

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.



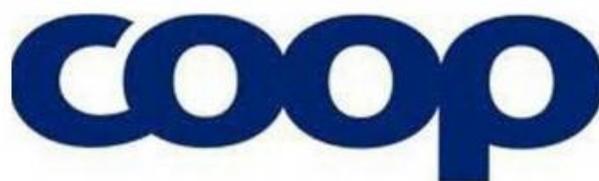
È interessante vedere come il logotipo svizzero si evolve negli anni sessanta con una composizione di ispirazione modernista mentre diventa molto meno interessante nella forma all'inizio degli anni duemila. Che il logotipo Coop rassomigli al marchio Mastercard provoca un cortocircuito di notevole significato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



1960



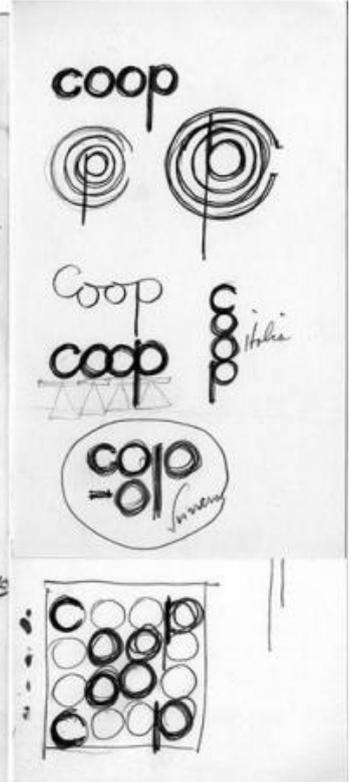
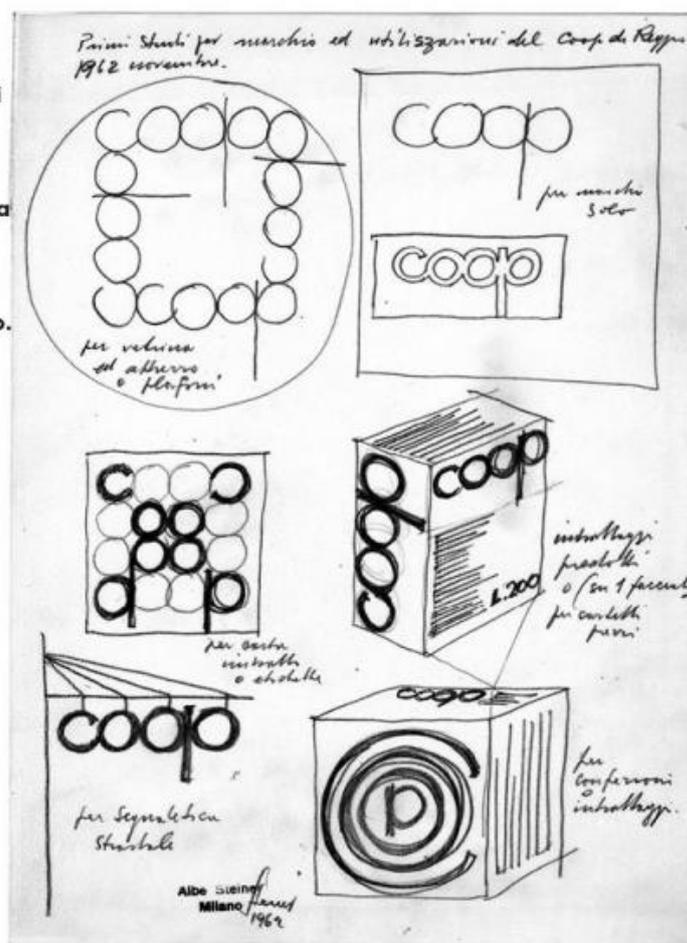
2001



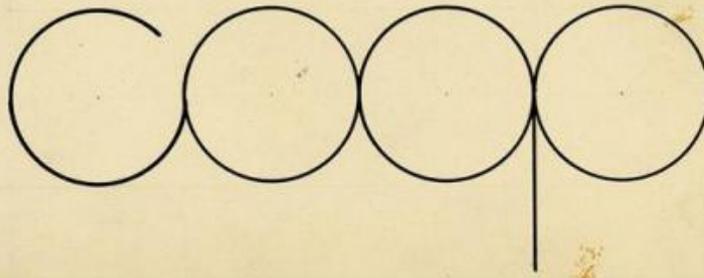
Venendo alla storia italiana, Albe Steiner è il grande maestro della grafica italiana a cui la Coop affida la comunicazione negli anni sessanta.



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

abc def ghi
jklmno pqr
stuvwxyz

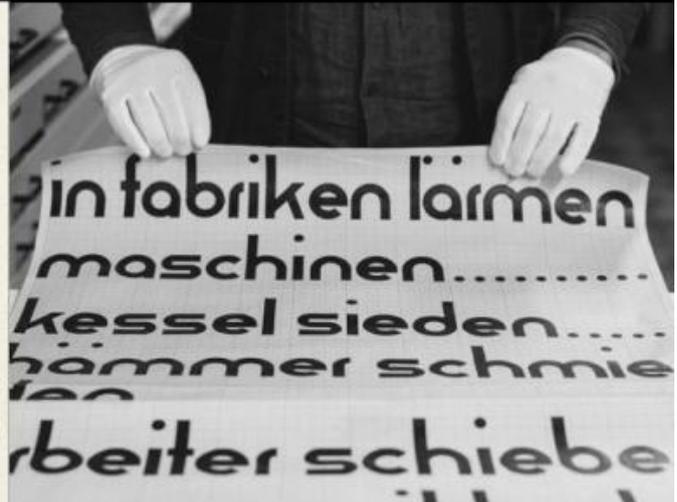


HERBERT BAYER: Abb. 1. Alphabet
„g“ und „k“ sind noch als
unfertig zu betrachten

Beispiel eines Zeichens
in größerem Maßstab
Prägnanz optische Wirkung

sturm blond

Abb. 2. Anwendung



herbert bayer
universal alphabet, 1925

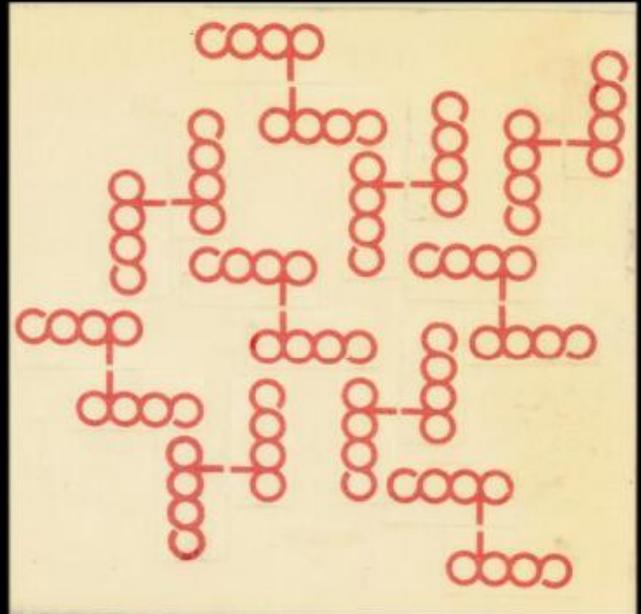
Il manifesto per annunciare l'apertura del primo magazzino Coop a Reggio Emilia ha un formato quadrato estremamente inusuale ma altrettanto efficace che rende ancora più forte l'idea di insieme di soggetti uguali



coop 1

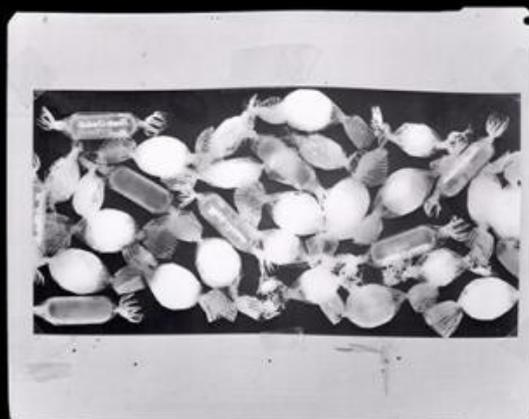
magazzino cooperativo
a libero servizio
a Reggio Emilia
in Corso Garibaldi 26
si apre al pubblico
il 19 ottobre 1963
alle ore 9

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.

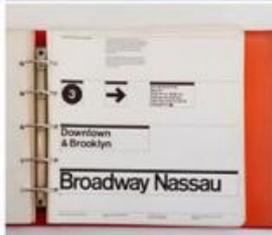
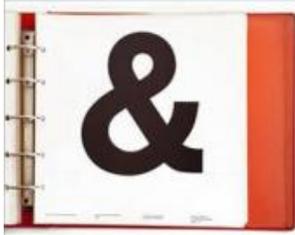
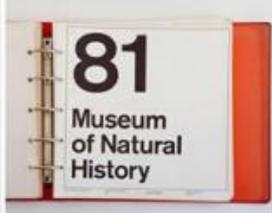
Noorda proviene da una cultura funzionalista e da esperienze come le complesse e riuscitissime segnaletiche delle metropolitane milanesi, di New York e San Paolo.

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

SAN BABILA



new york subway
1966-70

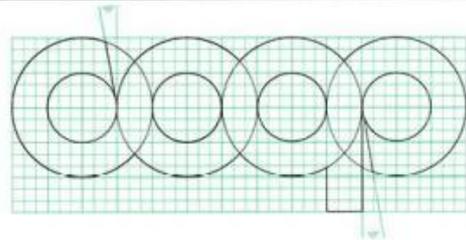


Versione della combinazione con la ragione sociale delle cooperative riprodotta in negativo in una fascia nera

In questa versione della combinazione la ragione sociale delle cooperative, composta in Futura Demi Bold, è riprodotta in bianco in una fascia orizzontale di colore nero.
I colori e i rapporti tra dimensioni l'aspetto formale della combinazione sono espressi graficamente nella combinazione 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 superino, in altezza, le lettere minuscule standard 3/82.
La combinazione è usata, in tutti i casi in cui è possibile, con il logotipo "Coop" riprodotto in rosso (vedi 2/81).
L'uso di questa versione della combinazione è esclusivamente 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.



I colori primari sono: Verde Coop e Rosso Coop.
 I colori secondari sono: Giallo Coop e Blu Coop.
 I colori terziari sono: Bianco Coop e Nero Coop.
 I colori quaternari sono: Grigio Coop e Marrone Coop.
 I colori quinquari sono: Rosa Coop e Arancio Coop.
 I colori sestoari sono: Verde scuro Coop e Verde chiaro Coop.
 I colori settuari sono: Rosso scuro Coop e Rosso chiaro Coop.
 I colori ottavi sono: Giallo scuro Coop e Giallo chiaro Coop.
 I colori nonari sono: Blu scuro Coop e Blu chiaro Coop.
 I colori decimi sono: Bianco scuro Coop e Bianco chiaro Coop.
 I colori undicesimi sono: Grigio scuro Coop e Grigio chiaro Coop.
 I colori dodicesimi sono: Marrone scuro Coop e Marrone chiaro Coop.

Mappe di impiego brand

La cartografia di brand è un elemento di base del brand e deve essere applicata in modo coerente e uniforme su tutti i punti di contatto con il cliente.

La cartografia di brand è un elemento di base del brand e deve essere applicata in modo coerente e uniforme su tutti i punti di contatto con il cliente.

La cartografia di brand è un elemento di base del brand e deve essere applicata in modo coerente e uniforme su tutti i punti di contatto con il cliente.





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

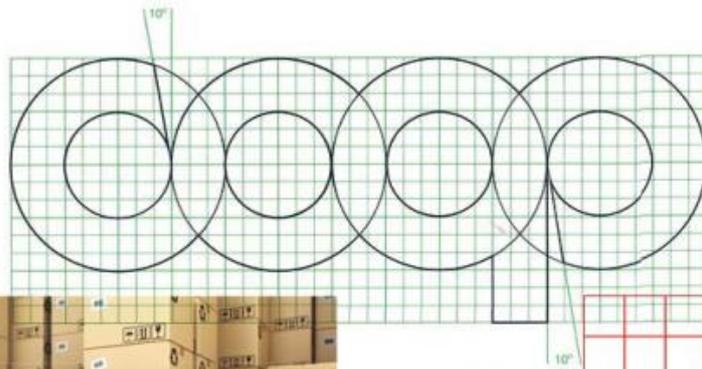
usare le parole

il progetto
per la comunicazione
della mostra *coop_70*

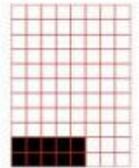
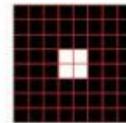
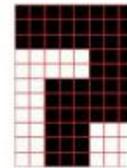
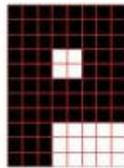
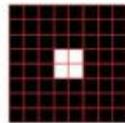
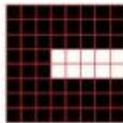
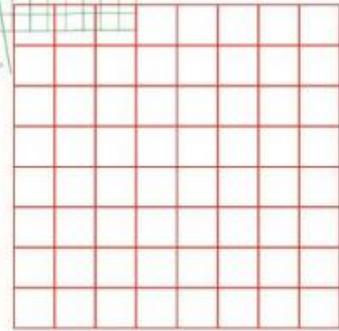
coop_70

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



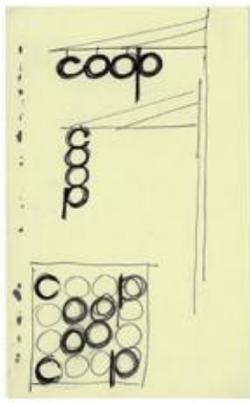
la griglia del logotipo di Bob Noorda

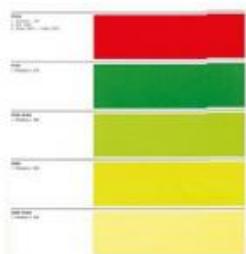


COOP.
70
COOP_70

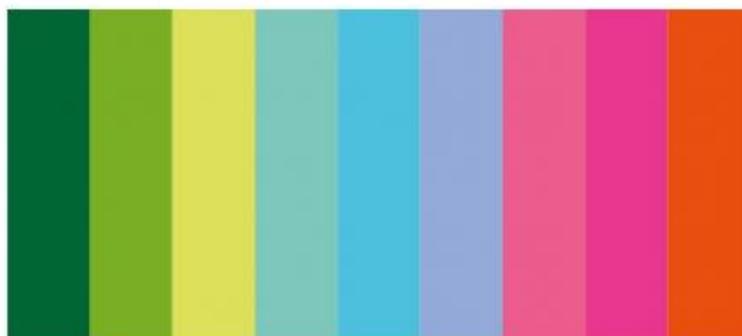
CO
OP.
70

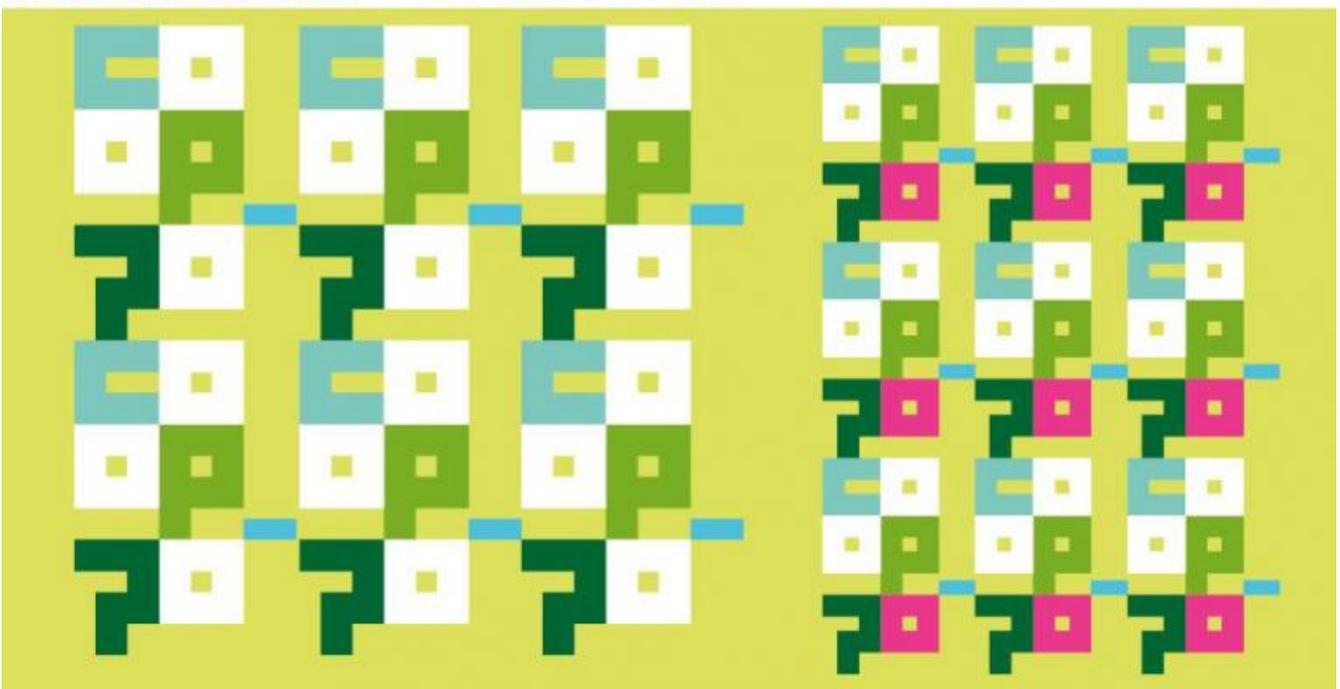
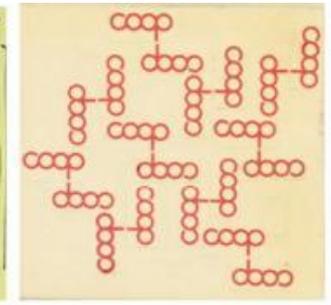
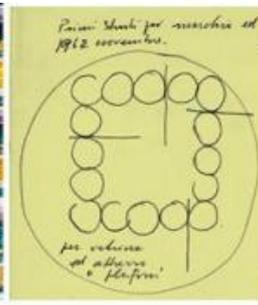
CO
OP_70

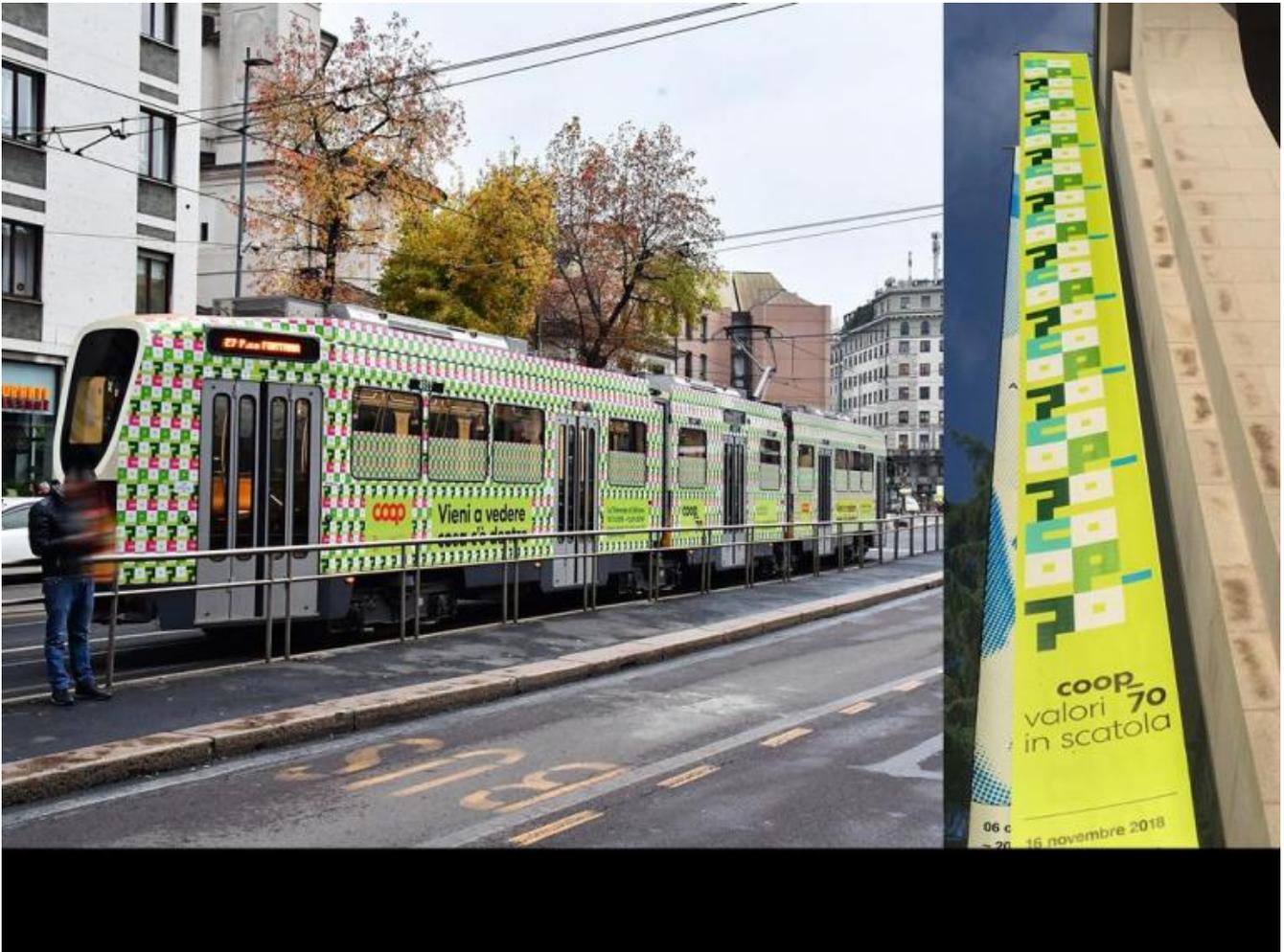




la scala cromatica
di Bob Noorda







Vieni a vedere

coop
valori 70
in scatola

06 c
16 novembre 2018

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



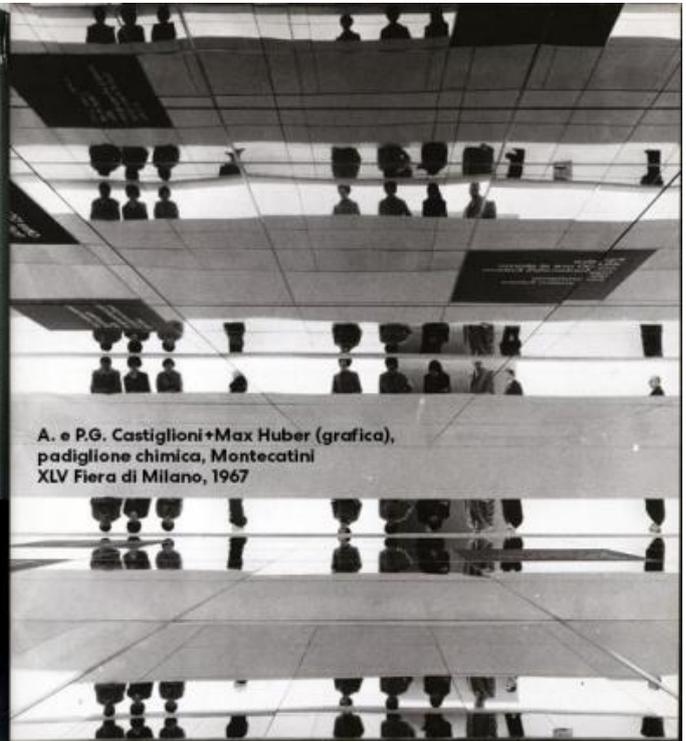
Fortunato Depero
padiglione del Libro
Biennale di Monza,
1927



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 vernice, 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.

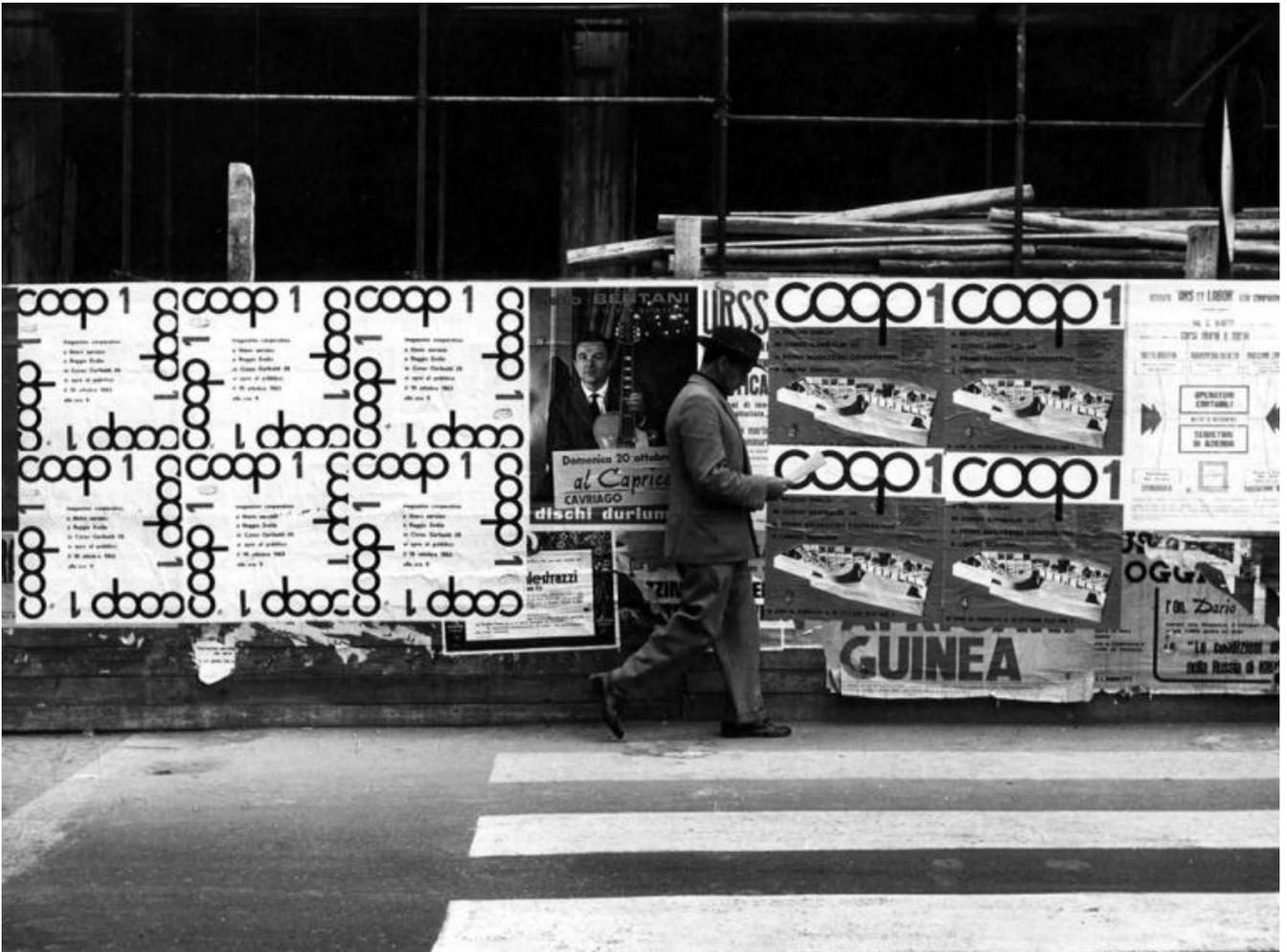




le parole della coop

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
va
erano
sane
ite

**prodotti
con
amore**

c'è una
mappa
nel cielo,
femminile

**19
88
-
19
97**

la difesa dell'ambiente

alla coop
la frutta
ha il colore
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**

**19
78
-
19
87**

l'edonismo consumista

l'impresa
è privata
che è il bene
e tutto quello
che resta
è il bene
che resta
è il bene
che resta

**vitevi
-
soli**

contro
l'inquinamento
dell'acqua,
quello
d'altavola

**19
68
-
19
77**

lotta al caro vita

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

realizzare
i bisogni,
soprattutto
che "caro
i consumi"

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

per una
cooperativa
come
strumento
di politica
sociale

lotta contro
le frodi e la
speculazione
alimenti!

**usate il
cestello**

**19
58
-
19
67**

l'invenzione del supermercato

la marca
che
garantisce
qualità
peso e
prezzo

contro
le speculazioni
dei grandi
mercati

**w il 1°
maggio**

**w
pi**

la reg
dipen
la fun
della
a casa
mutua
Fai di
privati
confi
critica



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.

