione, creando delle raccolte uniche con immagini che ispirano e che evocano le sensazioni dei soggetti ritratti — che sia un libro dedicato ai paesaggi di Ansel Adams, o alle fotografie di Naomi Campbell, o a disegni di illustratori contemporanei.

Attraverso la fisicità ingombrante dei libri da tavolino, queste immagini selezionate attentamente vengono proposte al lettore in ottima qualità e in grande formato, così da poterne ammirare i minimi dettagli.

In *The Coffee Table Book of Coffee Table Books* molte delle pagine contengono immagini tagliate al vivo, utilizzando tutta la dimensione della pagina per essere ancora più grandi e dettagliate.

Altre pagine fotografiche sono accompagnate da frasi di testo, citazioni di editors, designers o artisti sui libri da tavolino.

Per il primo capitolo dedicato al “Making of” dei coffee table books, una serie di immagini mostra i processi di progettazione e stampa dei libri, riprendendo le macchine utilizzate da Grafiche Milani* o la realizzazione di libri della serie SUMO di Taschen.

Le immagini del capitolo “Gallery” sono state scelte per mostrare i coffee table books in modo particolare, una collezione di suggestioni e ambienti in cui il coffee table book fa da protagonista e oggetto del desiderio.

Anche il capitolo dedicato alle librerie comprende una serie di fotografie suggestive di ambienti perfetti, dove il coffee table book è esposto come un gioiello, tra oggetti rari o arredo di design.

imm. 176 Indice del progetto
The Coffee Table Book of Coffee Table Books.

imm. 177 Introduzione del progetto
The Coffee Table Book of Coffee Table Books.



- 00 INTRODUCTION
- 01 MAKING OF
- 02 GALLERY
- 03 BOOKSTORES
- 04 INTERVIEWS
TASCHEN/
ASSOULINE/
GRAFICHE MILANI

INDEX

176



Sembra quasi spesso trascurati (e talvolta accennati) come genere letterario, i libri da tavolino esistono da più di un secolo. Il soave coffee table book, è dato dal fatto che questi libri sono progettati per essere sfogliati su un coffee table, un tavolino da caffè.

La voce sul dizionario Cambridge riguarda i coffee table books cita: «a large, expensive book with a lot of pictures, intended to be looked at rather than read». Un coffee table book, o libro da tavolino, è quindi un libro di grandi dimensioni, solitamente richiama da una copertina rigida, e creato con lo scopo di essere esposto su un tavolino da caffè, per un uso in un'area in cui può servire per ispirare conversazioni e passare del tempo, sia soli o con altre persone.

Dal momento che i libri sono destinati ad una lettura superficiale, come passatempo, sono ideati per essere sfogliati sul divano di casa ed essere mostrati agli ospiti. La lettura è solitamente leggera e scorrevole e gli argomenti sono spesso trattati con un linguaggio più semplice e con termini meno specialistici rispetto a libri su argomenti simili. Il contenuto è infatti pensato per un pubblico ampio, offrendo una visione ampia dell'argomento con brevi blocchi di testo e un grande apparato iconografico.

Per questa dimensione di interazione e di lettura non impegnativa, quando si parla di coffee table book si si intende in opinioni divergenti, che vedono questi libri, più come oggetti in cui i contenuti sono secondari, una sorta di carta dove si puntano sugli effetti “speciali”, la dimensione, le tecniche di stampa e i materiali con invece un approccio superficiale sui temi e gli argomenti trattati.

Questa valutazione è forse anche data dall'elemento che caratterizza maggiormente questi volumi. Essere prevalentemente illustrati. È così la ricerca iconografica, le immagini, le fotografie e altri materiali visivi che i temi vengono costruiti e presentati. La narrazione visiva è poi accompagnata da un livello paratestuale, costituito da didascalie e piccoli blocchi di testo, che offrono un altro canale di lettura più veloce e strettamente connesso con gli apparati iconografici. Gli argomenti solitamente trattano un soggetto ampio e visionario, accuratamente, come l'arte, la natura, l'architettura, la fotografia, la storia o la scienza (e molto altro).

Il fatto di essere libri pieni di illustrazioni, immagini e fotografie, li può fare confondersi con altri tipi di libri, come i libri d'arte o i libri illustrati.

Le immagini dei libri illustrati però, non solo accompagnano la narrazione di una storia, ma la migliorano, anche se la storia può essere compresa anche senza le illustrazioni, che di solito servono ad incoraggiare i lettori meno appassionati alla lettura, spesso sono infatti destinati ad un target abbastanza basso, per libri per bambini o per giovani adulti.

Il libro illustrato è spesso il risultato del contributo di diverse figure: l'illustratore che realizza

INTRODUCTION

177

224
225



I testi.

I brevi testi accompagnano quello che è il vero e proprio contenuto, le immagini, fornendo suggestioni e ammiccando alle fotografie che si spiegano pagina dopo pagina. Il titolo del libro è composto da due font molto diversi tra loro. Il primo è Bodoni, in questo caso italic, il secondo Neue Machina, un carattere monospace e geometrico, ma comunque leggero e molto versatile, da contrapporre al carattere bodoniano. Il primo font è stato scelto come un omaggio al lavoro di Franco Maria Ricci e ai metodi di stampa tradizionale, ed è stato utilizzato anche per creare un monogramma di coffee table book da utilizzare come “timbro esclusivo” del libro.

Il secondo font è utilizzato in contrapposizione al Bodoni, indicando un approccio più tecnico, legato a tecniche di stampa moderne e automatizzate.

Questi due font sono ricorrenti per tutto il libro, utilizzati per titoli e testi.

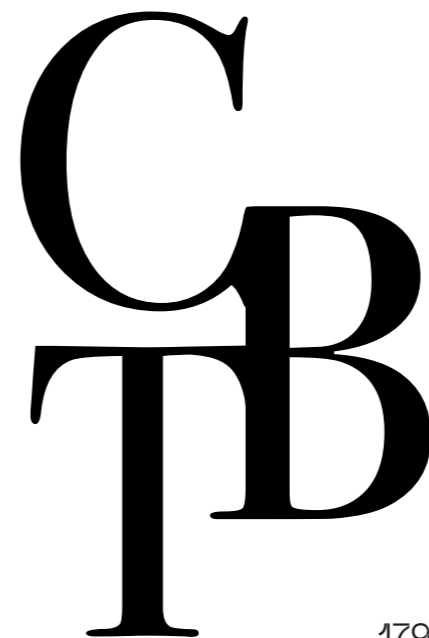
imm. 178 Doppie pagine fotografiche del progetto *The Coffee Table Book of Coffee Table Books.*
imm. 179 Monogramma CTB del progetto *The Coffee Table Book of Coffee Table Books.*

Bodoni 72 [book]

A B C D E F G H I J K L M O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 * & @ \$

Bodoni 72 [book italic]

A B C D E F G H I J K L M O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
*0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 * & @ \$*



179

Neue Machina [regular]

A B C D E F G H I J K L M O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 * & @ \$

Neue Machina [light]

A B C D E F G H I J K L M O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 * & @ \$



TASCHEN

Art Books as Collectibles

Taschen is an art book publisher founded in 1990 by Benedikt Taschen in Cologne, Germany. The company began as Taschen Comics, publishing Benedikt's comic collection. Taschen has been a pioneer in making lesser-seen art available to mainstream bookstores, including some fetishistic imagery, queer art, historical erotica, pornography and adult magazines. The firm has brought potentially controversial art into broader public view, publishing it alongside its more mainstream books of comics reprints, art photography, painting, design, fashion, advertising history, film, and architecture.

Thirty-five exceptional years in the publishing industry, with one of his books being sold every two seconds worldwide, celebrity publisher Benedikt Taschen is the person who has succeeded the art of art-publishing, and at the same time liberalised the art-book business and market. Taschen's business empire started in 1983 with the purchase of 40,000 remaindered copies of a book on René Magritte, which he resold at a healthy profit with a \$6.99 price tag — an unimaginable act in the elite art book

market at time, and surprisingly mostly in his native Germany, even though the book was in English — proving that art is literally a universal language. In 1999, he published a limited edition of 10,000 copies of a massive tome on Helmut Newton — complete with a stainless steel table by Philippe Starck for displaying it — priced at \$1,500. The book sold out instantly and is now a collector's item at over \$20,000 on the market (if you can find one). Since then, TASCHEN has become famed for art books that range from bargain editions to such sought-after beautiful collectibles. Each year, TASCHEN exhibits its new collaborations with world-renowned artists at Hong Kong's Art Basel show, and the new Editions' catalogue has just been published. Yoko Choy talks to the man behind the company about his life and work.

Yoko Choy: TASCHEN is a very special publisher. It has a lot of different titles and styles in art and design and history, but at the

«Books are not made to furnish, but there's nothing else that so beautifully furnishes a house.»

Henry Ward Beecher



GRAFICHE MILANI

A Century of Quality.

Passion, experience, printing culture, and love of innovation. Grafiche Milani has always been the printing of the future. Professionalism of a family-run company with an innovative tradition for over a century. Because the future of printing is written every day.

«Our desire is to ensure results of incomparable quality and ongoing experimentation in all our projects. Throughout over 110 years in business, we have had the fortune to provide our services to the greatest talents in the world of publishing, culture, and fashion. We have always worked with specialised artisans and prestigious designers and graphic artists, in order to offer our international customers qualified, constant support and imbue the processes and special projects with all the attention and profes-

sionalism they require». Care to detail, experimentation, and ongoing support in all of the printing stages. Seeking excellence with just one obsession: quality. «We believe that printing is ancient know-how to be safeguarded and passed down to the next generations, however we have always looked to the future and innovation. We were the first in Europe to be equipped with H-UV LED printers and since 2016, thanks to our agreement with Ko-

mori, we are proud to offer our customers the revolutionary Led printing technology, which combines the high-technology of Japanese ink and latest-generation H-UV LED lamps». The exclusive H-UV LED printer which combines two polymerization systems in one ten-colour machine for results that surpass all standards, the precision of the certified tests provided by customers is ensured by the GMG colour treatment system that is constantly updated: a wide range of technologies which, step by



«When you have people over, you don't show off your iPad library. There's something about physical books that allows owners to make a statement about themselves and life.»

Josh Baker

La copertina.

Tutti i coffee table books (a parte rare eccezioni come la serie *World of Art* di Thames & Hudson) sono rilegati con copertine rigide, adatte a racchiudere dei blocchi libro molto grandi e a proteggerli da polvere o colpi. Spesso infatti i libri da tavolino sono ricoperti anche da una sovracopertina, o addirittura da custodie in cartone, legno o pelle.

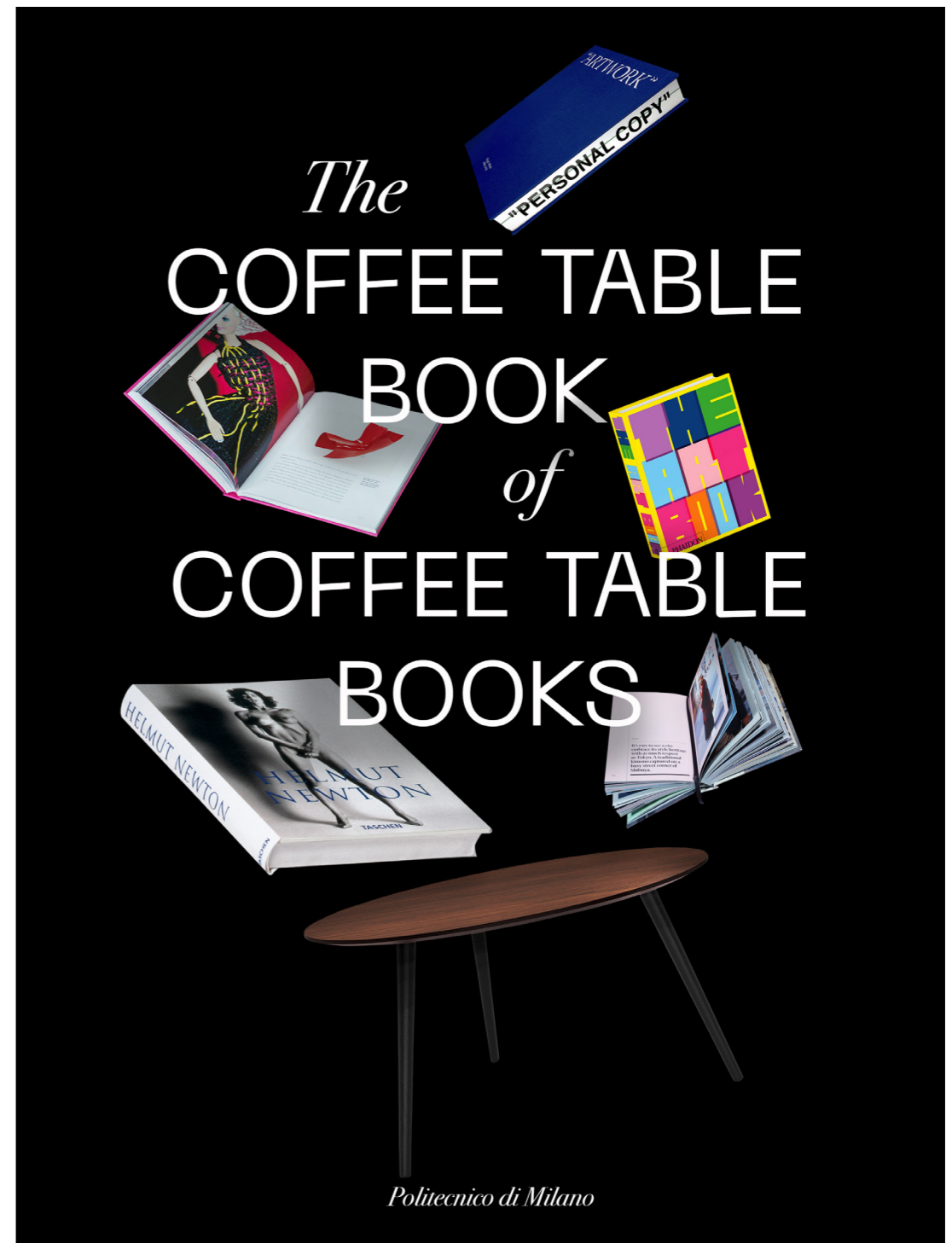
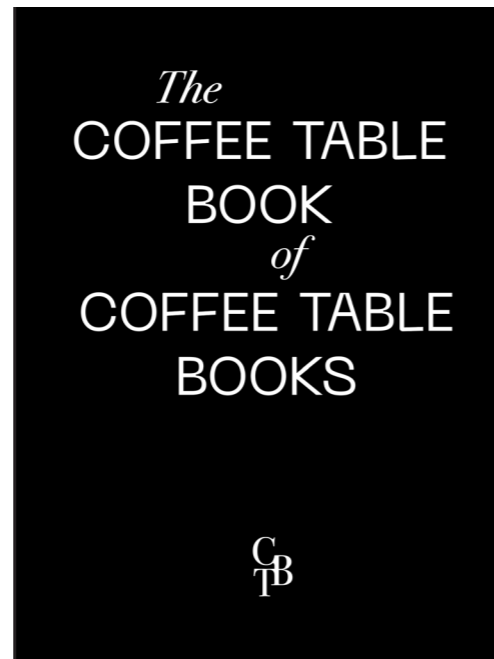
La copertina di *The Coffee Table Book of Coffee Table Books* è composta da uno sfondo nero su cui è stampato il titolo in bianco, mentre il dorso presenta il monogramma CTB (coffee table book).

Il libro è poi protetto da una sovracopertina, anche questa con fondo nero, ma in questo caso con il titolo circondato da libri da tavolino che riempiono la pagina. La copertina più semplice viene coperta da una versione più piena e colorata, lasciando la scelta al proprietario se esporlo nel proprio soggiorno in un modo oppure nell'altro.

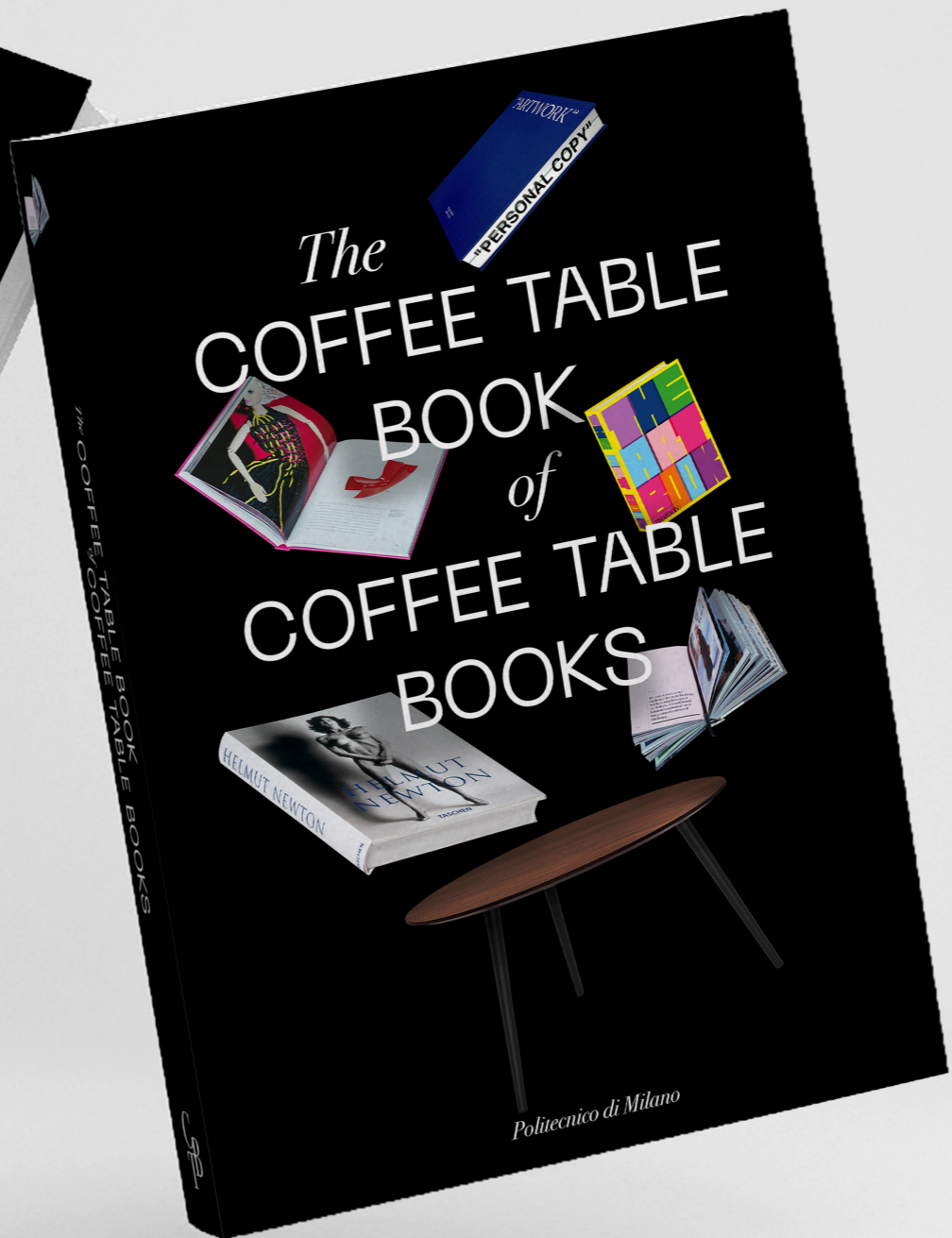
imm. 180 Doppie pagine con testo del progetto *The Coffee Table Book of Coffee Table Books*.

imm. 181 Copertina, dorso e retro di copertina del progetto *The Coffee Table Book of Coffee Table Books*.

imm. 182 Sovracoperta del progetto *The Coffee Table Book of Coffee Table Books*.



Politecnico di Milano



234
235

La rilegatura.

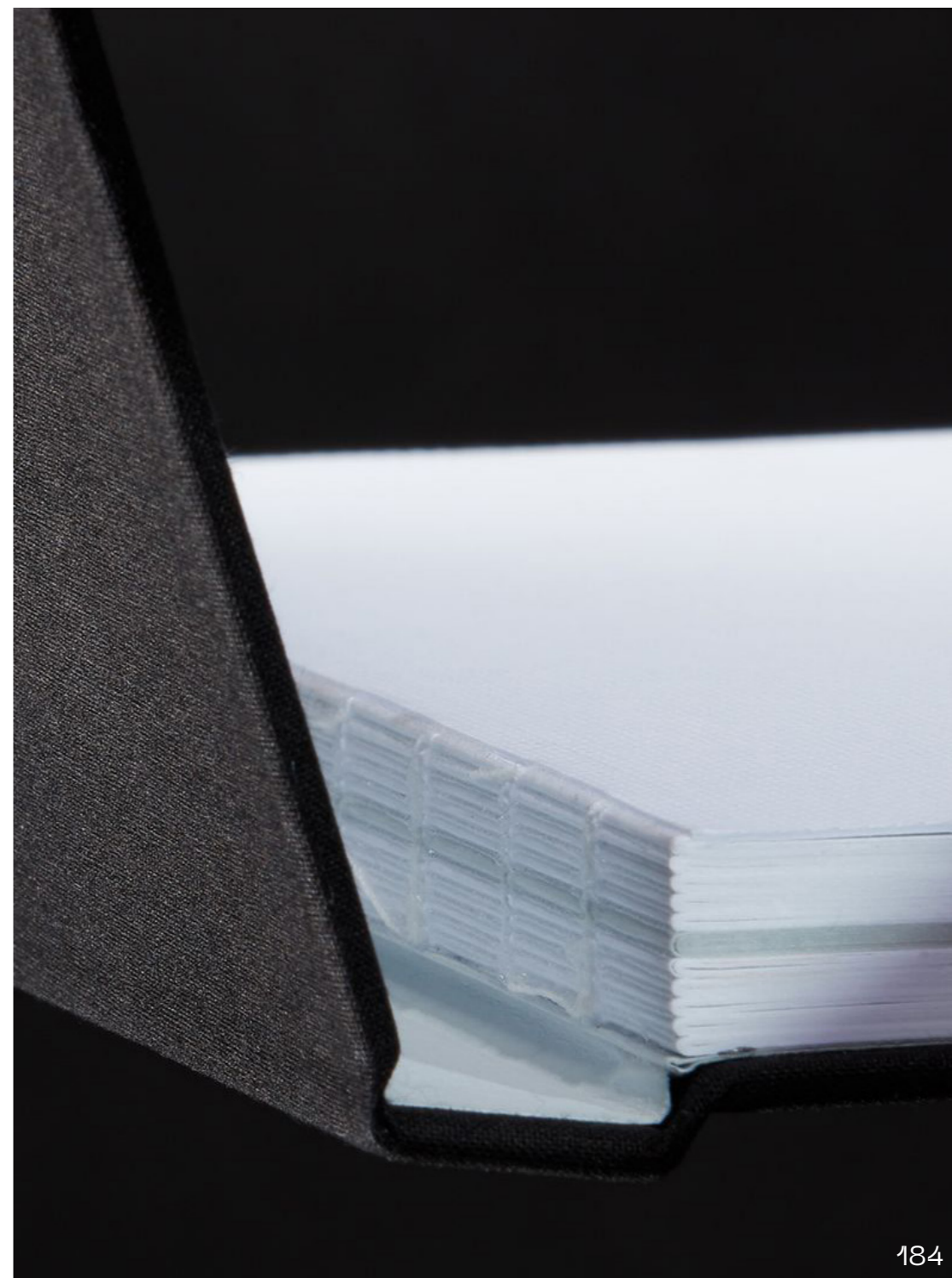
Per quanto riguarda la confezione del libro, si è scelta una rilegatura svizzera. Questo tipo di rilegatura anche se poco utilizzata rispetto alla classica broccatura cucita a filo refe è ottimale per fruire al meglio delle immagini stampate. Infatti questa legatura permette l'apertura completa del libro, lasciando libero il dorso dalla copertina, che viene aperta in piano. Questa caratteristica è data dal fissaggio della copertina al blocco libro, che avviene solo attraverso la superficie inferiore del libro, lasciando liberi la seconda di copertina e il dorso.

In questo modo la copertina non viene rovinata all'apertura del libro, e in più l'apertura completa delle pagine mostra al meglio le fotografie.

The Coffee Table Book of Coffee Table Books è una proposta di progetto che vuole raccogliere e celebrare la bellezza e la progettazione dei libri da tavolino, libri di design realizzati in ottima qualità e tenendo conto dei minimi dettagli. Il prodotto finale è inteso come libro dedicato ad un particolare ramo dell'editoria, diventando prodotto di nicchia ma prestigioso.

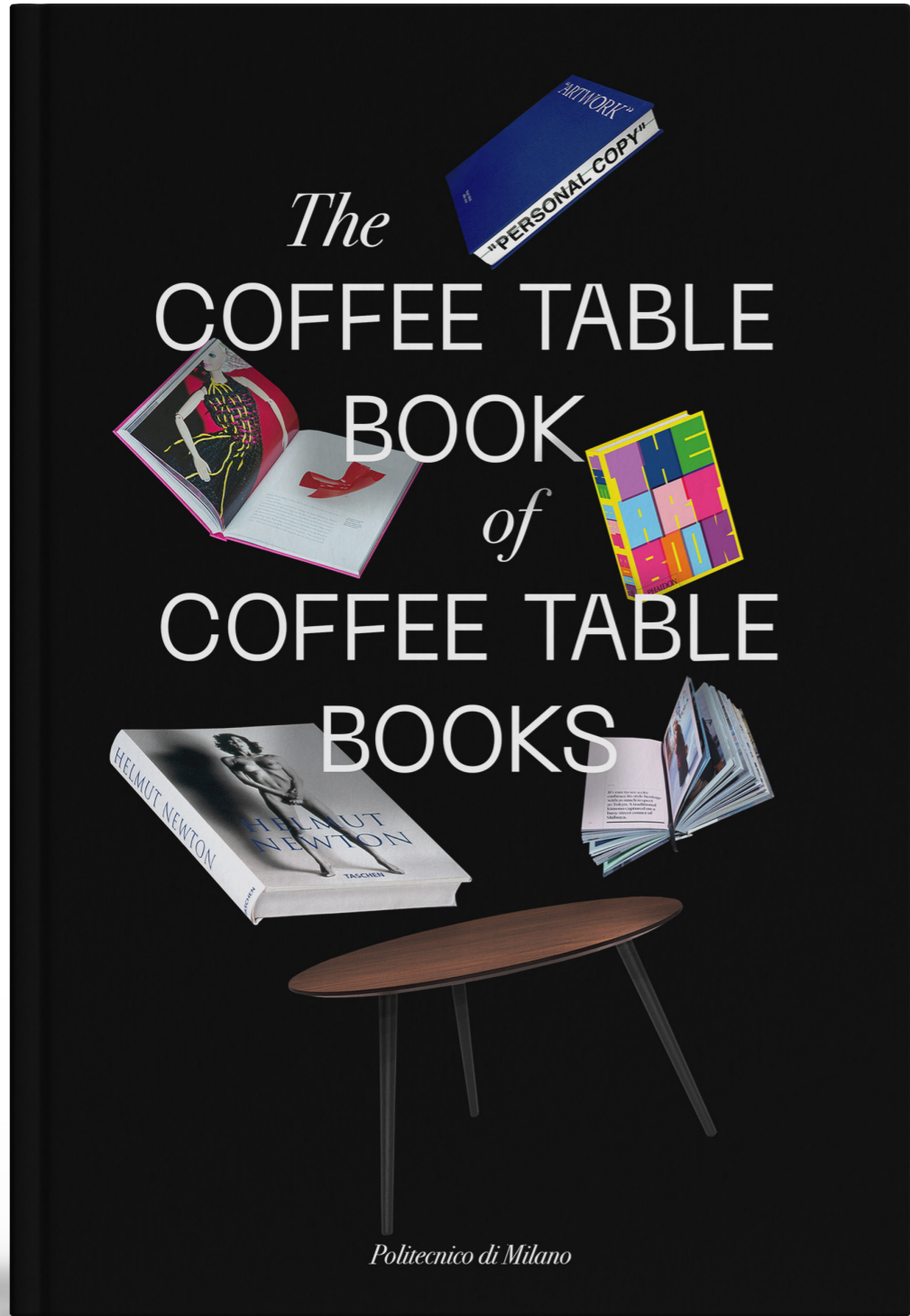
imm. 183 Mockup[2] del progetto
*The Coffee Table Book of Coffee
Table Books.*

imm. 184 Dettaglio
rilegatura svizzera.



236
237

184



238
239

Politecnico di Milano

THIS BOOK IS COPY NUMBER
001

IN AN EDITION OF
TEN THOUSAND COPIES

CB

COFFEE
COFFEE

The COFFEE TABLE BOOK
of COFFEE TABLE BOOKS



The COFFEE TABLE BOOK of COFFEE TABLE BOOKS

TB

GALLERY 12

«Books are not made to furnish, but there's nothing else that so beautifully furnishes a house.»
Henry Ward Beecher

TASCHEN At Books as Collectibles

Founded in 1939 in Cologne, Germany, publishing TASCHEN has been a pioneer in the world of art books. Its mission is to publish beautiful, high-quality art books that are both informative and aesthetically pleasing. The company's focus is on art, design, and architecture, with a particular emphasis on the 20th century. TASCHEN's books are known for their high-quality production, including beautiful illustrations and high-quality paper. The company's success is due to its commitment to quality and its focus on art and design. TASCHEN's books are not just informative, but they are also beautiful objects in themselves. They are a testament to the power of art and design to inspire and educate.

MAKING OF 10

TB

THIS BOOK IS IN AN EDITION OF TEN THOUSAND COPIES

242 243

Jack Davison Photo Anthology

IRAN WOODEN

Conclusioni

Il percorso di ricerca, che si è svolto prima con un'analisi di quello che è un coffee table books e quali sono le sue caratteristiche, poi con il percorso storico e tecnico (prima dei precursori e poi dei primi esempi di libro da tavolino), ha permesso di scoprire le funzioni, gli usi e i diversi scopi di questo genere di libri, prendendo in considerazione anche un'indagine svolta attraverso un google form e diversi casi studio.

A partire dai precursori analizzati si è tracciata una linea che ha portato, grazie allo sviluppo della tecnologia e alla società, ai coffee table books moderni della fine del XX secolo ad oggi. I diversi esempi presentati come anticipatori del genere dei libri da tavolino sono considerati come punti di interesse in una vasta mappa ricca di artefatti editoriali, e significativi nella loro composizione nella quale le immagini fanno parte integrante del testo o della narrazione.

La struttura di questi libri non è mai a caso, ma progettata in modo pertinente alla tematica e alle immagini, creando così un impianto perfetto che rende la fruizione del contenuto un piacere.

La funzione estetica, la presentazione di un libro da tavolino è la cosa più importante, perché non solo fa fare bella figura al proprietario, ma viene riconosciuto anche dalle altre persone come un'indice di appartenenza a una certa classe sociale a seconda del contenuto del coffee table book, elevandolo a libro-oggetto status symbol.

Non solo, i libri da tavolino tendono ad essere considerati come oggetti da collezione (soprattutto se si tratta di un libro in edizione limitata o autografato dall'autore), collezione che può essere composta da altri coffee table books oppure dedicata ad un certo tema, come ad esempio il golf o i gatti.

imm. 185 Mockup[3] del progetto
The Coffee Table Book of Coffee Table Books.

imm. 186 Mockup[4] del progetto
The Coffee Table Book of Coffee Table Books.

imm. 187 Mockup[5] del progetto
The Coffee Table Book of Coffee Table Books.

Il progetto vuole accogliere le caratteristiche identificate dalla ricerca e riproporle, realizzando un libro che esponga una raccolta di immagini selezionate attentamente per esprimere al meglio le funzioni, gli usi, le caratteristiche, le uguaglianze e le eccezioni di questo genere di libro illustrato. Il prodotto finale, pensato per una tiratura ad edizione limitata, entra a fare parte di quei coffee table books individuati connotati da un senso collezionistico, dato sia da una tematica identificata come “di nicchia” che dalle poche copie disponibili. Per citare il fondatore dell’omonima casa editrice Taschen: «The idea from the beginning was to turn the book into an object that you can display, a very expensive object.»

Bibliografia e sitografia

Adams, Sean. *The Designer's Dictionary of Type*. Abrams Books, 2 aprile 2019.

de Montaigne, Michael. *Essays*. Simon Mil-
langes, Jean Richer, marzo 1580.

Dunaway, Finis. "Nature on the Coffee
Table." in *Natural Visions: The Power of
Images in American Environmental Reform*,
117-130. University of Chicago Press, 2005.

Gilbert, Creighton. "One Artist Only." *Arts
Magazine*, aprile 1962.

Lynch, John. *The Coffee Table Book of Astro-
logy*. The Viking Press. Gennaio 1962.

Müller, Jens, e Wiedemann Julius. *The Hi-
story of Graphic Design. Vol. 1. 1890-1959*.
Taschen, 6 Febbraio 2018.

Raven, Peter. "Human impacts on the ra-
tes of the recent, present, and future bird
extinctions." *Proceedings of the National
Academy of Sciences of the United States of
America*, 4 giugno 2006.

Saunders, Gill, e Timmers Margaret. *The
Poster: A Visual History*. Thames & Hudson,
28 aprile 2020.

Sterne, Lawrence. *The Life and Opinions
of Tristram Shandy, Gentleman*. Ann Ward,
Dodds, Becket & DeHondt, dicembre
1759-gennaio 1767.

248

249

Abrams Books. "About Abrams." Ultima cons. 6 gennaio 2021.
<<https://www.abramsbooks.com/about-abrams/>>

Abrams Books. "Abrams History." Ultima cons. 6 gennaio 2021.
<<https://www.abramsbooks.com/abrams-history/>>

Abrams Books. "Cameron Books." Ultima cons. 6 gennaio 2021.
<<https://abramsbooks.com/publishing-partners/cameron-books/>>

Access. "Madonna: The First 50 Years." 17 agosto 2008.
<<https://www.accessonline.com/articles/madonna-the-first-50-years-64926>>

AIGA. "About AIGA." Ultima cons. 11 marzo 2021.
<<https://www.aiga.org/about/#:~:text=About%20AIGA&text=AIGA%20brings%20design%20to%20the,advantage%2C%20and%20vital%20cultural%20force.>>

AIGA. "50 Books | 50 Covers Competition." Ultima cons. 11 marzo 2021.
<<https://www.aiga.org/about-50-50>>

Amazon. "Best Sellers in Cookbooks, Food & Wine." Ultima cons. 7 gennaio 2021.
<<https://www.amazon.com/Best-Sellers-Books-Cookbooks-Food-Wine/zgbs/books/6>>

Archivio Grafica Italiana. "Giulio Confalonieri." Ultima cons. 13 Marzo 2021.
<<http://www.archiviograficaitaliana.com/designers/33/giulioconfalonieri>>

Artnet. "Allen Jones." Ultima cons. 13 marzo 2021
<<http://www.artnet.com/artists/allen-jones/>>

Assouline. "About Assouline." Ultima cons. 6 gennaio 2021.
<<https://www.assouline.com/pages/about>>

Between the Covers. "About Us: The History of BTC." Ultima cons. 12 gennaio 2021.
<https://www.betweenthecovers.com/btc/about_us/2/the-history-of-btc/>

Bridget Watson Payne. "About: Bridget Watson Payne." Ultima cons. 13 gennaio 2021.
<<https://bridgetwatsonpayne.com/about>>

Business of Fashion. "Steven Meisel: Biography." Ultima cons. 13 gennaio 2021.
<<https://www.businessoffashion.com/community/people/steven-meisel>>

Chronicle Books. "Our Story." Ultima cons. 6 gennaio 2021.
<<https://www.chroniclebooks.com/pages/about-us>>

Cincinnati Public Library. "Audubon's Birds of America from Original Drawings." Ultima cons. 10 gennaio 2021.
<<https://digital.cincinnati.library.org/digital/collection/p16998coll33>>

Citadelles&Mazenod. "La maison: 80 ans d'édition" Ultima cons. 6 gennaio 2021.
<<https://citadelles-mazenod.com/quatre-vingt-ans-dedition-13>>

Clarkson Potter, "Archives." Ultima cons. 6 gennaio 2021.
<<https://crownpublishing.com/archives/imprint/clarkson-potter>>

Collins, Sean T. "Breaking Bad at 10: How the Gamechanging Show Redefined TV's Golden Age." *Rolling Stone*. 20 gennaio 2018.
<<https://www.rollingstone.com/tv/>

[tv-news/breaking-bad-at-10-how-the-gamechanging-show-redefined-tvs-golden-age-201212/](https://www.rollingstone.com/tv/tv-news/breaking-bad-at-10-how-the-gamechanging-show-redefined-tvs-golden-age-201212/)>

Colyard, K.W. "If You're a Pet Lover, Don't Miss These 15 Coffee Table Books." *Bustle*. 8 aprile 2019.
<<https://www.bustle.com/p/15-coffee-table-books-for-pet-lovers-who-cant-get-enough-of-cute-pitbulls-bodega-cats-17010155>>

Contreras, Tricia. "How the Pandemic is Shaping Home Cooking Trends." *SmartBrief*. 30 settembre 2020.
<<https://www.smartbrief.com/original/2020/09/how-pandemic-shaping-home-cooking-trends>>

Damiani Editore, "La casa editrice." Ultima cons. 6 gennaio 2021.
<<https://www.damianieditore.com/it-IT/aboutus>>

Designculture. "FMR, the Most Beautiful Magazine in the World." *Designculture*, Ultima modifica 1 gennaio 2017.
<<http://www.designculture.it/insight/fmr.html>>

Donahue, Wendy. "Go ahead, judge them by their covers." *Chicago Tribune*. 9 dicembre 2011.

<<https://www.chicagotribune.com/entertainment/books/ct-xpm-2011-12-09-sc-ent-1207-books-beautiful-books-20111209-story.html>>

Dumbar, Brian. "The Worm is Back!." *Nasa*. Ultima modifica 2 aprile 2020. <<https://www.nasa.gov/feature/the-worm-is-back>>

Encyclopedia Britannica, s.v. "John James Audubon." Ultima modifica 22 aprile 2020. <<https://www.britannica.com/biography/John-James-Audubon>>

Encyclopedia Britannica, s.v. "Robert Havell, Jr." Ultima modifica 21 novembre 2020. <<https://www.britannica.com/biography/Robert-Havell-Jr>>

Encyclopedia Britannica, s.v. "William MacGillivray." <<https://www.treccani.it/enciclopedia/william-macgillivray/>>

Encyclopedia Britannica, s.v. "Michel de Montaigne." Ultima modifica 19 settembre 2020. <<https://www.britannica.com/biography/Michel-de-Montaigne>>

Encyclopedia Britannica, s.v. "Laurence Sterne." Ultima modifica 20 novembre 2020. <<https://www.britannica.com/biography/Laurence-Sterne>>

Encyclopedia Britannica, s.v. "Nancy Newhall." Ultima modifica 3 luglio 2020. <<https://www.britannica.com/biography/Nancy-Newhall>>

Enciclopedia Treccani, s.v. "Offset." Ultima cons. 6 febbraio 2021. <<https://www.treccani.it/vocabolario/offset/>>

Franco Maria Ricci. "Franco Maria Ricci Editore." Ultima cons. 13 marzo 2021. <<https://www.francomariaricci.com/it/editore/editore/>>

Gestalten. "About Us." Ultima cons. 6 gennaio 2021. <<https://gestalten.com/pages/about>>

Hatje Cantz. "About Us: Experience the World of Art." Ultima cons. 6 gennaio 2021. <<https://www.hatjecantz.de/about-us-28-1.html>>

Howe, Neil. "Millennials: a Generation of Page-Turners." *Forbes*. 16 gennaio

2017. <<https://www.forbes.com/sites/neilhowe/2017/01/16/millennials-a-generation-of-page-turners/?sh=226f5d341978>>

Jacobs, Mick. "16 Coffee Table Books for Your Friend Who Still Reads Comics Obsessively." *Ranker*. Ultima modifica 3 ottobre 2019. <<https://www.ranker.com/list/coffee-table-books-for-comic-nerds/mick-jacobs>>

Kwan, Katrina. "17 Top Coffee Table Book Publishing Companies." *Writing Tips Oasis*. 24 dicembre 2018. <<https://writingtipsoasis.com/top-coffee-table-book-publishing-companies/>>

Marsh, Sarah. "Indoor Plants Sales Boom, Reflecting Urbanisation and Design Trends." *The Guardian*. 11 agosto 2019. <<https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2019/aug/11/indoor-plant-sales-boom-reflecting-urbanisation-and-design-trends#:~:text=Indoor%20plants%20sales%20are%20booming,to%20nurture%20and%20care%20for.&text=The%20Royal%20Horticultural%20Society%20>>

McEniery, Erin. "The Birds of American Animals." *Natural History Museum*. Ultima cons. 4 gennaio 2021. <<https://www.nhm.ac.uk/discover/the-birds-of-american-animals.html>>

Mendo. "About: Our Philosophy." Ultima cons. 6 gennaio 2021. <<https://www.mendo.nl/about/our-philosophy/>>

Mendo. "About: Made by MENDO." Ultima cons. 7 gennaio 2021. <<https://www.mendo.nl/about/books-by-mendo/>>

Mullan, John. "The 'stuff' of Tristram Shandy." *British Library*, 21 giugno 2018. <<https://www.bl.uk/restoration-18th-century-literature/articles/the-stuff-of-tristram-shandy>>

Oelze, Sabine. "How Benedikt Taschen Conquered the Global Book Market." *DW*, 9 Febbraio 2021. <<https://www.dw.com/en/how-benedikt-taschen-conquered-the-global-book-market/a-56506214>>

Okwodu, Janelle. "Naomi Campbell Isn't Event Close to Done: The Supermodel Looks Back on 30 Years in the

252
253

Spotlight.” *Vogue*, 4 aprile 2016.
<<https://www.vogue.com/article/naomi-campbell-taschen-book-vogue-interview>>

Phaidon. “About Phaidon.” Ultima cons. 6 gennaio 2021.
<<https://www.phaidon.com/about-phaidon/>>

Phaidon. “Food.” Ultima cons. 7 gennaio 2021.
<<https://www.phaidon.com/store/food-cook/>>

Phaidon. “Steve McCurry: Portraits.” Ultima cons. 8 gennaio 2021.
<<https://www.phaidon.com/store/photography/steve-mccurry-portraits-2nd-edition-9780714865379/>>

Phaidon. “The Japanese Garden.” Ultima cons. 8 gennaio 2021.
<<https://www.phaidon.com/store/design/the-japanese-garden-9780714874777/>>

Prestel. “Prestel Publishing: About Prestel.” Ultima cons. 6 gennaio 2021.
<https://prestelpublishing.randomhouse.de/About-Prestel-Publishing/About-Prestel/aid27522_12568.rhd>

Publisher’s Weekly. “About Us.” Ultima

cons. 13 gennaio 2021.
<<https://www.publishersweekly.com/pw/corp/aboutus.html>>

River Campus Libraries. “Rossiter Johnson Papers.” Ultima cons. 12 gennaio 2021.
<<https://rbscp.lib.rochester.edu/finding-aids/D164>>

Rivieccio, Genna. “How Madonna’s Sex Transformed the Coffee Table Book.” *The Airship Daily*. Ultima cons. 4 gennaio 2021.
<<http://airshipdaily.com/blog/08152014-madonna-sex>>

Rizzoli New York. “About Us: Rizzoli Publications.” Ultima cons. 6 gennaio 2021.
<<https://www.rizzoliusa.com/about-us/>>

Rizzoli New York. “Kate: The Kate Moss Book.” Ultima cons. 6 gennaio 2021.
<<https://www.rizzoliusa.com/book/9780847837908>>

Rodini, Elizabeth. “A brief history of the art museum.” Khan academy. Ultima cons. 6 febbraio 2021.
<<https://www.khanacademy.org/humanities/approaches-to-art-history/tools-for-understanding-museums/>

[museums-in-history/a/a-brief-history-of-the-art-museum-edit](https://www.khanacademy.org/humanities/approaches-to-art-history/tools-for-understanding-museums-in-history/a/a-brief-history-of-the-art-museum-edit)>

Sierra Club. “About the Sierra Club.” Ultima cons. 11 gennaio 2021.
<<https://www.sierraclub.org/about-sierra-club>>

Sierra Club. “David Brower.” Ultima cons. 11 gennaio 2021.
<<https://www.sierraclub.org/library/david-brower>>

Sims, Amanda. “8 Ways Coffee-Table Books Can Be Used as Decor.” *Hideaway*. 23 maggio 2017.
<<https://www.architecturaldigest.com/story/coffee-table-books-decor>>

Skira. “Storia.” Ultima cons. 6 gennaio 2021.
<<http://www.skira.net/page/story>>

Spiegelman, Willard. “The Joys of Slow Looking.” *The Wall Street Journal*. Ultima modifica 19 maggio 2011.
<<https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748703421204576327750299277440>>

Steidl. “The Americans.” Ultima cons. 8 gennaio 2021.
<<https://steidl.de/Books/The->

[Americans-2131325657.html](https://steidl.de/Books/The-Americans-2131325657.html)>

Sturrock, Staci. “10 Resons to Decorate with Coffee Table Books. 6 luglio 2020.
<<https://havenly.com/blog/decorate-with-coffee-table-books#:~:text=Interior%20designers%20love%20coffee%20table,jewelry%20box%20or%20a%20laptop.>>

Stylianou, Daphne. “Exploring the future of coffee table book publishing.” *STBY*. 31 ottobre 2017.
<<https://www.stby.eu/2017/10/31/exploring-future-coffee-table-book-publishing/>>

Taschen. “About Us: Taschen History.” Ultima cons. 6 gennaio 2021.
<https://www.taschen.com/pages/en/company/taschen_history/index.taschen_history.htm>

Taschen. “Helmut Newton’s SUMO.” Ultima cons. 22 febbraio 2021.
<https://www.taschen.com/pages/en/catalogue/photography/all/02601/facts_helmut_newtons_sumo.htm>

Taschen. “Helmut Newton. BABY SUMO.” Ultima cons. 22 febbraio 2021.
<<https://www.taschen.com/pages/en/catalogue/photography/all/66911/facts.>

254
255

[helmut_newton_baby_sumo.htm](#)>

Taschen. “Naomi.” Ultima cons. 6 gennaio 2021.
<<https://www.taschen.com/pages/en/catalogue/photography/all/06351/facts.naomi.htm>>

Taschen. “Naomi. Updated Edition.” Ultima cons. 6 gennaio 2021.
<https://www.taschen.com/pages/en/catalogue/photography/all/45308/facts.naomi_updated_edition.htm>

Thames&Hudson. “About Us.” Ultima cons. 6 gennaio 2021.
<<https://thamesandhudson.com/page/about-us/>>

The Ansel Adams Gallery. “Ansel Adams, Photographer - Bio.” Ultima cons. 11 gennaio 2021.
<<https://www.anseladams.com/ansel-adams-bio/>>

The Antiquarian Booksellers' Association of America. “About the ABAA.” Ultima cons. 12 gennaio 2021.
<<https://www.abaa.org/about-abaa>>

University of Pittsburgh. “Audubon's Birds of America at the University of Pittsburgh.” Ultima cons. 6 gennaio 2021.

<<http://audubon.library.pitt.edu/>>

U.S. Information Agency. “John James Audubon: the Birds of America.” *Arts America*. Trasmesso nel 1986.
<<https://archive.org/details/gov.archives.arc.55178>>

Vogue. “The 20 Fashion Books You Need On Your Coffee Table.” 5 agosto 2019.
<<https://variety.com/shop/best-coffee-table-books-for-movie-lovers-1234729999/>>

Walker, Tim. “Do we still have a thirst for coffee table books?” *The Independent*. 17 agosto 2012.
<<https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/news/do-we-still-have-thirst-coffee-table-books-8054023.html>>

Watson Payne, Bridget. “In Praise of the Coffee Table Book.” *Publisher Weekly*. 14 aprile 2017
<<https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/columns-and-blogs/soapbox/article/73338-in-praise-of-the-coffee-table-book.html>>

Yale University. “Audubon at Beinecke: The Double Elephant Folio.” 18 agosto

2017.

<[https://beineckeaudubon.yale.edu/news/double-elephant-folio#:~:text=To%20accommodate%20the%20largest%20American,\)%2C%20the%20largest%20sheets%20available.](https://beineckeaudubon.yale.edu/news/double-elephant-folio#:~:text=To%20accommodate%20the%20largest%20American,)%2C%20the%20largest%20sheets%20available.)>

Yotka, Steff. “A Brief History of Virgil Abloh's Meteoritic Rise.” *Vogue*. 28 marzo 2018.
<<https://www.vogue.com/article/virgil-abloh-biography-career-timeline>>

Zinderman, Carly. “Vivant Books: Blending Art with Literature.” *JustLuxe*. 17 aprile 2015.
<https://www.justluxe.com/community/vivant-books-blending-art-with-literature_a_1958983.php>

Zee, Michaela. “Virgil Abloh: Figures of Speech Wins AIGA's 50 Book Award.” *Vman*, Ultima modifica 20 maggio 2020.
<<https://vman.com/article/virgil-abloh-figures-of-speech-wins-aigas-50-books-award/>>

