

# 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

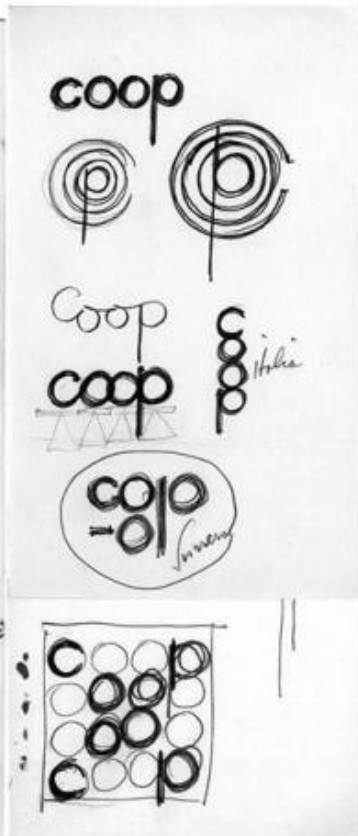
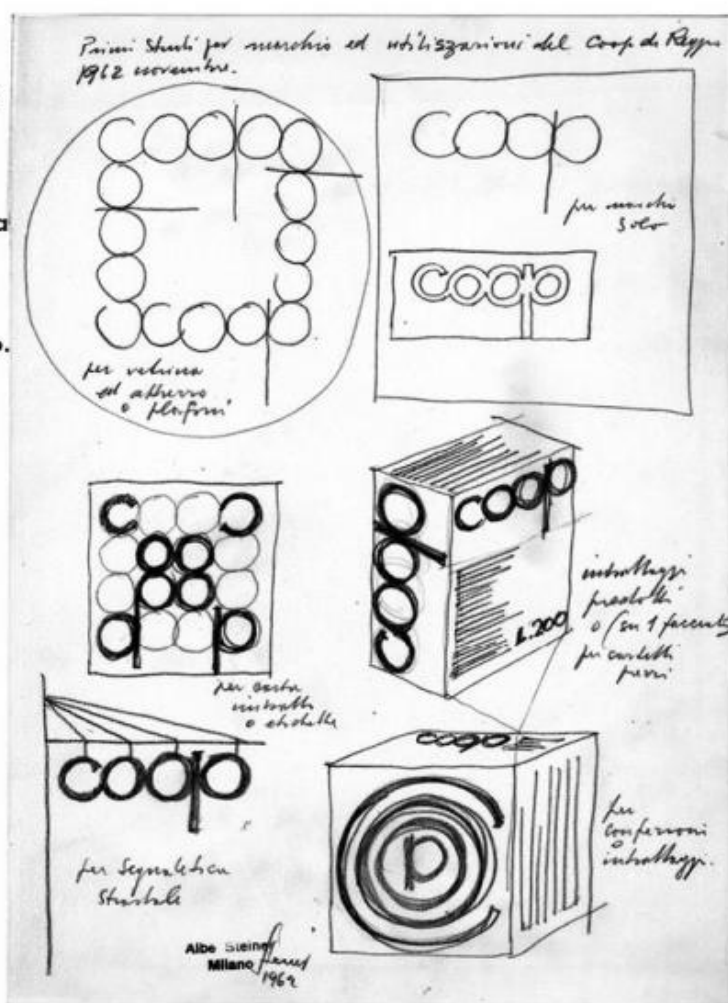




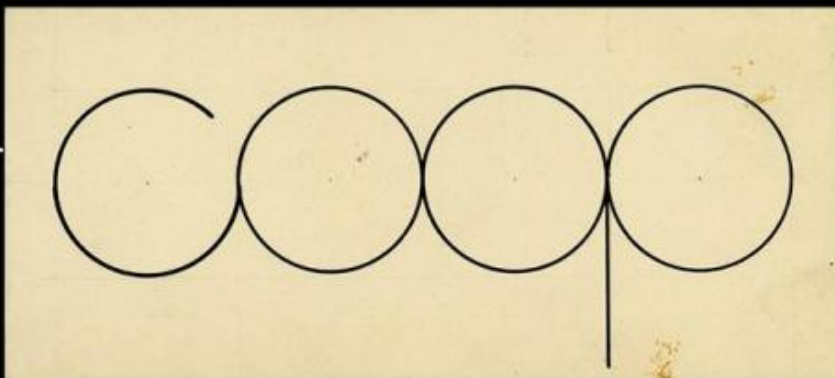
Venendo alla storia italiana, Albe Steiner è il grande maestro della grafica italiana a cui la Coop affida la comunicazione negli anni sessanta.



nei primi schizzi di Steiner è evidente la volontà di usare le lettere con 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

abcde fghi  
jklmno pqr  
stuvwxyz



HERBERT BAYER: Abb. 1. Alphabet  
„g“ 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

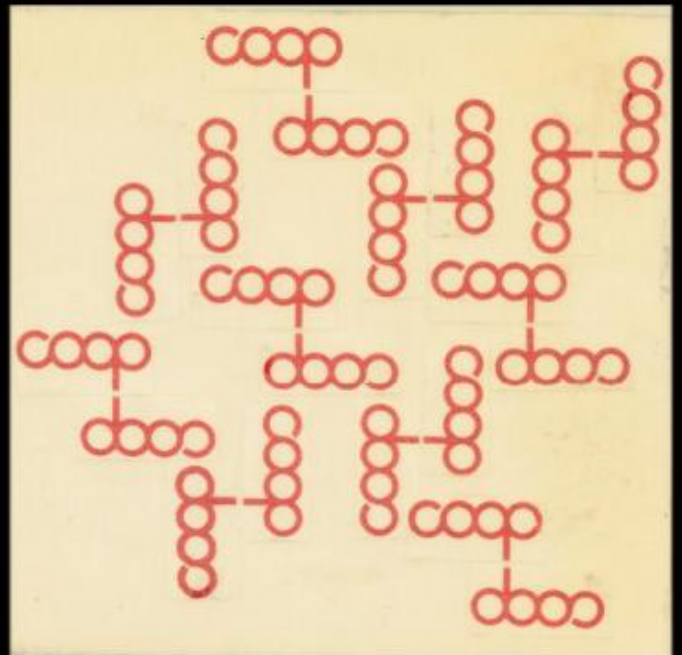
Il manifesto per annunciare l'apertura del primo magazzino Coop a Reggio Emilia ha un formato quadrato estremamente inusuale ma altrettanto efficace che rende ancora più forte l'idea di insieme di soggetti uguali



coop 1

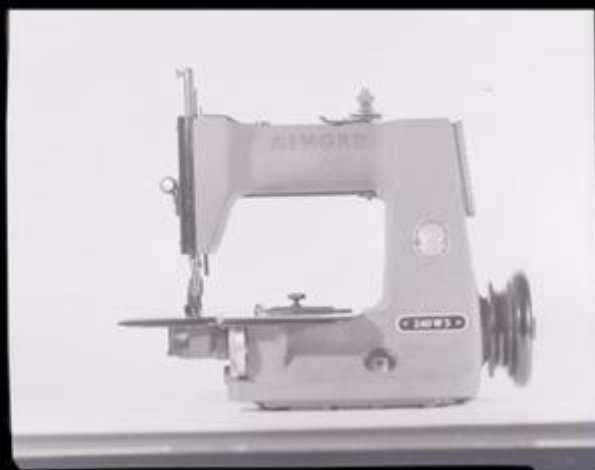
magazzino cooperativo  
a libero servizio  
a Reggio Emilia  
in Corso Garibaldi 26  
si apre al pubblico  
il 19 ottobre 1963  
alle ore 9

coop



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 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



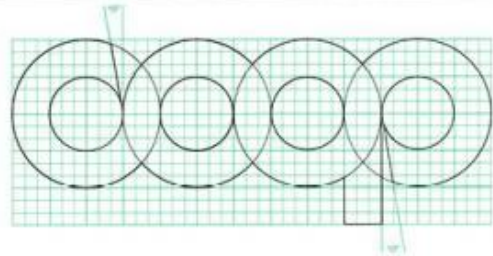


Versione della combinazione con la ragione sociale delle cooperative riprodotta in negativo in una fascia nera.

In questa versione della combinazione, la ragione sociale delle cooperative, composto in Futura Demi Bold, è riprodotta in bianco in 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 ascendenti non si sporgono, in altezza, le lettere discendenti (avvicina 3/82).  
La combinazione è usata, in tutti i casi in cui è prevista, con il logotipo "COOP" riprodotta in rosso (tavola 2/81).  
L'uso di questa versione della combinazione è esattamente indicato nei capitoli seguenti.

Abcdefghi

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.

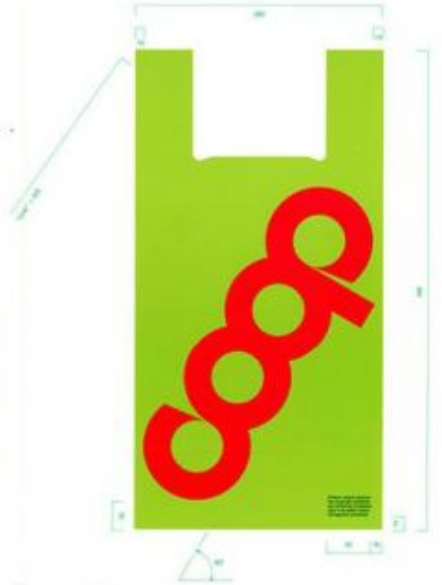


Materiali plastici per espositore  
 Espositore in polipropilene (PP) e  
 polietilene (PE) - spessore 2,0 mm  
 Colore: Verde Scuro RAL 6005  
 Dimensioni: 1000x1000x1000 mm  
 Peso: 10 kg  
 Spese di trasporto: 1000 €  
 Spese di installazione: 500 €  
 Spese di manutenzione: 50 €  
 Spese di smontaggio: 50 €  
 Spese di trasporto: 1000 €  
 Spese di installazione: 500 €  
 Spese di manutenzione: 50 €  
 Spese di smontaggio: 50 €

Modi di trasporto non

La cartoncina è bianca. È visibile il marchio di  
 il marchio Coop.  
 Può essere usato anche in altri modi. È  
 possibile usare il logo in qualsiasi modo,  
 anche in bianco. È possibile anche  
 il logo in colore.  
 La personalizzazione è possibile, rispettando le  
 dimensioni e i colori. È possibile realizzare in  
 bianco, giallo, verde scuro e verde scuro.  
 Nella parte superiore, nella parte inferiore, al  
 centro, a sinistra, a destra, in qualsiasi  
 posizione.  
 La parte di destra della cartoncina  
 deve essere visibile in ogni caso.  
 La parte di sinistra della cartoncina  
 deve essere visibile in ogni caso.

Il marchio Coop.  
 È possibile anche il logo in bianco.  
 È possibile anche il logo in colore.  
 È possibile anche il logo in bianco.





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  
Conservas  
Carne in scatola  
Pesce in scatola



C9. RAL 9006  
Carni fresche



# coop\_70

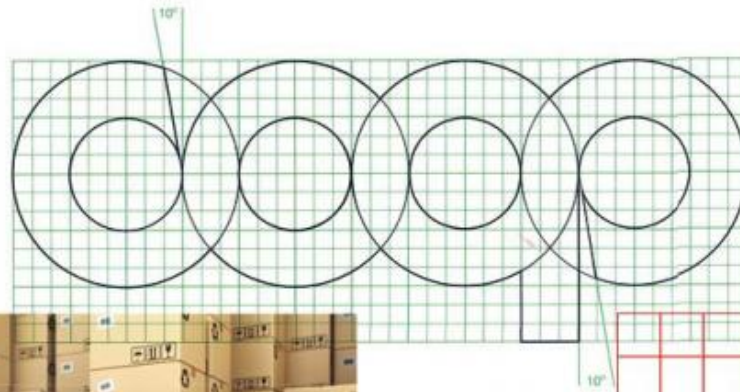
# usare le parole

il progetto  
per la comunicazione  
della mostra *coop\_70*

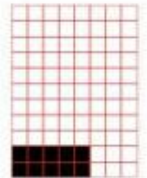
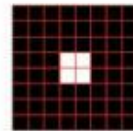
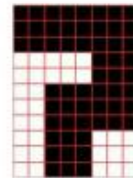
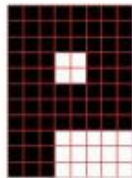
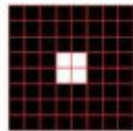
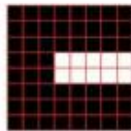
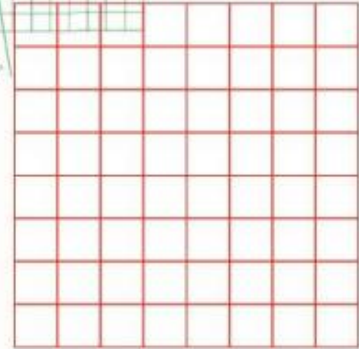
# coop\_70

**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

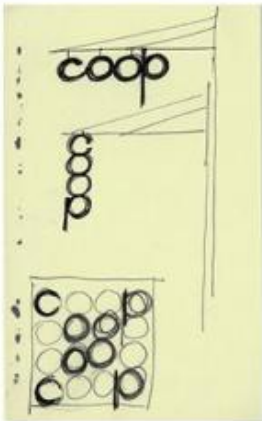




COOP.  
70  
COOP\_70

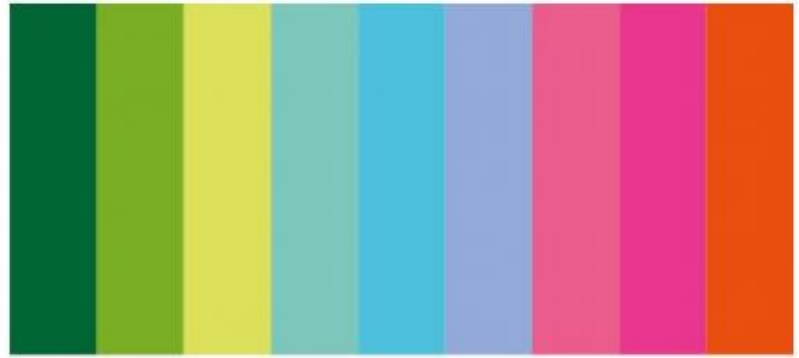
CO  
OP.  
70

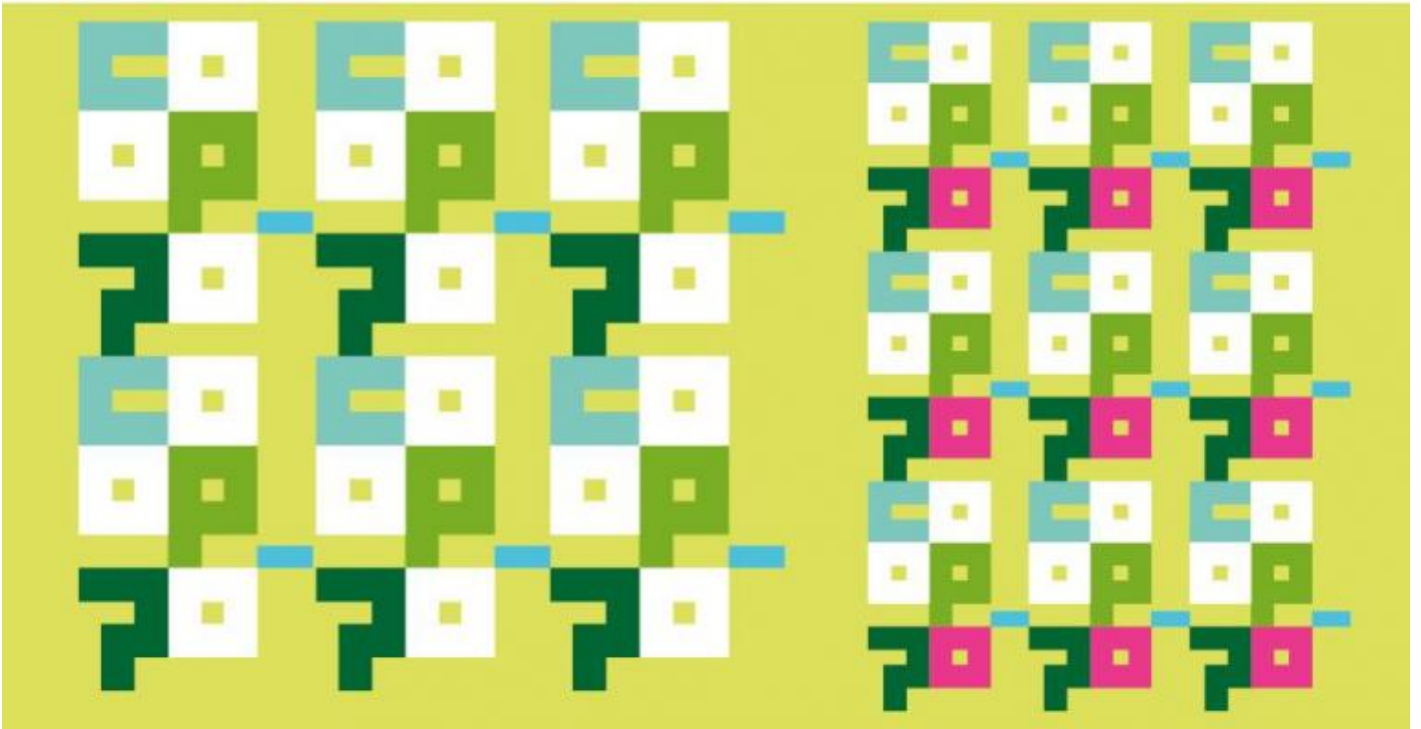
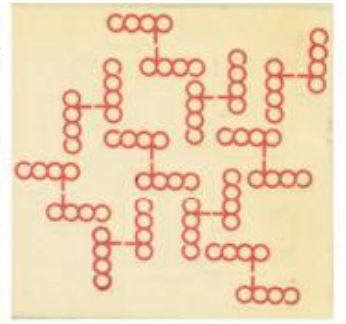
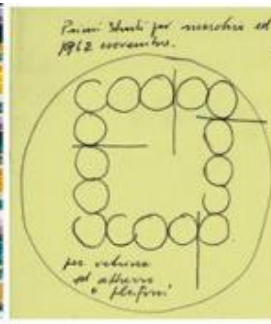
CO  
OP\_70

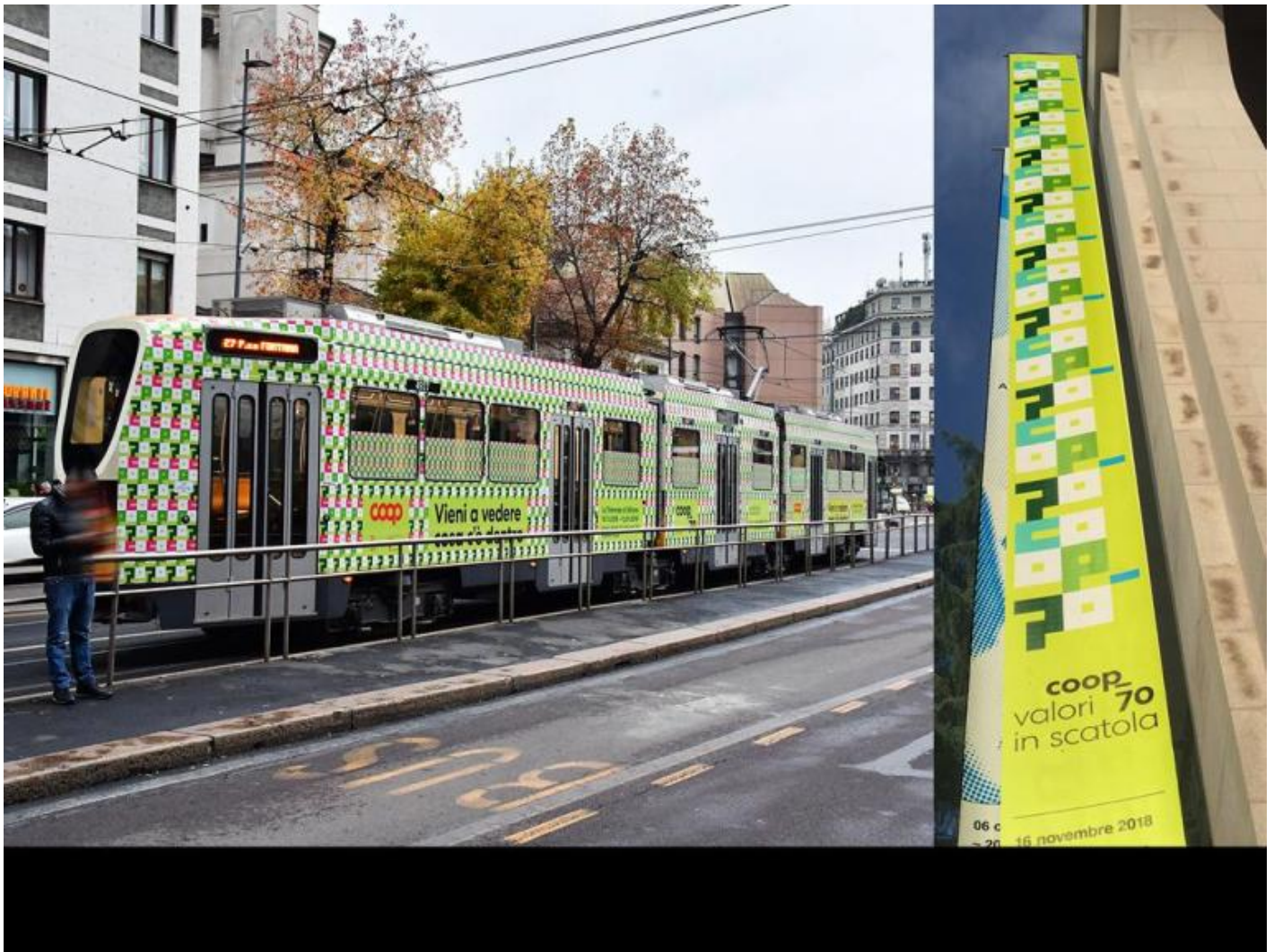




la scala cromatica  
di Bob Noorda







# 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



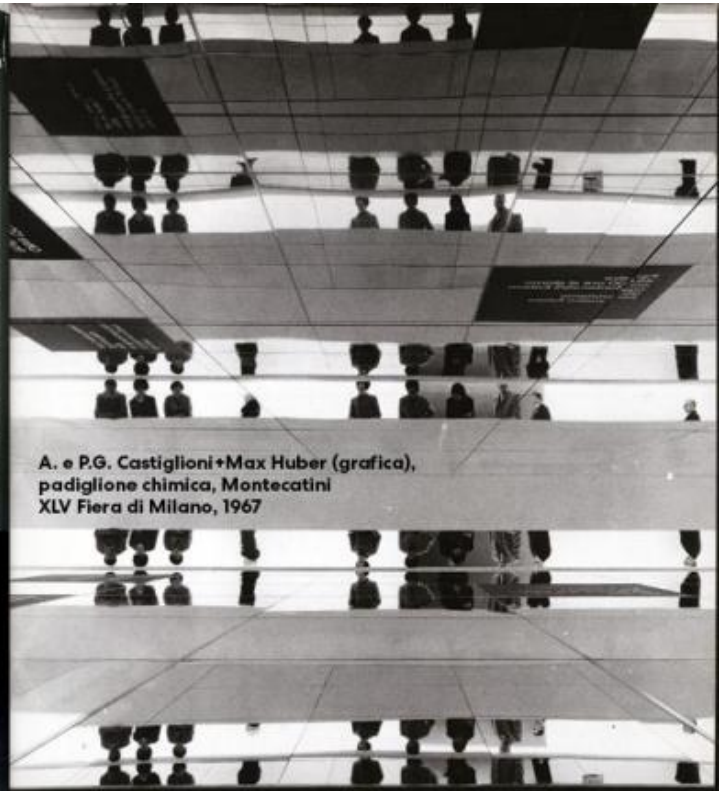
Fortunato Depero  
padiglione del Libro  
Biennale di Monza,  
1927



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



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



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



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



in oltre 20 laboratori  
specializzati  
perche fundament  
perche specific  
sono effettuat

# **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**

Il progetto di Noorda per la Coop di Bob Noorda è un esempio di design moderno e funzionale. L'architettura è caratterizzata da linee pulite e spazi aperti, con un'attenzione particolare alla luce e all'aria. L'uso di colori vivaci e di materiali innovativi contribuisce a creare un ambiente accogliente e moderno.



23456



**albe  
steiner**

Il progetto di Steiner per la Coop di Albe Steiner è un esempio di design moderno e funzionale. L'architettura è caratterizzata da linee pulite e spazi aperti, con un'attenzione particolare alla luce e all'aria. L'uso di colori vivaci e di materiali innovativi contribuisce a creare un ambiente accogliente e moderno.



# albe steiner

il progetto  
del "Sistema cooperativo"  
il contributo  
di Albe e Lisa Steiner

Il contributo di Albe Steiner fu fondamentale per il progetto del "Sistema cooperativo" che si realizzò nel 1961. Albe Steiner, insieme a Lisa Steiner, fu uno dei protagonisti di questo movimento che si sviluppò in Italia e in Europa. Il progetto del "Sistema cooperativo" era un tentativo di creare una nuova forma di organizzazione sociale e politica, basata sui principi della cooperazione e della democrazia. Albe Steiner fu uno dei più attivi promotori di questo movimento, che si sviluppò in Italia e in Europa. Il progetto del "Sistema cooperativo" era un tentativo di creare una nuova forma di organizzazione sociale e politica, basata sui principi della cooperazione e della democrazia. Albe Steiner fu uno dei più attivi promotori di questo movimento, che si sviluppò in Italia e in Europa.



**bob  
noorda**

Bob Noorda is a Dutch designer and architect. He is known for his work in the field of graphic design and architecture. He has worked for various clients and has created many iconic designs. His work is characterized by its simplicity and clarity. He has a strong sense of color and form. He is a pioneer in the field of modern design. His work has influenced many other designers and architects. He is a true visionary. His work is a testament to his talent and creativity. He is a true master of his craft. His work is a source of inspiration for many. He is a true legend in the field of design. His work is a masterpiece. He is a true genius. His work is a work of art. He is a true icon. His work is a true masterpiece. He is a true legend. His work is a true masterpiece. He is a true genius. His work is a work of art. He is a true icon. His work is a true masterpiece.



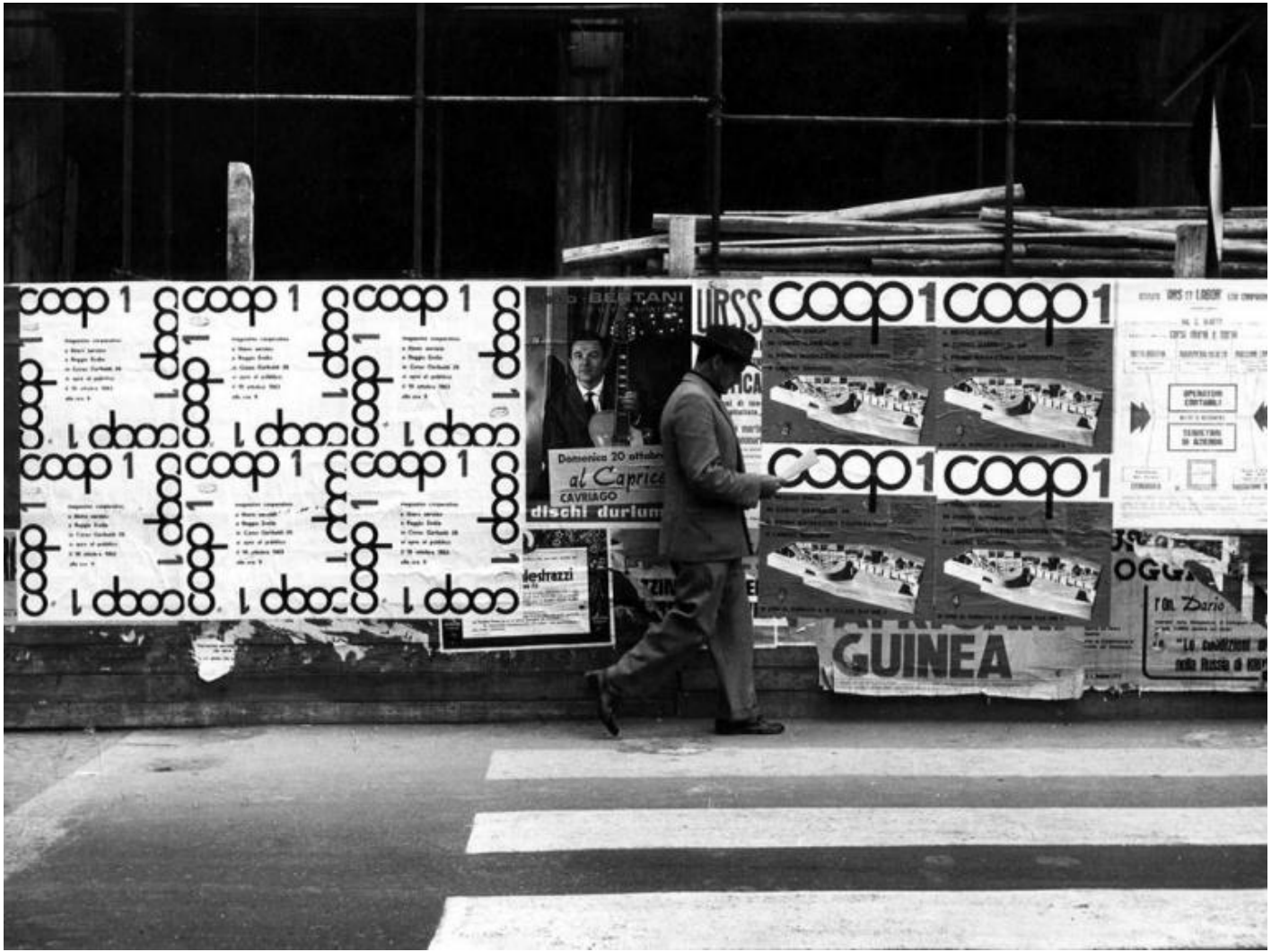
Abcdefghijklm  
**23456**



# 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.







ato  
e  
tra  
nziale  
ato  
era  
nmano  
sone  
ste

**prodotti con amore**  
c'è una risposta nel cielo, fermiamola

**1988 - 1997**  
la difesa dell'ambiente

alla coop  
le frutta  
ha il calore  
del sole

**la coop sei tu, chi può darti di più!**

prodotti coop, modestia a parte

**fermiamo l'abuso dei pesticidi**

**coop. questa sì che è vita**

ecco perché la gente si fida

**al mare o ai monti, ma con la coop**

**1978 - 1987**  
l'edonismo consumista

l'esperienza  
d'attivazione  
che è durata  
8-10-12 volte  
che sono  
il successo  
di un'azione  
di impegno  
collettivo

**vitevi soli**

contro  
l'ingenuamente  
la corruzione  
d'istituzione

**1968 - 1977**  
lotta di carovita

**i soci sono o tutti gli effetti proprietari della cooperativa**

per una  
spontaneamente  
come  
strumento  
di pubblica  
utilità

lotta contro  
la frode e la  
"artificiosità  
d'investire"

realizzare  
i bisogni,  
piuttosto  
che "forzare  
i consumi"

**prodotti coop, tutti per uno, uno per tutti!**

**usate il cestello**

**1958 - 1967**  
l'invenzione del supermercato

la marca  
che  
garantisce  
qualità  
prezzo e  
prezzo

contro  
la manomissione  
speculativa  
dei grandi  
mercato

**w il 1° maggio**

**w p**

to non  
risponde  
la forza  
della  
a come  
mutare  
Poi il  
privato  
colpisce  
critico



---

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

---



**fine.**