

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 sono 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



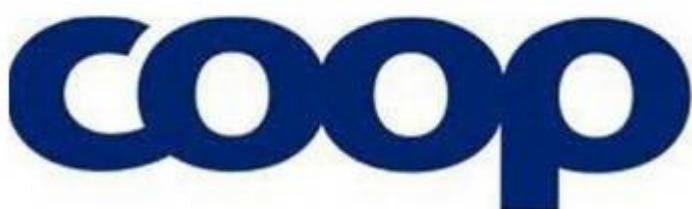
E l'idea delle lettere-anello è evidentemente esplicitato in questo manifesto della Coop svizzera che diventa esso stesso parte di una catena: e sempre alla base della traduzione visiva di una cooperativa c'è il concetto dell'unione di singoli che assieme diventano più forti e solidali.



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.



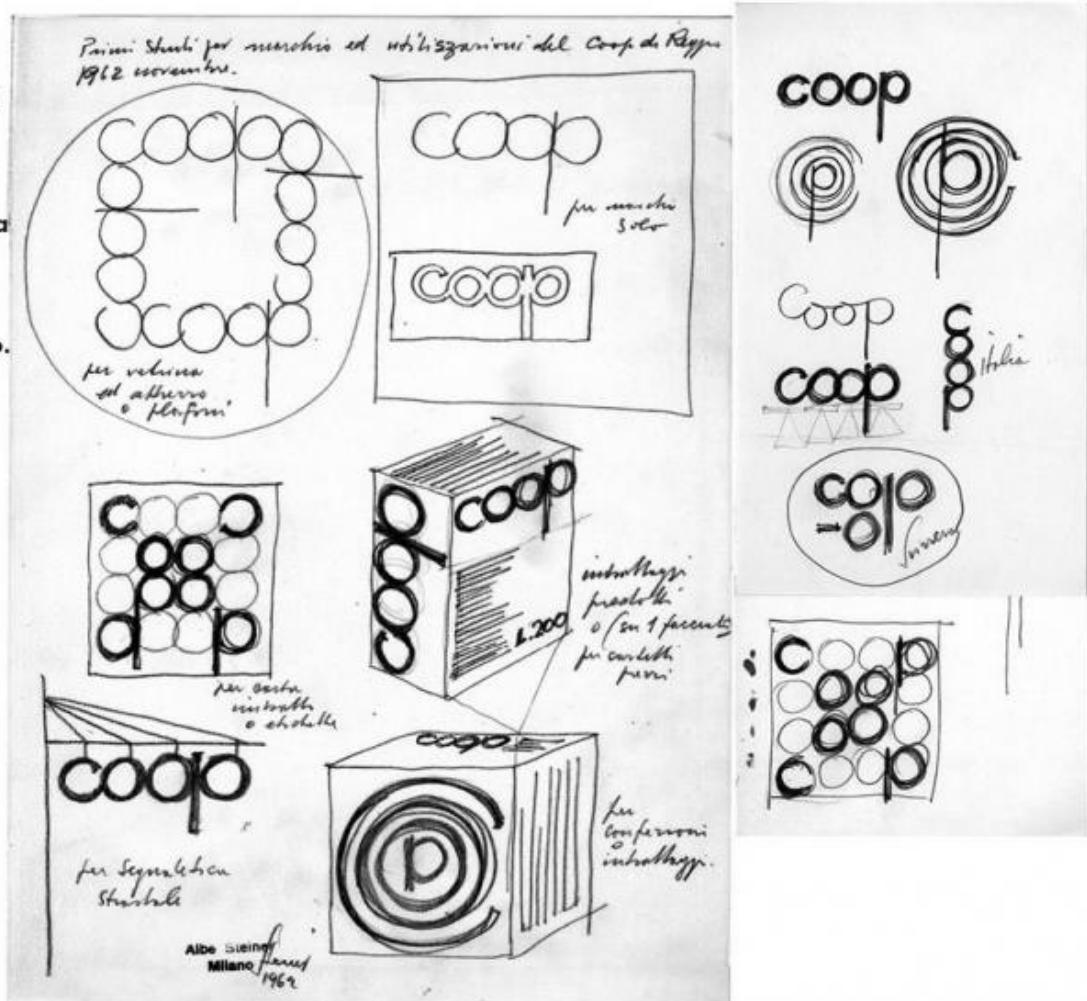
1960



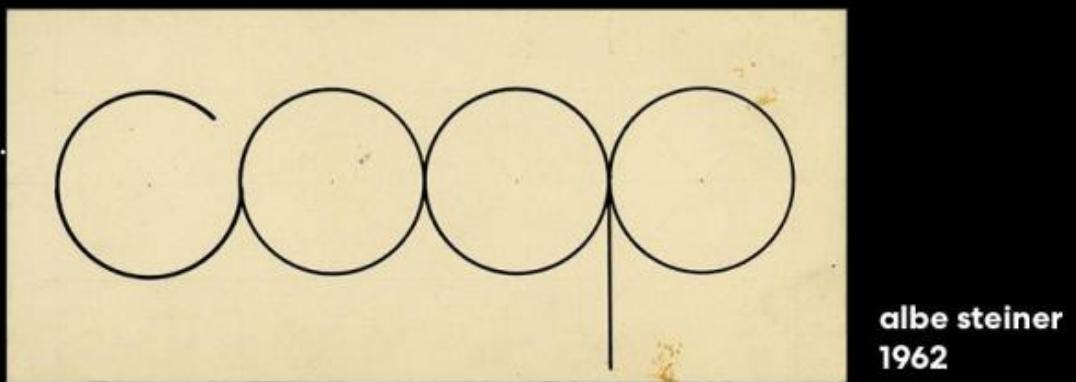
Venendo alla storia
italiana, Albe Steiner è
il grande maestro della
grafica italiana a cui la
Coop affida la
comunicazione negli
anni sessanta.



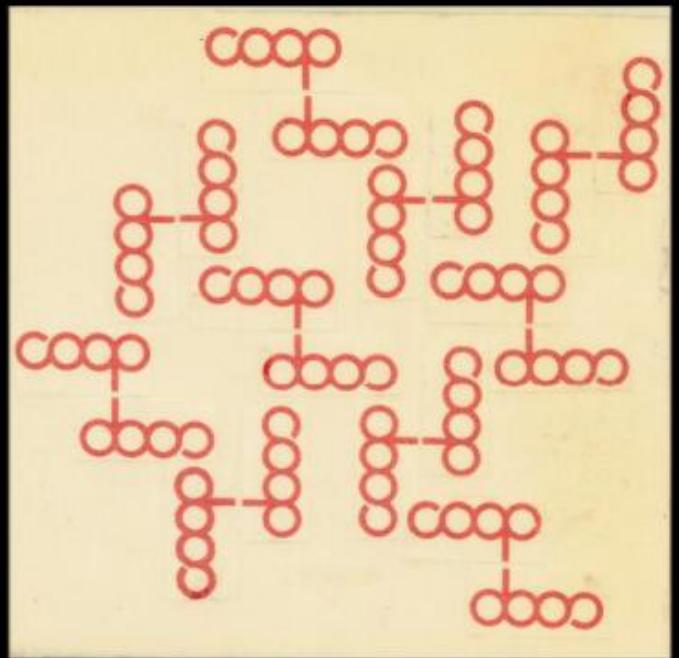
nei primi schizzi di Steiner è evidente la volontà di usare le lettere come elementi di coesione cooperativa. Interessante è la sua annotazione del logotipo svizzero, l'idea di moltiplicare il logotipo per costruire dei pattern come elemento identificativo.



Tipograficamente è evidente il riferimento modernista alle esperienze del Bauhaus.

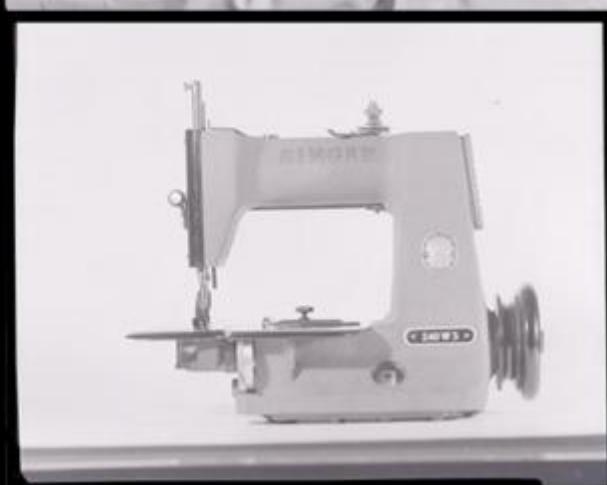


Il manifesto per annunciare l'apertura del primo magazzino Coop a Reggio Emilia ha un formato quadrato estremamente inusuale ma altrettanto efficace che rende ancora più forte l'idea di insieme di soggetti uguali



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



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 milanesi, di New York e San Paolo.

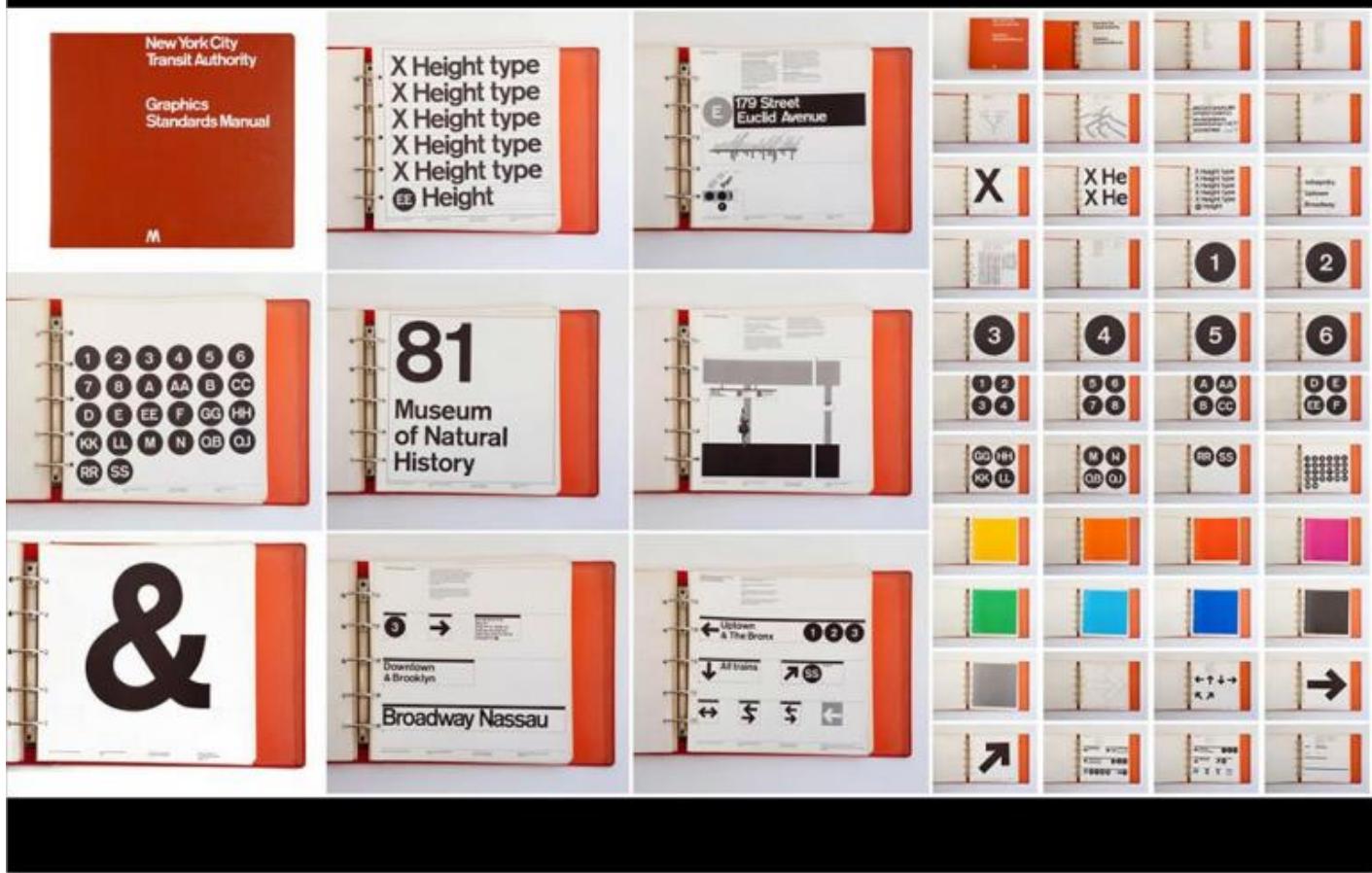
I risultati nelle Coop e Ipercoop sono evidentemente legati a quei concetti di flussi veloci.

SAN BABILA

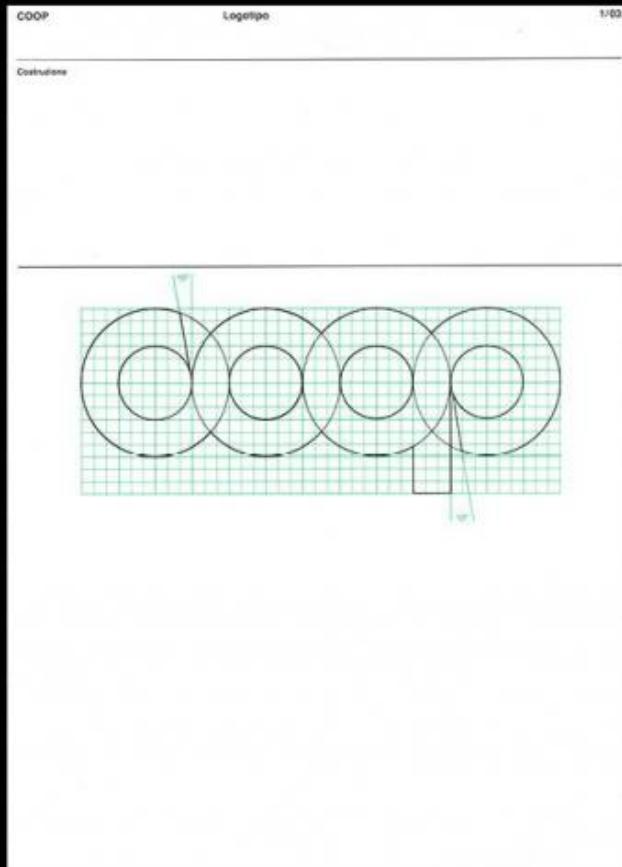
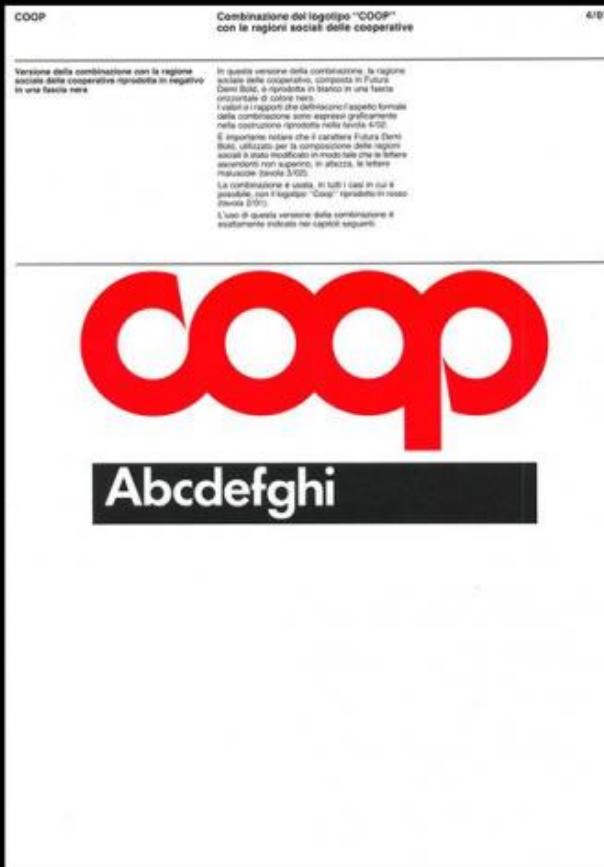


new york subway

1966-70

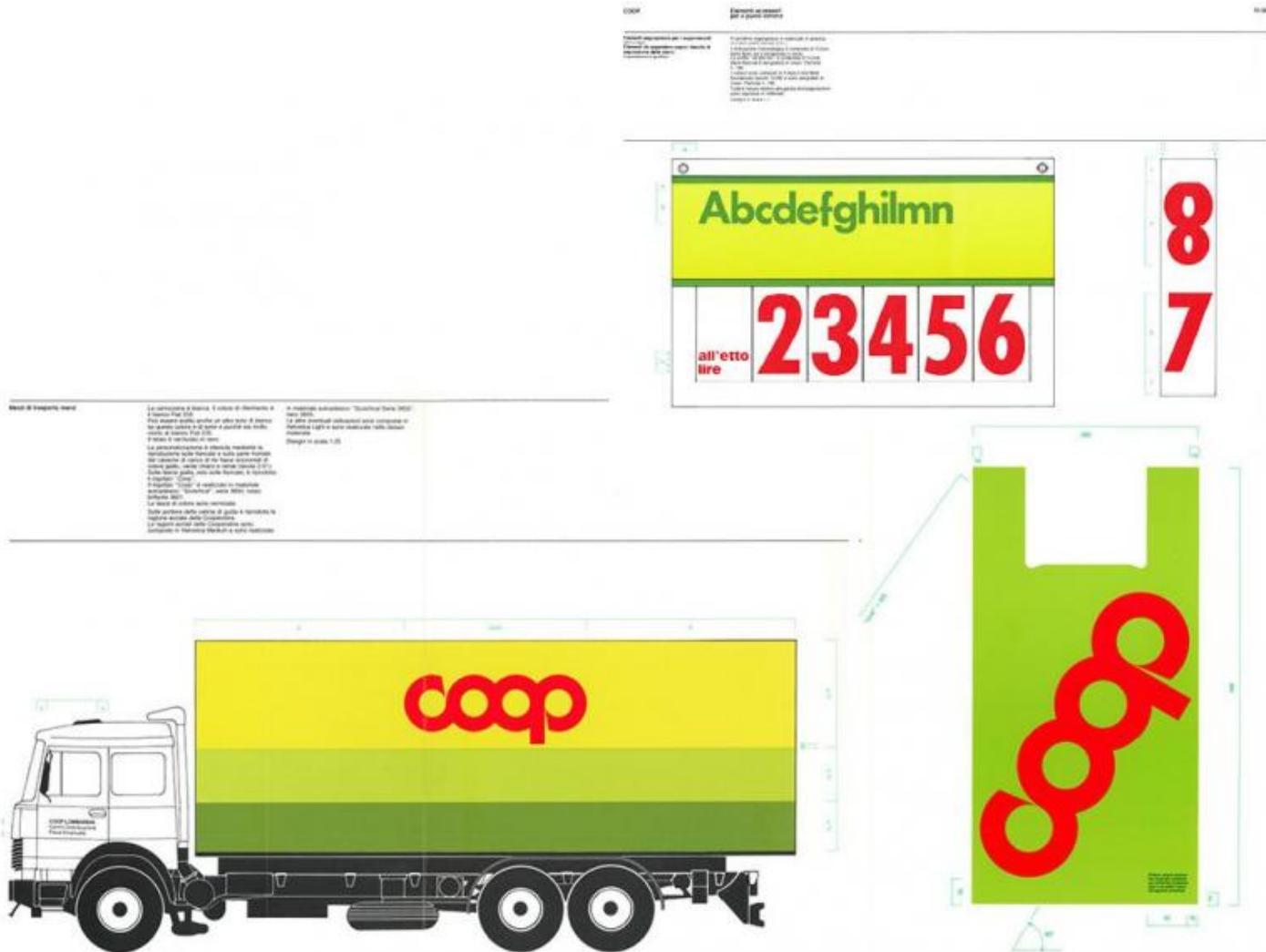


1985



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
Te



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
Carni fresche



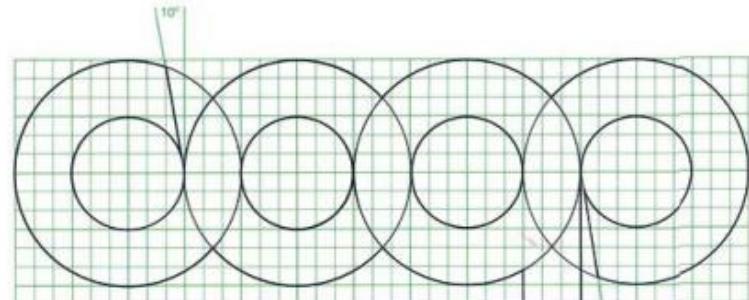
coop_70 usare le parole

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

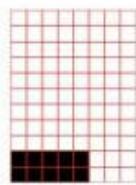
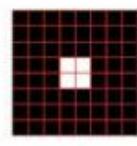
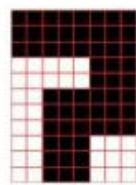
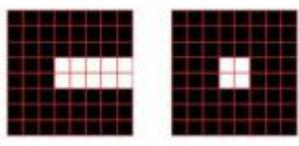
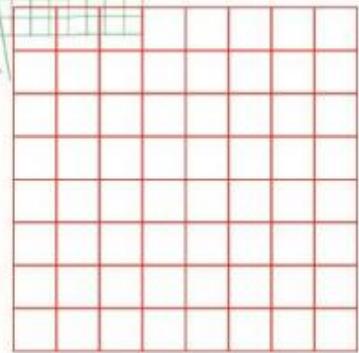
coop_70

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**



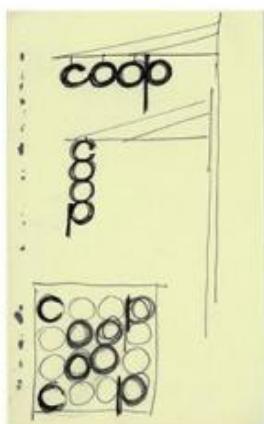
la griglia del logotipo
di Bob Noorda



coop.
coop.
coop.
coop.

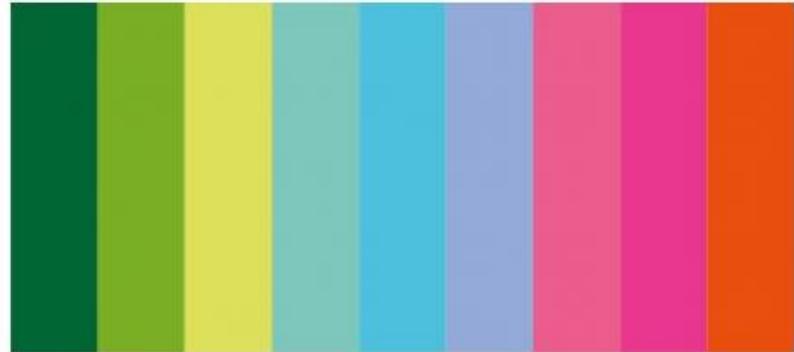
coop.
coop.
coop.

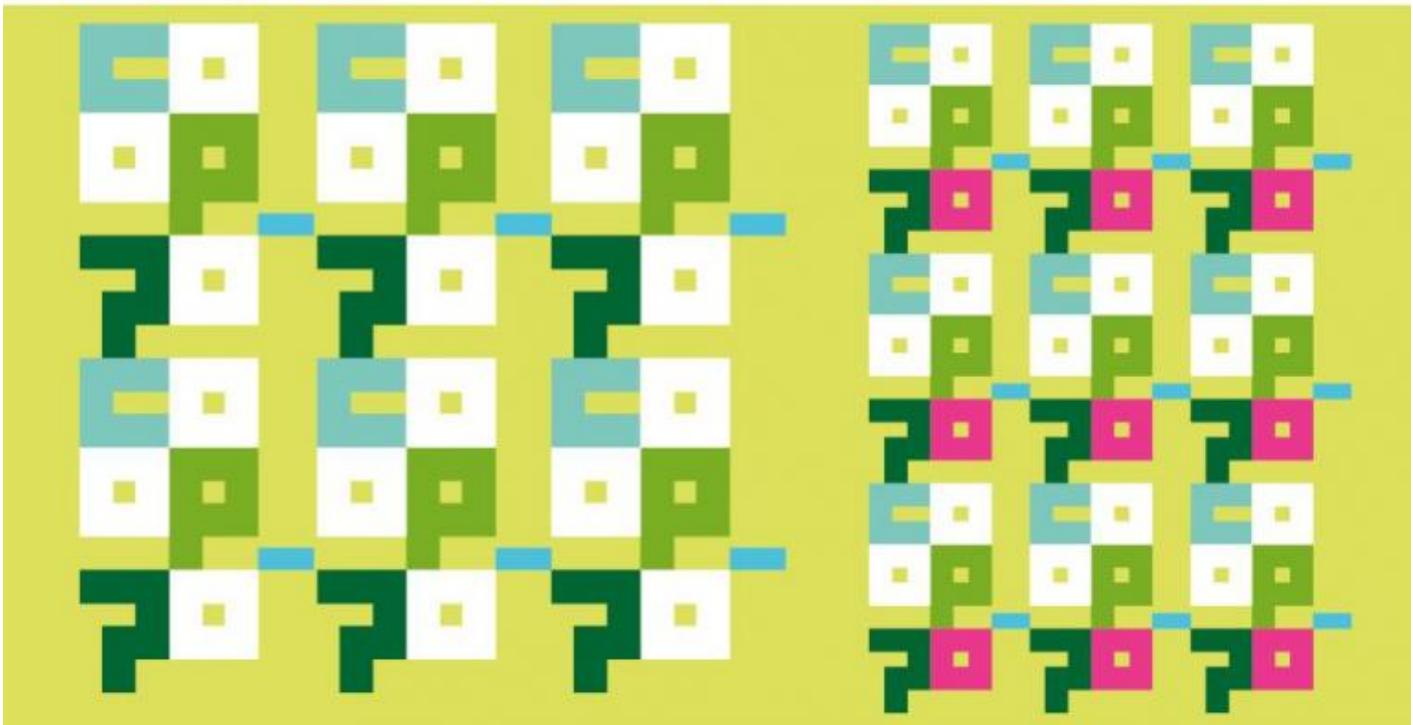
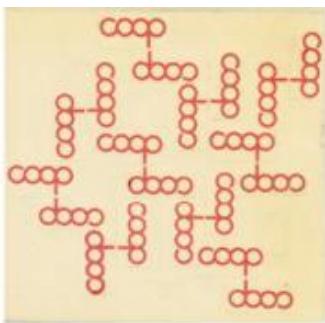
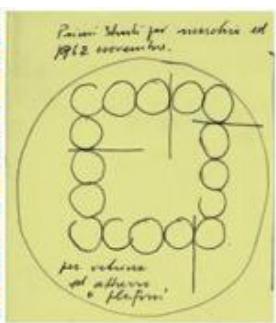
coop.
coop.
coop.

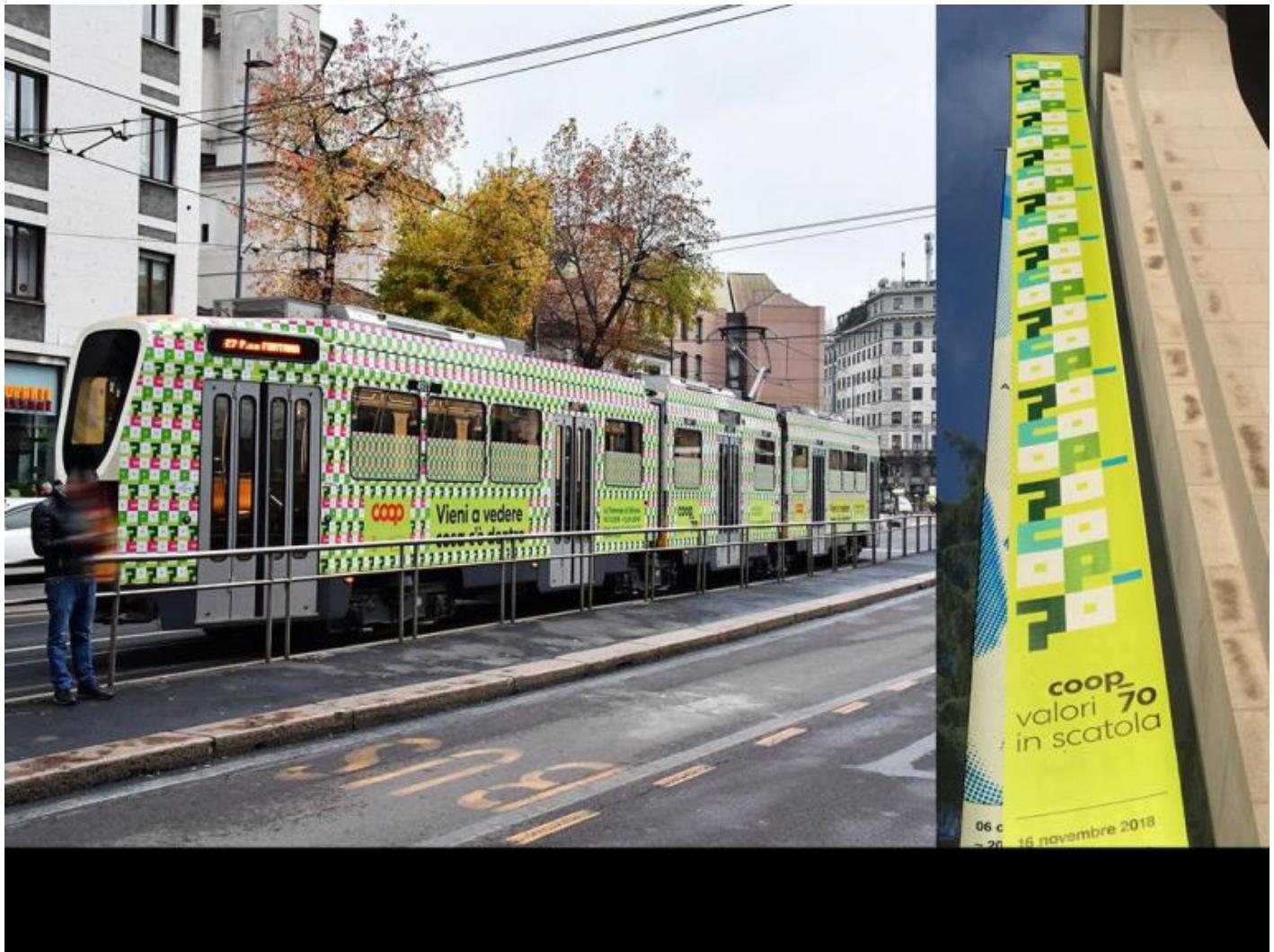




la scala cromatica
di Bob Noorda



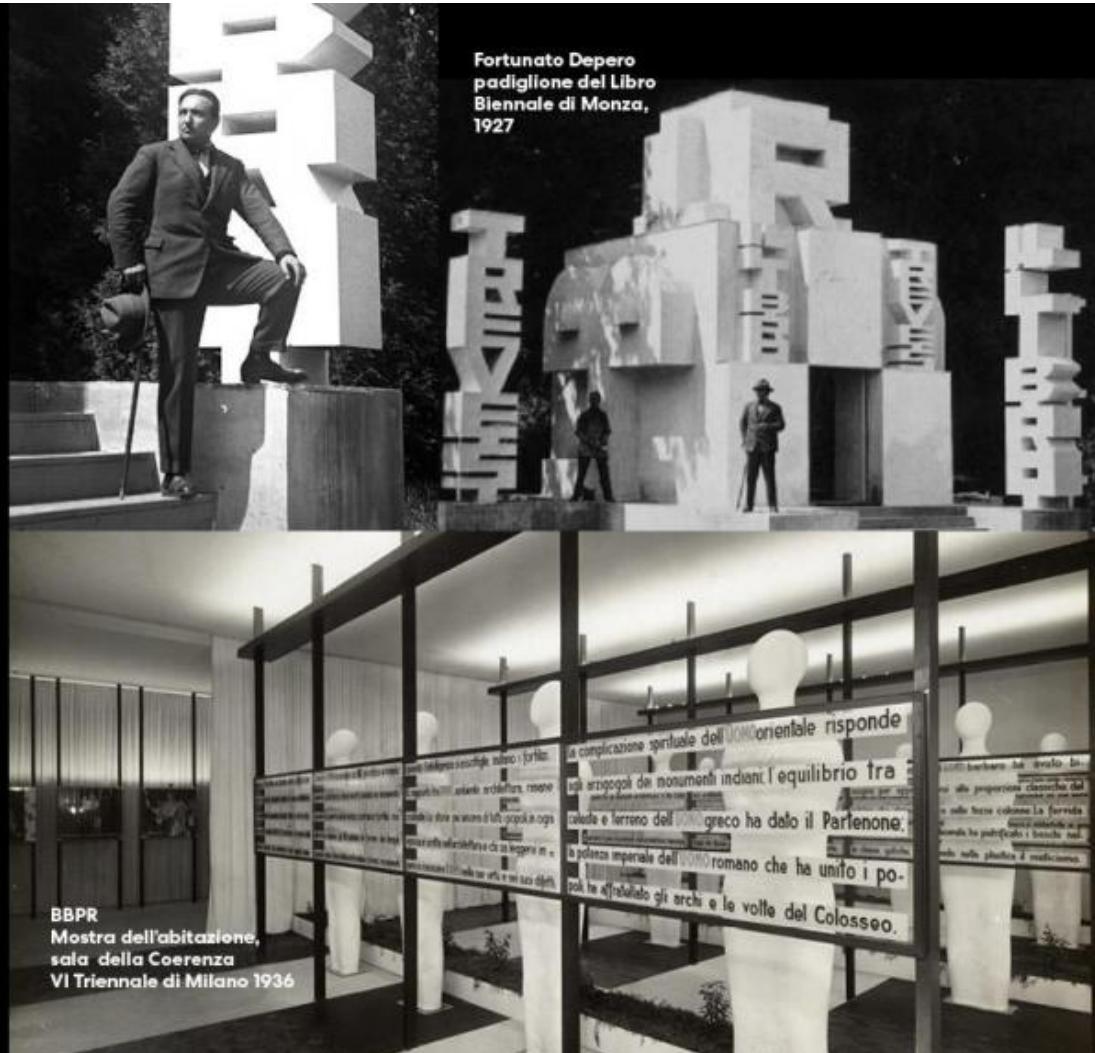




coop_70 **mostrare un'idea**

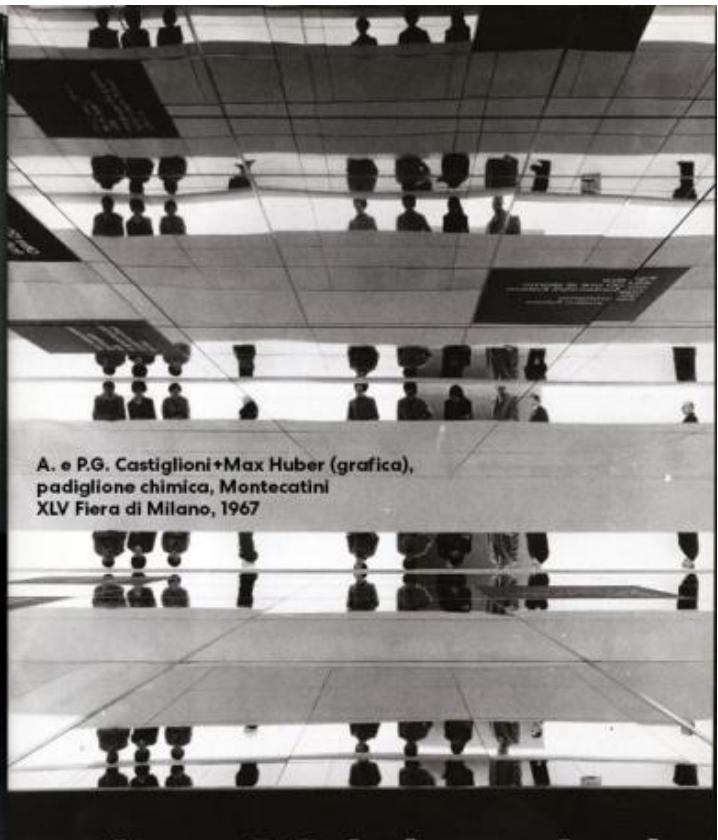
**il progetto
per alcune parti dell'allestimento
della mostra coop_70**

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





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



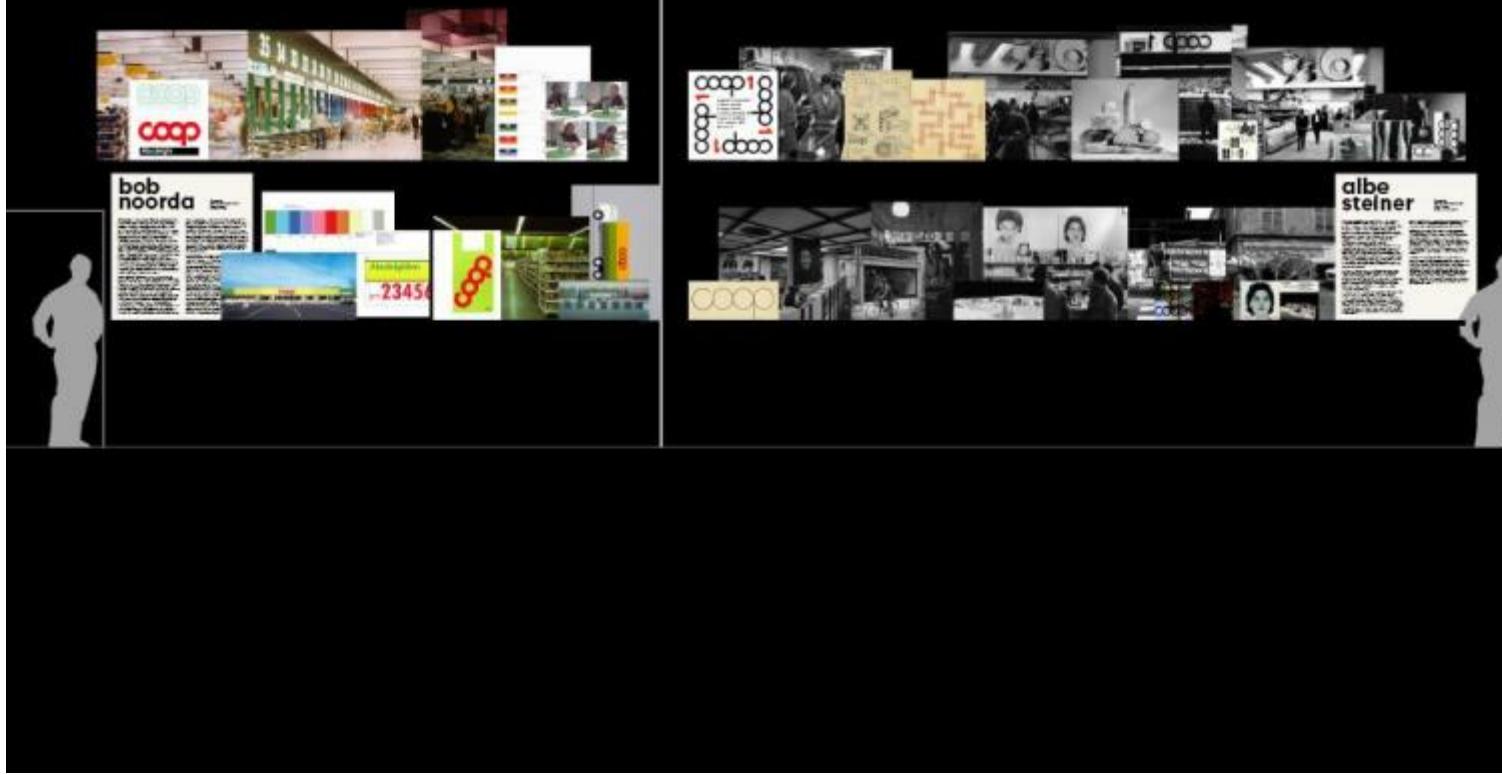
A. e P.G. Castiglioni + Max Huber (grafica)
padiglione vernici Montecatini
XXXVII Fiera di Milano, 1959

*In oltre 20 laboratori
specializzati
cerche fondamentali
cerche specifiche
sono effettuate*

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.



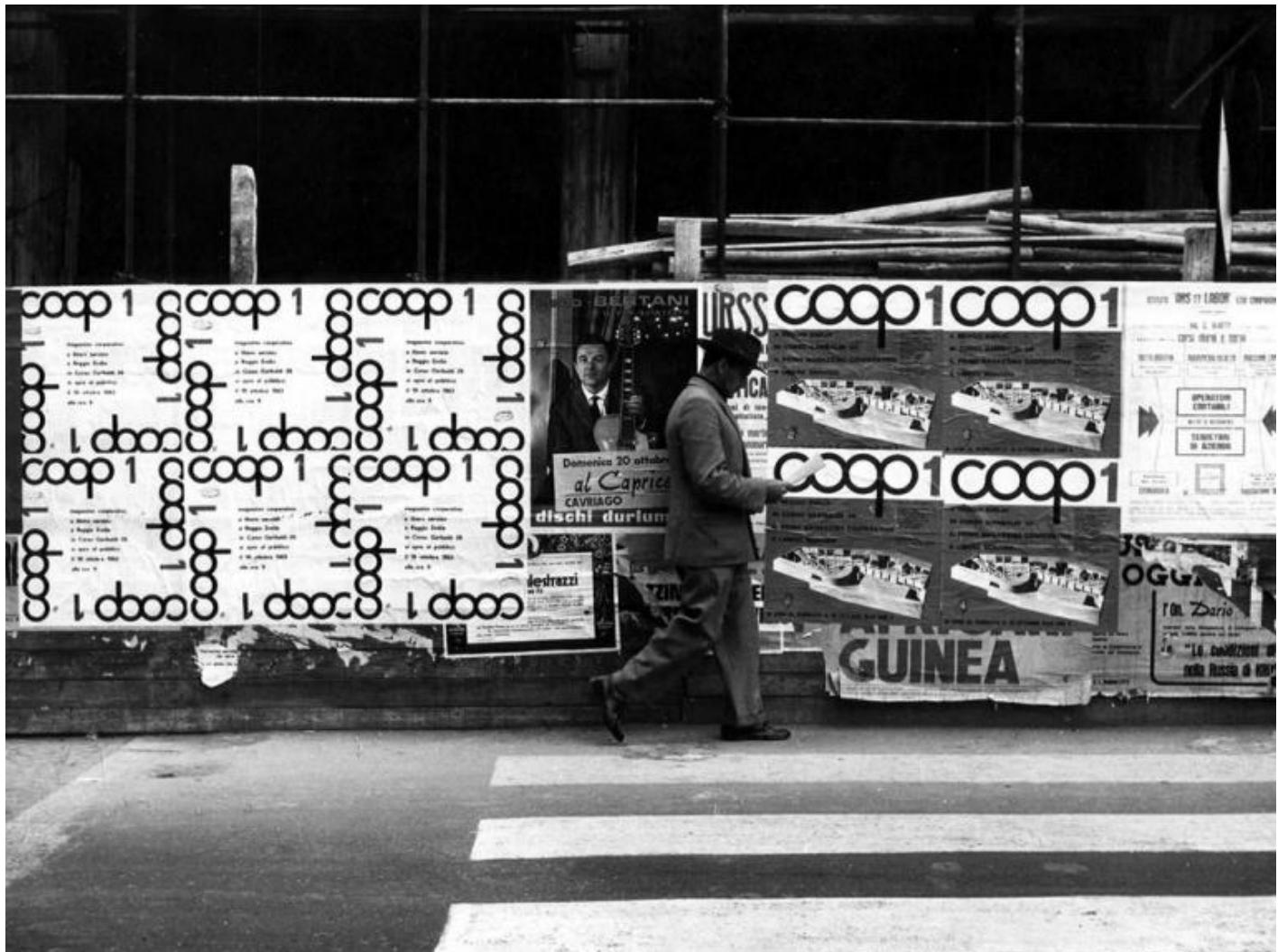




le parole della coop

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.







**coop.
questa
sì che
è vita**

disarmiamo
i pesticidi

cosa ti aspetti
da ridicole
creature che
venerano il
profitto facile,
hanno pessimi
programmi tv
e fanno
a botte per
un parcheggio

in quel
macinato
sento
vibrare
tutta
la nostra
crisi
esistenziale



**prodotti
con
amore**

c'è uno strappo
nel cielo,
fermiamolo

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.