

DOPPIOZERO

Mostrare un'idea, usare le parole

[Leonardo Sonnoli](#)

22 Dicembre 2018

coop_70
valori in scatola
**mostrare un'idea,
usare le parole**

leonardo sonnoli
29.11.2018
La Triennale di Milano

il mio primo incontro,
indimenticabile, con la
co-op è stato a 6 anni:
ci passavo a farmi fare
un panino di prosciutto
cotto.
Quel logotipo con i
caratteri geometrici e
le prime tre lettere
disegnate su un cerchio
mi sono sempre rimaste
nella memoria.



Ma sembrerebbe quasi naturale, dalle origini della storia delle co-op, che quelle lettere fossero non solo circolari e minimali ma anche tendenti a legarsi tra di loro: degli anelli di una catena di lettere che semanticamente traducono la cooperazione.



E quando la semplice scritta diventa un vero e proprio logotipo,
diventa evidente l'idea di singoli anelli che legandosi assieme
formano una più solida e resistente catena.



Questo è un esempio del 1933, l'anno chiave del modernismo in Italia, in cui le due "O", i due anelli, si legano con un trattino che in questo caso ha la funzione di unire piuttosto che quella tipografica di dividere.



Lo stesso principio si trova nell'antico logotipo della Coop svizzera



COOP
V.S.K.
Verband schweiz.
Konsumvereine

E l'idea delle lettere-anello è evidentemente esplicitato in questo manifesto della Coop svizzera che diventa esso stesso parte di una catena: e sempre alla base della traduzione visiva di una cooperativa c'è il concetto dell'unione di singoli che assieme diventano più forti e solidali.



È interessante vedere come il logotipo svizzero si evolve negli anni sessanta con una composizione di ispirazione modernista mentre diventa molto meno interessante nella forma all'inizio degli anni duemila. Che il logotipo Coop rassomigli al marchio Mastercard provoca un cortocircuito di notevole significato critico.



1960



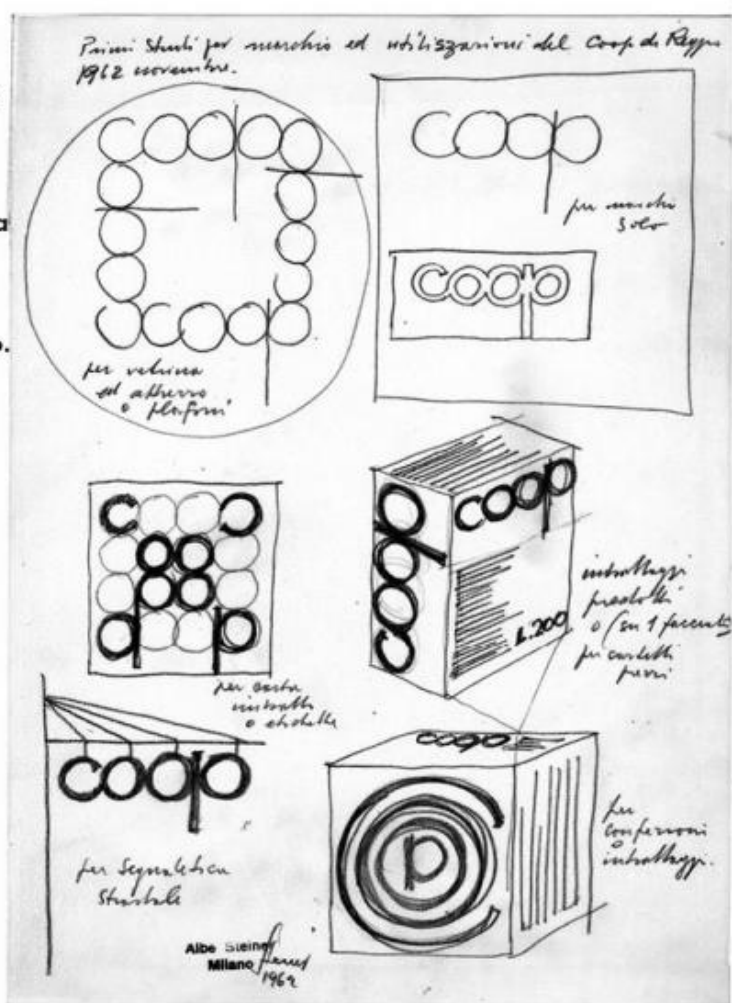
2001



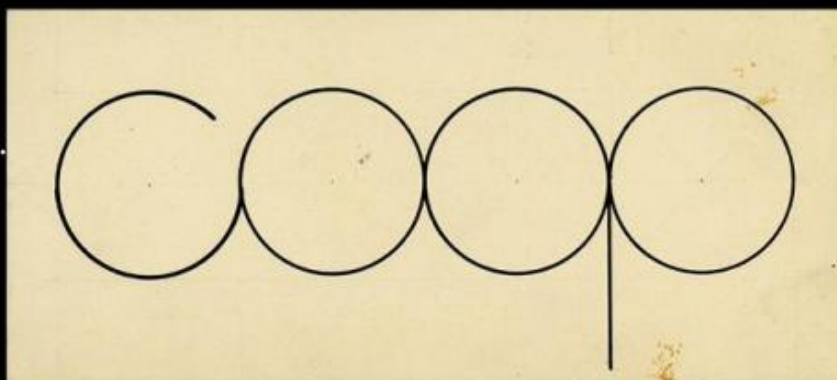
Venendo alla storia italiana, Albe Steiner è il grande maestro della grafica italiana a cui la Coop affida la comunicazione negli anni sessanta.



nei primi schizzi di Steiner è evidente la volontà di usare le lettere com elementi di coesione cooperativa. Interessante è la sua annotazione del logotipo svizzero, l'idea di moltiplicare il logotipo per costruire dei pattern come elemento identificativo.



Tipograficamente è
evidente il riferimento
modernista alle
esperienze del Bauhaus.



albe steiner
1962

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

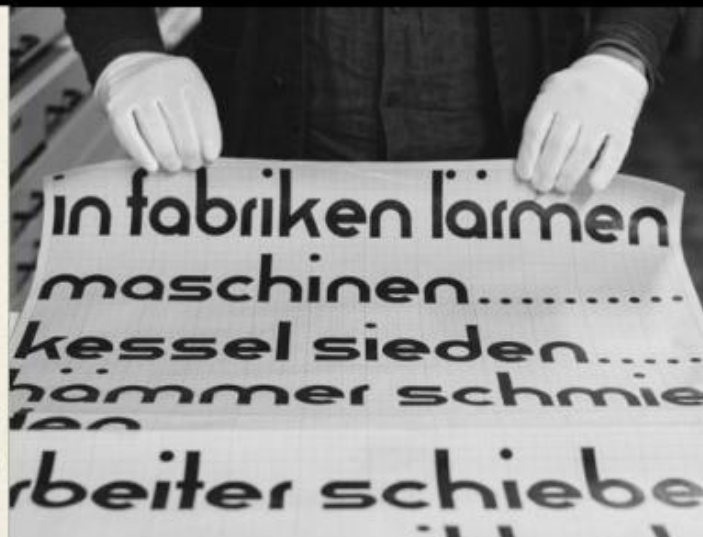


HERBERT BAYER: Abb. 1. Alphabet
„a“ und „k“ sind noch als
unfertig zu betrachten

Beispiel eines Zeichens
in größerem Maßstab
Präzise optische Wirkung

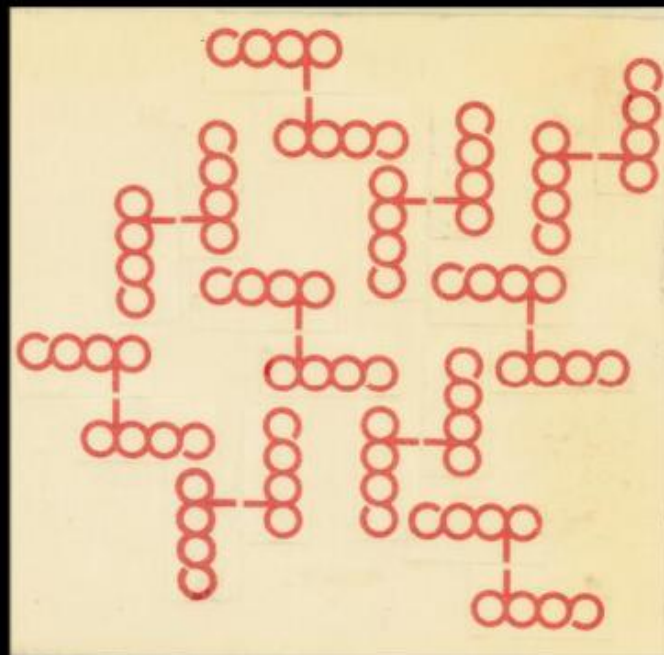
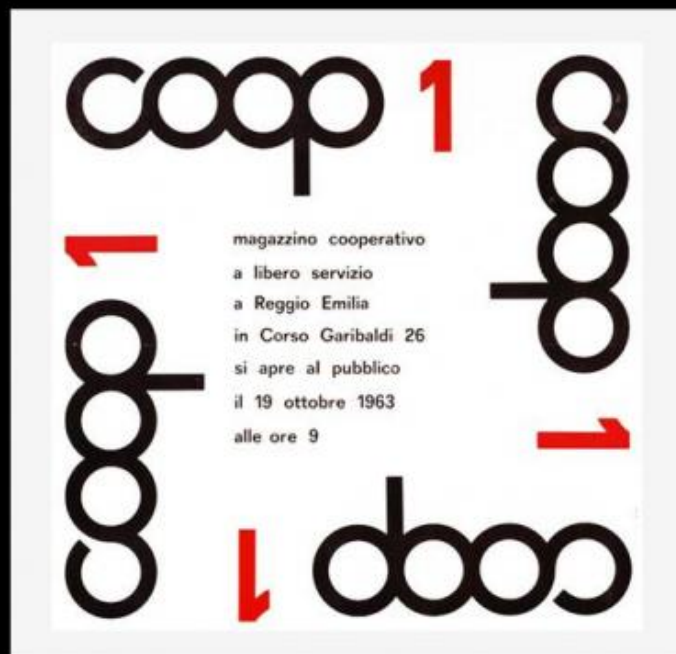
sturm blond

Abb. 2. Anwendung



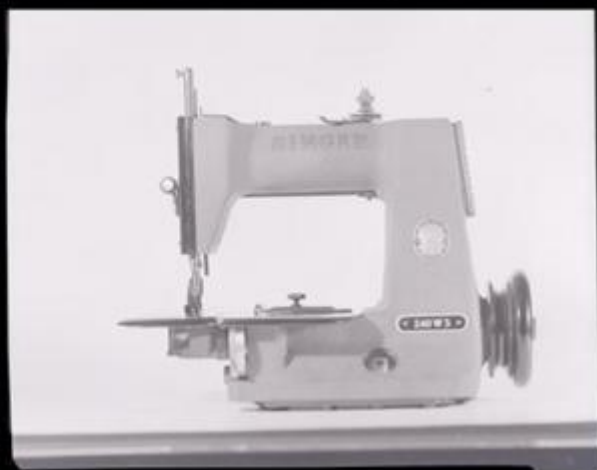
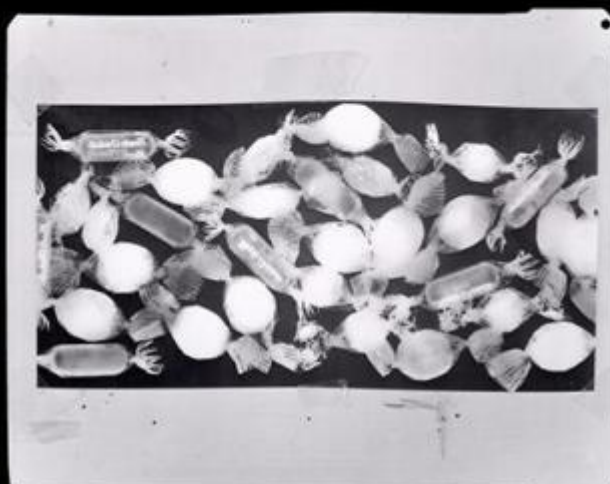
herbert bayer
universal alphabet, 1925

Il manifesto per annunciare l'apertura del primo magazzino Coop a Reggio Emilia ha un formato quadrato estremamente inusuale ma altrettanto efficace che rende ancora più forte l'idea di insieme di soggetti uguali



albe lica steiner
1963

Ed è geniale l'idea di segnaletica interna alla Coop 1 fatta con fotografie realizzate in collaborazione con Paolo Monti: un progetto nato dopo approfondite considerazioni sulla natura sociale degli abitanti delle zone limitrofe, ancora in gran misura analfabeti.



paolo monti, albe steiner
1963



paolo monti, albe steiner
1963

Vent'anni più tardi, dopo il boom economico e la crescita culturale e di consumi, viene chiamato un altro grande maestro, Bob Noorda, a ridisegnare il logotipo e i punti vendita.

Noorda proviene da una cultura funzionalista e da esperienze come le complesse e riuscitissime segnaletiche delle metropolitane milanese, di New York e San Paolo.

I risultati nelle Coop e Ipercoop sono evidentemente legati a quei concetti di flussi veloci.

SAN BABILA



new york subway 1966-70

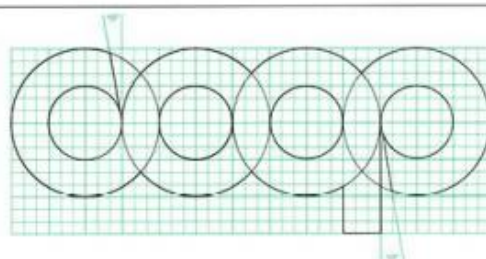


Versione della combinazione con la ragione
sociale delle cooperative riprodotta in negativo
in una fascia nera.

In questa versione della combinazione, la ragione
sociale delle cooperative, composta in Futura
Demi Bold, è riprodotta in bianco su una fascia
orizzontale di colore nero.
I valori e i rapporti che definiscono l'aspetto formale
della combinazione sono espressi graficamente
nella costruzione riprodotta nella tavola 4/82.
È importante notare che il carattere Futura Demi
Bold, utilizzato per la composizione delle ragioni
sociali è stato modificato in modo tale che le lettere
avanzanti non superino, in altezza, le lettere
ritraenti (tavola 3/105).
La combinazione è usata, in tutti i casi in cui è
prevista, con il logotipo "COOP" riprodotta in rosso
(tavola 3/101).
L'uso di questa versione della combinazione è
esattamente indicato nei capitoli seguenti.



Costruzione



L'introduzione di scale cromatiche per identificare dall'esterno i punti vendita e all'interno i vari reparti contraddistingue questo esemplare progetto di Noorda.





RAL 7009
Muri, pilastri, eccetera



Verde



C1
Pulizia casa
Detersivi
Profumeria



C2
Surgelati
Gelati



C3
Prodotti
non alimentari



C4
Cioccolato
Caramelle
Caffè
Tè



C5
Aperitivi
Liquori



C6
Prodotti da forno
Dolci
Pane



C7
Pasta
Riso
Farina



C8
Olio
Aceto
Conserve
Carne in scatola
Pesce in scatola



C9. RAL 9006
Carne fresche



coop_70

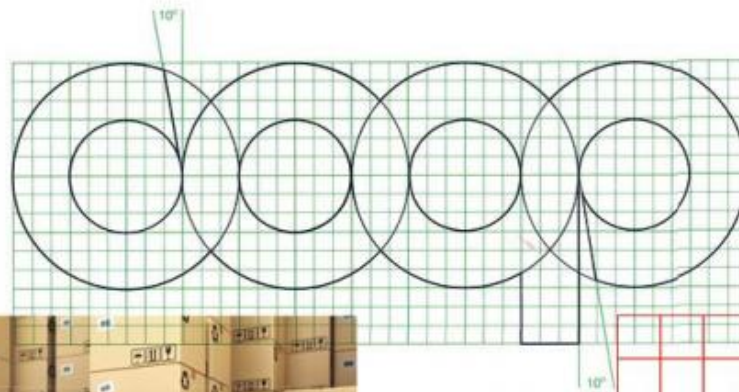
usare le parole

**il progetto
per la comunicazione
della mostra coop_70**

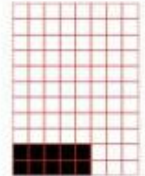
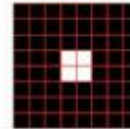
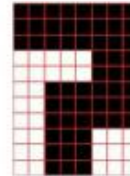
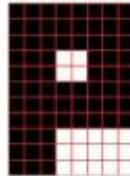
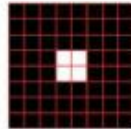
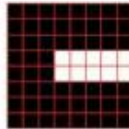
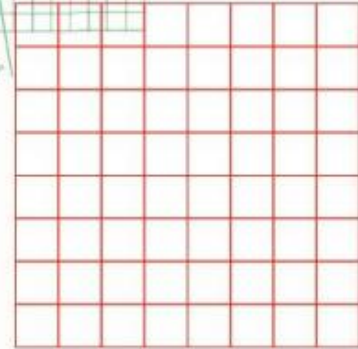
coop_70

**l'identità di una mostra sulla
coop, non l'identità coop
o dei suoi prodotti.**

- a.** “scrivere” coop_70: un logotipo di mostra, che convivesse senza interferire con il logo Coop;
- b.** evitare l'illustrazione e la fotografia, linguaggi usati per la pubblicità e i prodotti a marchio Coop



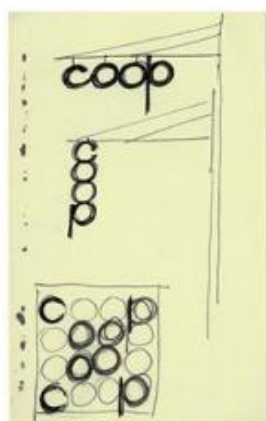
la griglia del logotipo di Bob Noorda



coop.
70
coop_70

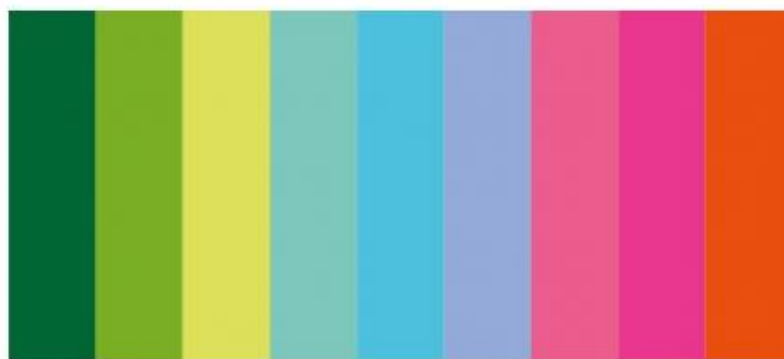
co
op.
70

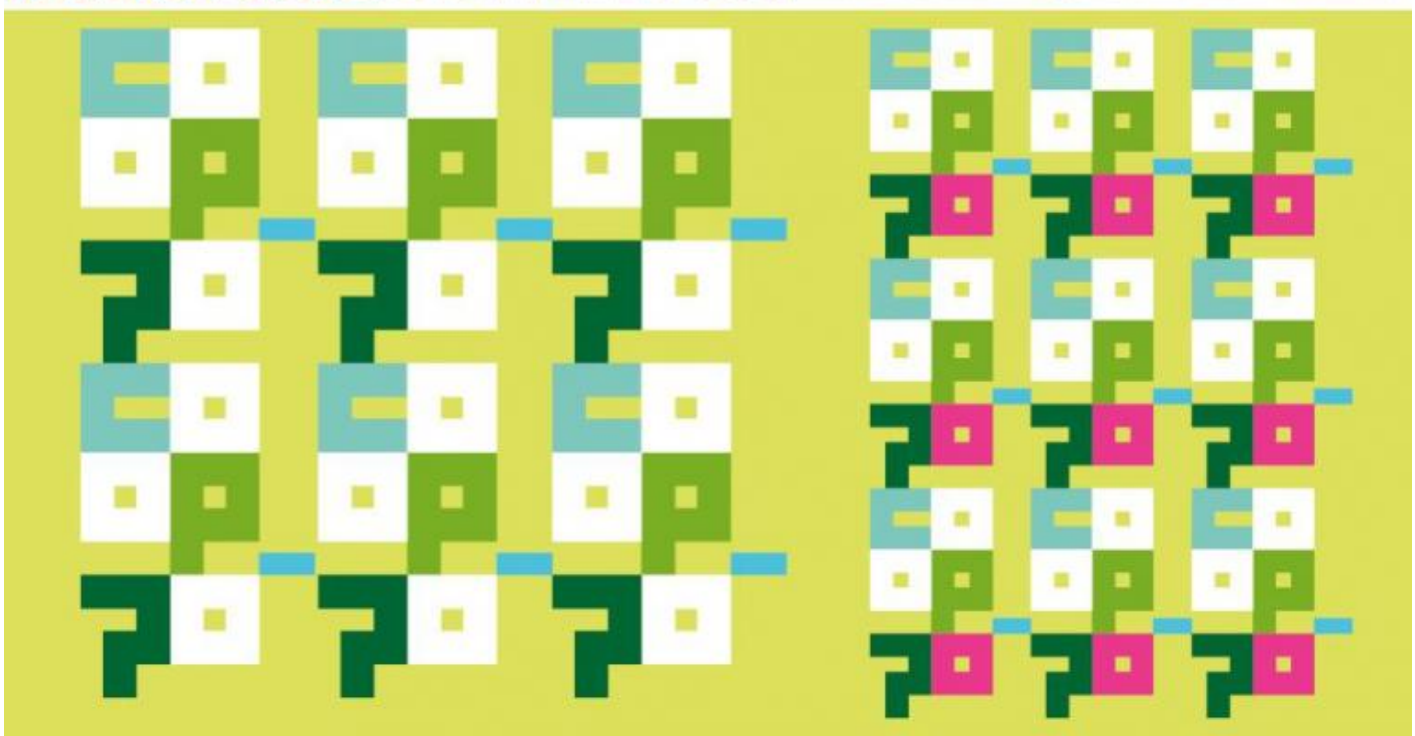
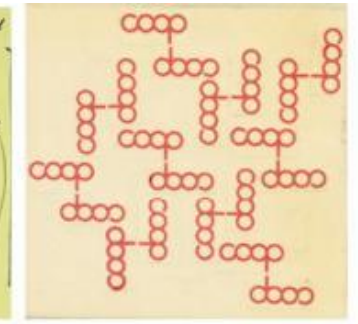
co
op_70

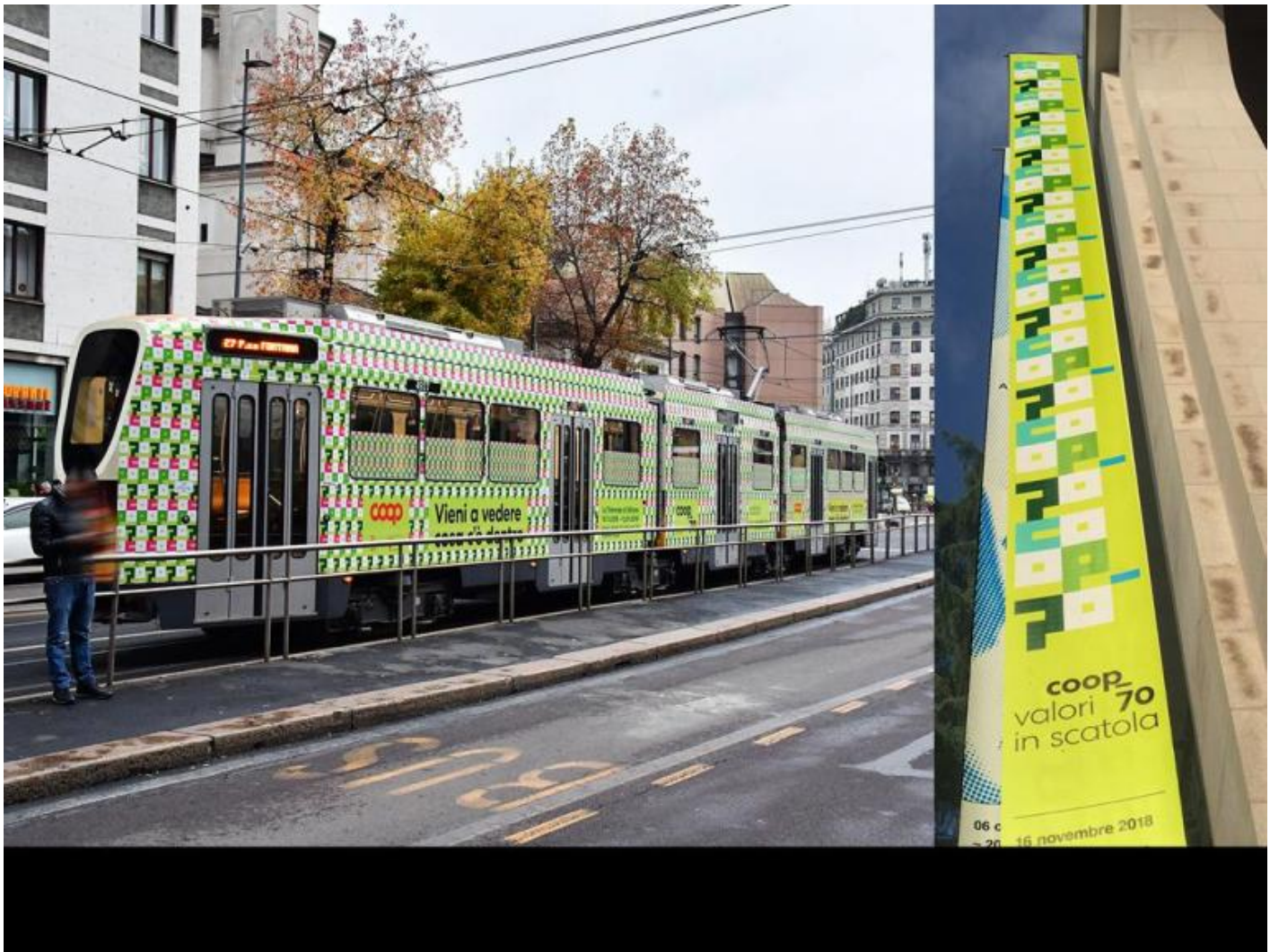




la scala cromatica
di Bob Noorda







coop_70

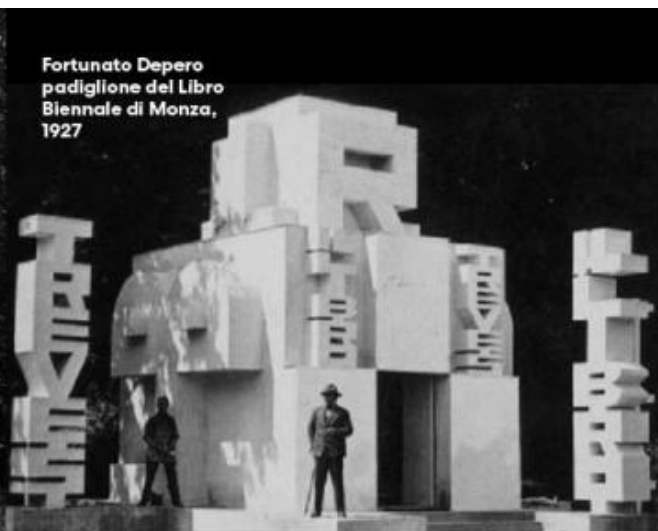
mostrare un'idea

il progetto
per alcune parti dell'allestimento
della mostra *coop_70*

riferimenti di esposizioni in cui è mostrato un concetto attraverso l'uso delle parole



Fortunato Depero
padiglione del Libro
Biennale di Monza,
1927

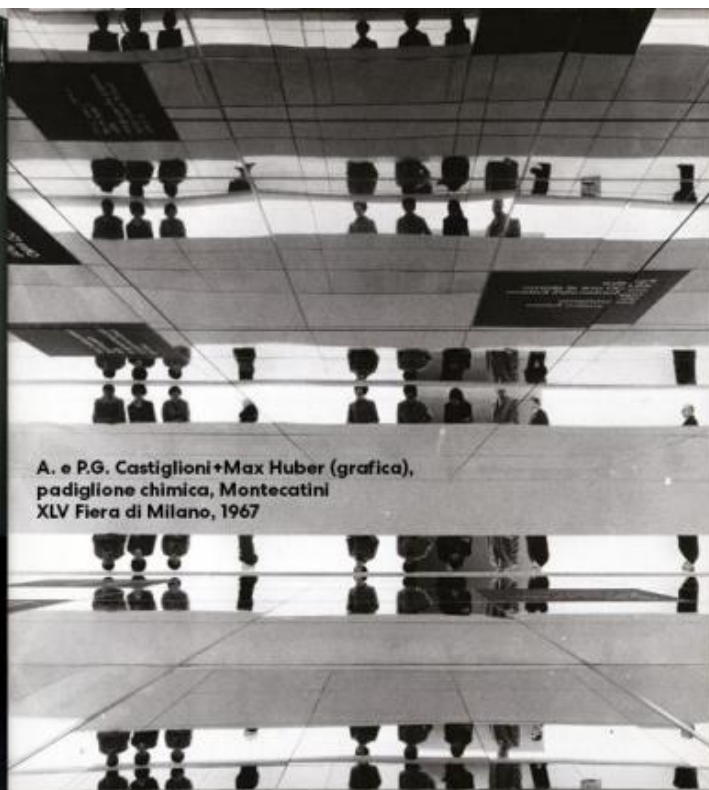


BBPR
Mostra dell'abitazione,
sala della Coerenza
VI Triennale di Milano 1936





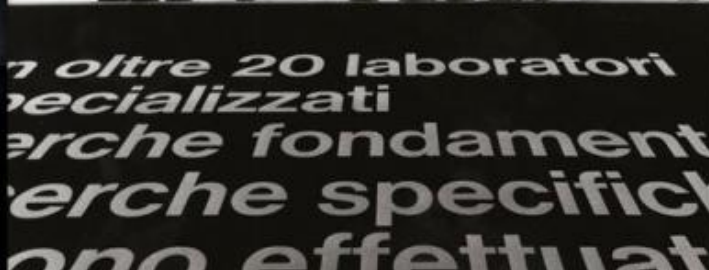
A. e P.G. Castiglioni+ Enzo Mari (grafica)
padiglione RAI
XLIII Fiera di Milano, 1965



A. e P.G. Castiglioni+Max Huber (grafica),
padiglione chimica, Montecatini
XLV Fiera di Milano, 1967



A. e P.G. Castiglioni+ Max Huber (grafica)
padiglione vernici Montecatini
XXXVII Fiera di Milano, 1959



l'identità visiva della coop

non un'esposizione "museale" ma la gestione di due pareti affiancate come se fossero una tavola di appunti visivi: le immagini sono pannelli mobili appoggiati a delle mensole. Dal mero confronto visivo è evidente l'uso delle immagini in bianco e nero e della tipografia modernista di Steiner rispetto all'uso dell'astrazione cromatica nel progetto di Noorda.



**bob
noorda**



**albe
steiner**



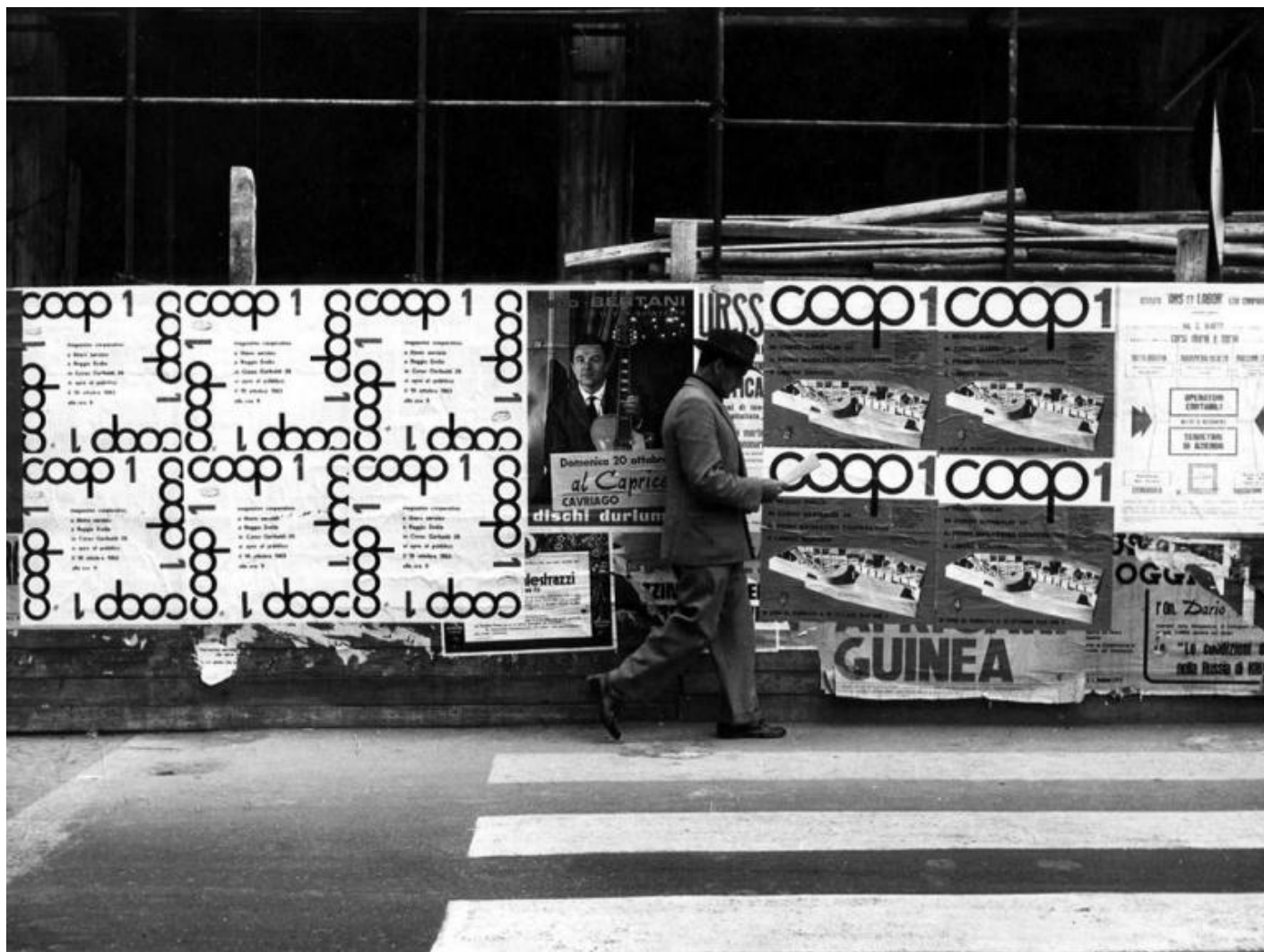


le parole della coop



Si può raccontare la storia della Coop e della società italiana anche attraverso gli slogan promozionali e i titoli dei convegni sulla cooperazione. Abbiamo immaginato una grande parete che accompagnasse una passeggiata urbana di settant'anni.









Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)

fine.