

Indice

Premessa, <i>Vanni Pasca</i>	pag.	7
Prefazione, <i>Daniela Piscitelli</i>	»	9
1. Introduzione alla corporate image, <i>Daniele Baroni</i>	»	11
2. Tracce di identità visiva coordinata: il caso studio Olivetti, <i>Pier Paolo Peruccio</i>	»	13
3. L'Italia e gli italiani nella grafica popolare, <i>Maurizio Vitta</i>	»	23
4. Dall'araldica ai "simboli comunali", <i>Luisa Clotilde Gentile</i>	»	37
5. Lo stivale capovolto, <i>Enrico Sturani</i>	»	50
6. L'identità visiva dei luoghi dello svago e del commercio nella Torino tra Otto e Novecento, <i>Elena Dellapiana</i>	»	61
7. Editoria e tipografia fra artigianato e industrializzazione, <i>Daniele Baroni</i>	»	75
8. Milano. Costruzione dell'identità nella nuova Italia. Analisi semiotica dei marchi lombardi 1861-1911, <i>Emilio Renzi</i>	»	85
9. Al servizio del viaggiatore: il contributo del Touring Club Italiano (1894-1933), <i>Fiorella Bulegato</i>	»	94

10. L'immagine moderna di regioni, province e città, <i>Andrea Rauch</i>	»	104
11. Le Expo e le Olimpiadi in Italia, <i>Pier Paolo Peruccio</i>	»	112
12. Segni e luoghi di identità urbana: Torino Olimpiadi, Italia 150 e Milano Expo, <i>Italo Lupi, Ico Migliore, Mara Servetto</i>	»	127
Bibliografia	»	135
Indice dei nomi	»	139