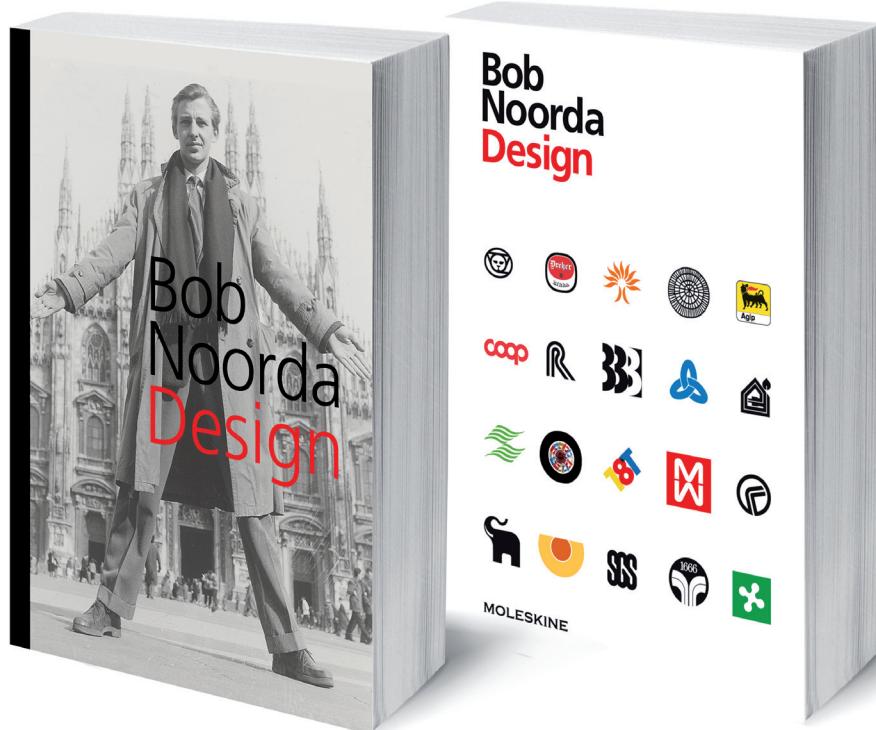


BOB NOORDA DESIGN

400 pagine
300 illustrazioni

a cura di
Mario Piazza

Edizione italiana
Il Sole 24 ORE
Edizione internazionale
Moleskine

**Bob Noorda design**

**sabato 24 ottobre
ore 16.30
presso l'auditorium del
MUDEC
Museo delle Culture
via Tortona 56, Milano**

Pensato e impaginato dallo stesso Bob Noorda, uno dei maestri della grafica italiana, "Bob Noorda Design" ripercorre decennio dopo decennio, dagli anni Cinquanta al Duemila, la lunga storia professionale del designer olandese. Il volume oltre alla storia di Noorda, contiene tante altre storie parallele. Ad esempio la nascita e l'evoluzione del concetto di immagine coordinata come principio visivo e identitario di un'azienda, l'importanza di una buona grafica per l'orientamento e l'ambiente e il valore assunto dal marchio e dal logotipo come vere icone dell'immaginario collettivo.

*Fare il grafico è un mestiere che si può fare dappertutto, su un tavolo piccolo come su un tavolo grande, non si ha bisogno di tanto macchinario, bastano delle matite e prende tutta la vita. **Bob Noorda, 1981***

Intervengono

Stefano Salis
giornalista de
Il Sole 24 ORE

Giovanni Anceschi
designer

Mario Piazza
docente al Politecnico di Milano,
Scuola del Design
e curatore del libro

LA FIERA DI MILANO
LA PUBBLICITÀ
DELL'INDUSTRIA ITALIANA
1920 - 1940
240 pagine
400 illustrazioni

a cura di
Mario Piazza e Dario Cimorelli
 edizione
Silvana Editoriale



La Fiera di Milano tra pubblicità e palcoscenico

Venerdì **23** ottobre
ore **18.00**
presso
Fondazione
Fiera Milano
Viale Boezio 15
20145 Milano

Liquori, vermouth, panettoni, caramelle, cioccolato, estratti di carne, inchiostri, matite, macchine da scrivere e da cucire, macchine fotografiche, e poi ancora pneumatici, aerei, auto, benzine e lubrificanti: tra gli anni venti e quaranta la Fiera Campionaria di Milano era il palcoscenico per la presentazione di nuovi prodotti e delle innovazioni tecnologiche. La pubblicità si sviluppa, di pari passo con il progresso industriale, in tutte le sue forme: dai più tradizionali manifesti fino a oggetti pubblicitari mobili, a coreografie e allestimenti promozionali. Il volume analizza l'evoluzione dei linguaggi e delle tecniche pubblicitarie attraverso l'analisi del lavoro di cartellonisti e grafici, e la presentazione, documentata e puntuale, di straordinarie fotografie selezionate dai ricchissimi fondi dell'Archivio Storico di Fondazione Fiera Milano e della Civica raccolta delle Stampa Achille Bertarelli.

Intervengono

Paolo Lombardi
Direttore Generale
Fondazione Fiera Milano

Dario Cimorelli
Direttore Editoriale
Silvana Editoriale

Mario Piazza
docente al Politecnico di Milano,
Scuola del Design
e co-autore del libro

Lanfranco Licauli
Direttore
comunicazione e marketing
Piccolo Teatro
di Milano - Teatro d'Europa