

Take Off

The Airport Side of Life



®



MARZO | MARCH

~~2.50 euro~~

Aeroporto di Genova **CRISTOFORO COLOMBO**

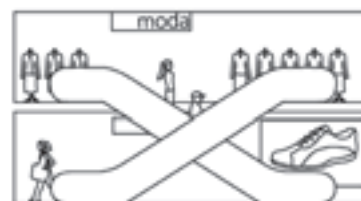


Italia da bere

Get your complimentary copy at Bologna, Venezia, Genova, Pisa and Napoli airport



Senza parole



La semplicità della comunicazione visiva e il desiderio di essere compresi ovunque nel mondo attraverso le immagini. Questo è il potere dei simboli

words claudia tani

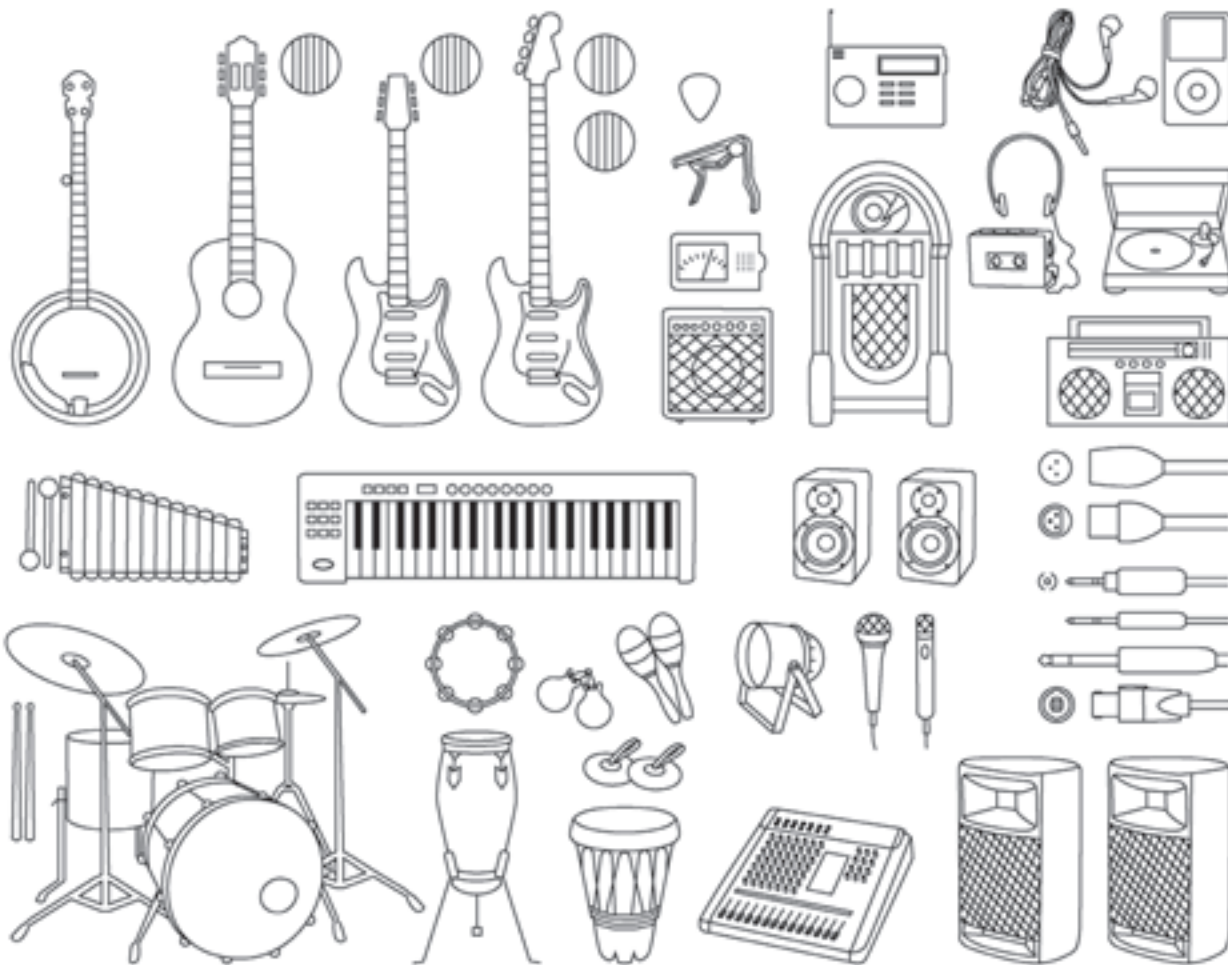
Quante volte vi siete trovati in un paese straniero, alla ricerca disperata di una farmacia o un bagno pubblico, con la voglia matta di una fetta di pizza o semplicemente in cerca dell'ufficio informazioni turistiche? Nessun problema se parlate la lingua, ma se non è così? Come comunicare? Come chiedere informazioni se non si conoscono le parole giuste? Certo, si può sempre iniziare a balbettare o a gesticolare impotenti... oppure tirare fuori dalla tasca un piccolo librettino con la copertina argentea, grande come un passaporto che parla il più internazionale di tutti i linguaggi: quello delle figure.



Icon, pubblicato da AmberPress, è un vero e proprio dizionario globale privo di parole, universalmente comprensibile. È diviso in dodici sezioni piene di simboli che esprimono le più essenziali azioni quotidiane. Le illustrazioni sono state realizzate in modo semplice e chiaro così da rendere le icone immediatamente leggibili e comprensibili. Così, di qualunque cosa abbiate bisogno, dallo spazzolino da denti alla spilla da balia, ai calzoncini da bagno, se volete spiegare che avete un raffreddore da fieno senza pronunciare neanche una parola, chiedere dove cambiare i vostri soldi o trovare una batteria per l'esposimetro della vostra macchina fotografica, beh, questo librettino può esservi molto utile. Dovete solo indicare uno degli oltre 2800 simboli e sarete immediatamente accontentati.

«Il nostro libro è per chiunque viaggi – ci racconta Gosia Warrink, autrice e disegnatrice di Icon. – Per l'uomo d'affari tipo "Lost in translation" a Tokyo, per un portapacchi venezuelano o per una famiglia in vacanza in Francia. Perché i simboli riassumono e mostrano la vera essenza di una cosa o di un concetto senza rivelare troppi particolari. Sono minimalisti e glo-





* 1000 Signs

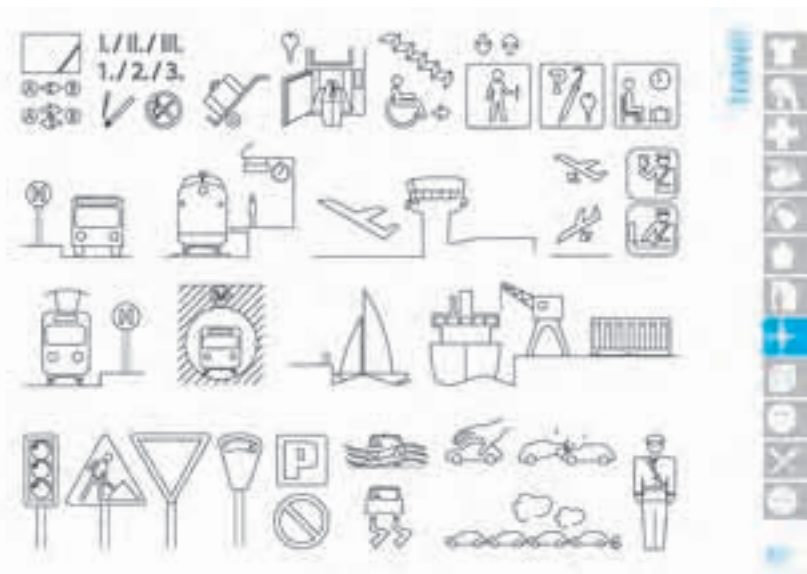


Questo libro presenta un'affascinante collezione di cartelli e insegne da tutto il mondo. Divisi in capitoli secondo le diverse tipologie (animali, uomini, pericolo, armi, trasporti, bambini, bagni, lavoro, divieto...) i cartelli evidenziano come i simboli con cui tutti noi entriamo in contatto ogni giorno, vengono rappresentati nelle varie culture. L'ampia selezione di fotografie è accompagnata da testi che descrivono il significato sociale e culturale di ogni cartello. Edizione multilingue (inglese, francese e tedesco) pubblicata da Taschen in collaborazione con Colors.

This book features an amusing collection of signs from around the world. Divided into chapters by type (animals, men, stop, danger, weapons, transport, children, toilets, work, "no!", etc.), the signs demonstrate how different cultures portray the icons with which we are all so familiar. The diverse selection of photographs is accompanied by texts describing the cultural and social significance of signs. A multilingual edition (English, French and German) published by Taschen in collaboration with Colors.

La comunicazione visiva firmata Segnalet *

Andrea di Maso, 35 anni, presidente e amministratore delegato della Segnalet (nella foto), azienda leader nella comunicazione visiva modulare (tra i suoi clienti ci sono molti aeroporti), conosce bene il valore anche economico di un segnale e del linguaggio iconico. Su questo ha costruito la sua fortuna imprenditoriale. «Per la comunicazione e l'immagine la segnaletica è fondamentale. Si può calcolare che una buona visibilità vale circa il 30% del successo di un'impresa commerciale o di una comunicazione istituzionale. Per farla e farla bene ci vuole molta professionalità, la scelta dei materiali giusti, il lavoro di designer, grafici e architetti, la messa in opera. L'Italia è indietro rispetto agli altri paesi. Da noi non c'è la volontà di dare risalto alla comunicazione visiva, in Europa ormai la segnaletica è multimediale, fatta di schermi lcd in grado di dialogare con chi guarda». Per l'esperienza di lavoro maturate e per l'acquisizione di grandi clienti Segnalet è fortemente presente sul mercato nazionale, anche nel campo della segnaletica, dell'antinfurtivistica e della sicurezza. «Una buona comunicazione aiuta la sicurezza sul lavoro, oltre ad essere una norma di legge, è un grande progetto informativo ed educativo che dovrebbe essere sempre più evidente in tutti i luoghi dove ci sono persone che lavorano. A volte un buon cartello salva anche una vita». Per finire una curiosità, qual è il cartello più presente nel panorama italiano della segnaletica? Non c'è dubbio: "vietato fumare".



«Se dovessimo scegliere cinque icone, che secondo noi sono riconoscibili dai giovani di tutto il mondo queste sarebbero i jeans, l'hairstyle, l'hamburger il calcio e l'iPod»



bali. In una parola, perfetti». E se dovesse rappresentare graficamente le città del mondo, quali immagini sceglierebbe? «I piatti tipici, i palazzi e i monumenti famosi, ma anche immagini che evocano la tradizione, lo stile di vita, la moda e la cultura. Ad esempio per Roma realizzeremmo icone del Colosseo, del Pantheon, i Fori Imperiali e il Vaticano, la Fontana di Trevi e la Scalinata di Piazza di Spagna. Per Berlino, la Porta di Brandeburgo, la Torre della TV, il Muro, il Reichstag e l'Isola dei Musei.

Per Parigi, la Torre Eiffel, l'Arco di Trionfo, il Louvre, il Centre Pompidou e Notre Dame. Per New York, la Statua della Libertà, l'Empire State Building, il Moma, Manhattan, Broadway e Wall Street». Inevitabile quindi chiedere, quali sono le immagini più rappresentative della cultura urbana moderna? «Se dovessimo scegliere cinque icone, che secondo noi sono riconoscibili dai giovani di tutto il mondo, queste sarebbero i jeans, l'hairstyle, l'hamburger, il calcio e l'iPod».

CONSEGNAMO
OVUNQUE E COMUNQUE!

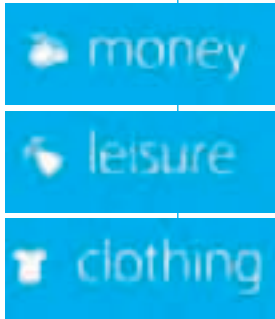


CORRIERE ESPRESSO INTERNAZIONALE E NAZIONALE
CONSEGNE "NO PROBLEM" IN ITALIA E IN TUTTO IL MONDO

AIR
EXPRESS
INTERNATIONAL EXPRESS COURIER

www.airexpress.it

AIR EXPRESS S.R.L.
20096 PIOLTELLO (MI) - VIA ZARA 1
TEL. +39 02 92985.1 FAX +39 02 92985.2500
E-MAIL: SALES@AIEXPRESS.IT



How many times have you been in a foreign country, desperately looking for a pharmacy or a public toilet, longing to eat a slice of pizza or simply seeking the tourist information office? You will not have any problems if you speak the local language, but if you don't? How do you communicate? How do you ask for information if you don't know the proper words? You may start to stammer helplessly or wring your hands... unless you pull a little silver-coloured book out of your trouser pocket, a passport-shaped mini booklet that speaks the world's most universal language: pictures. ICOON, published by AmberPress, is a wordless universal phrase book a real global picture dictionary. It is divided into twelve different categories each one of them full of essential everyday symbols. The illustrations are simply designed and clearly arranged in order to make the icons even easier to understand.

So, regardless of whether you need a toothbrush, safety pin or swimming trunks, want to explain hay fever without using words, ask how to change money or are trying to rustle up a replacement battery for your camera's light meter, this small book can be very useful. You only need to point to one of over 2,800 symbols to express a concept and make yourself understood. «Our book is for everyone who travels – says Gosia

No words

The simplicity of visual communication and the desire to be able to communicate anywhere in the whole world through pictures. This is the power of icons

words claudia tani

Warrink, author and designer of ICOON. - For a businessman who is "lost in translation" in Tokyo, for a backpacker in Venezuela, and also for a family travelling in France. Because symbols reduce and show the essence of one thing without showing too many details. They are minimalist, global. In a word, perfect».

And if you were to graphically depict our cities around the world which images would you assign to each of them? «We would choose typical food, city landmarks/architecture, and also special images for tradition and lifestyle, fashion and culture. For example, for Rome we would create symbols of the Coliseum, Pantheon, Roman Forum and Vatican, the Trevi Fountain and the Spanish Steps. For Berlin – Brandenburg Gate, TV-Tower, Berlin Wall, Reichstag and Museum-Island. For Paris – The Tour Eiffel, The Arc de Triomphe, The Louvre, Centre Pompidou and Notre Dame. And for New York – the Statue of Liberty, Empire State and the Chrysler Building, The Museum of Modern Art, Manhattan, Broadway and The Wall Street».

In your opinion what are the most representative images of modern urban culture?

«If we chose five icons, which we think would be understood in every country by young people, they would be: jeans, hairstyling, hamburger, football and iPod».



Visual communication by Segnalet

Andrea di Maso is the 35 year-old Chairman and General Manager of Segnalet, a leading company in modular visual communication, whose clients include many airports. He knows only too well, among other aspects, the value of iconic



language and signs. This is what he has built his entrepreneurial fortune on. "Signage is a fundamental lever for communication and image projection. You can easily say that good visibility is worth 30% of the commercial success of a company or of institutional communication. In order to obtain this, and do it well, it requires professionalism, good choice of materials, the work of designers, graphic designers and architects, as well as the correct implementation. Compared to other countries Italy is far behind. There is no desire in Italy to focus or emphasis visual communication. In the rest of Europe they have multimedia signage, with LCD screens which can interact with viewers." Because of their experience and a roster of blue-chip clients, Segnalet is highly regarded, with a large presence on the national market, also in the safety and security signage market. "Good communication improves safety at work, as well as being a legal requirement, and is an important informational and educational tool that should be increasingly prominent in any working environment. Sometimes a good sign can actually save a life." Just out of curiosity, what is the most common sign in Italy? Without a shadow of a doubt: "No Smoking".