

# 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.



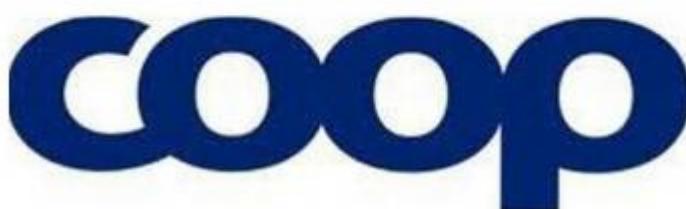
**È interessante vedere come il logotipo svizzero si evolve negli anni sessanta con una composizione di ispirazione modernista mentre diventa molto meno interessante nella forma all'inizio degli anni duemila.  
Che il logotipo Coop rassomigli al marchio Mastercard provoca un cortocircuito di notevole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



1960



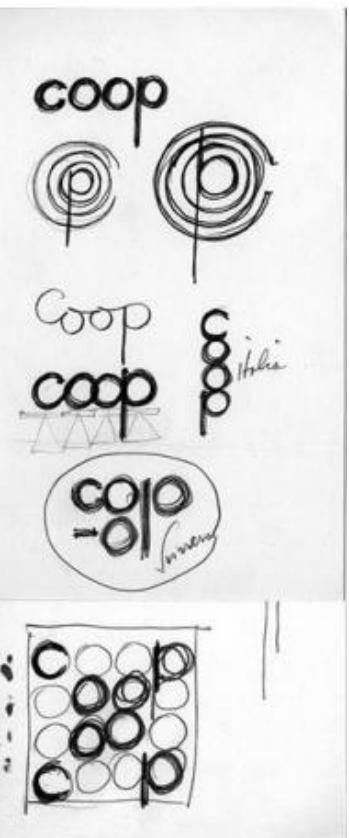
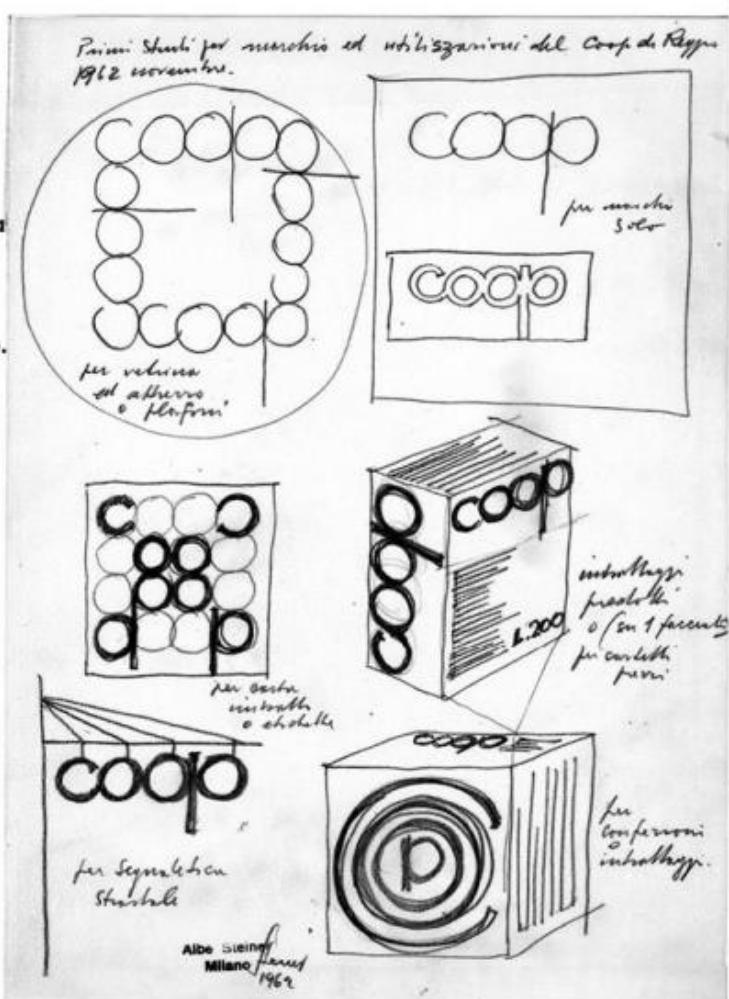
2001



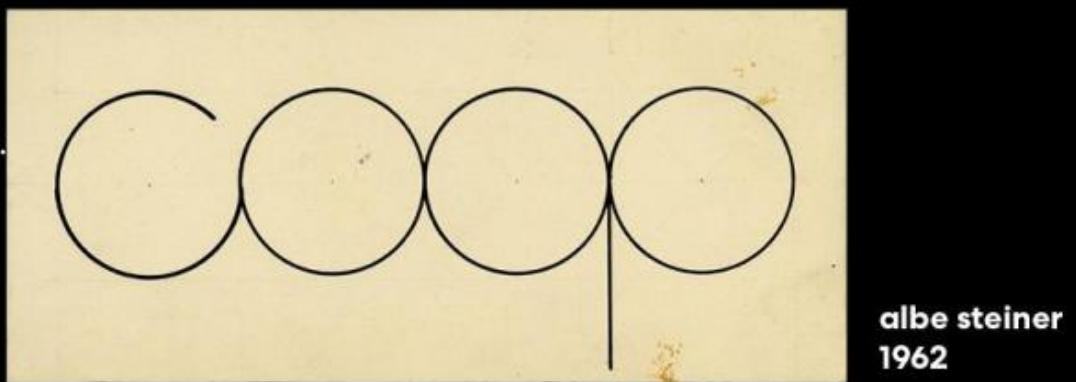
Venendo alla storia  
italiana, Albe Steiner è  
il grande maestro della  
grafica italiana a cui la  
Coop affida la  
comunicazione negli  
anni sessanta.



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

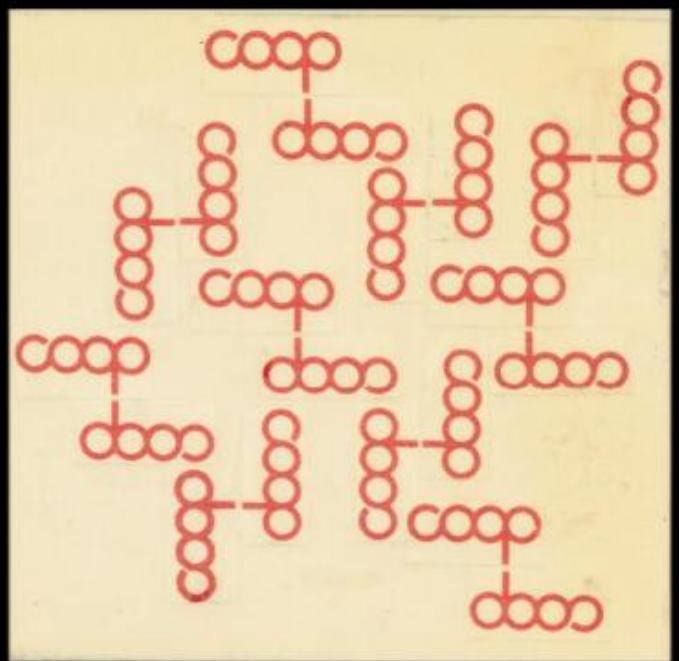


albe steiner  
1962



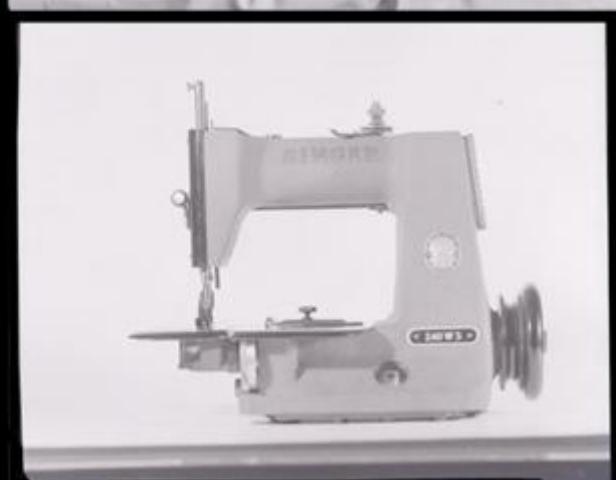
herbert bayer  
*universal alphabet*, 1925

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.

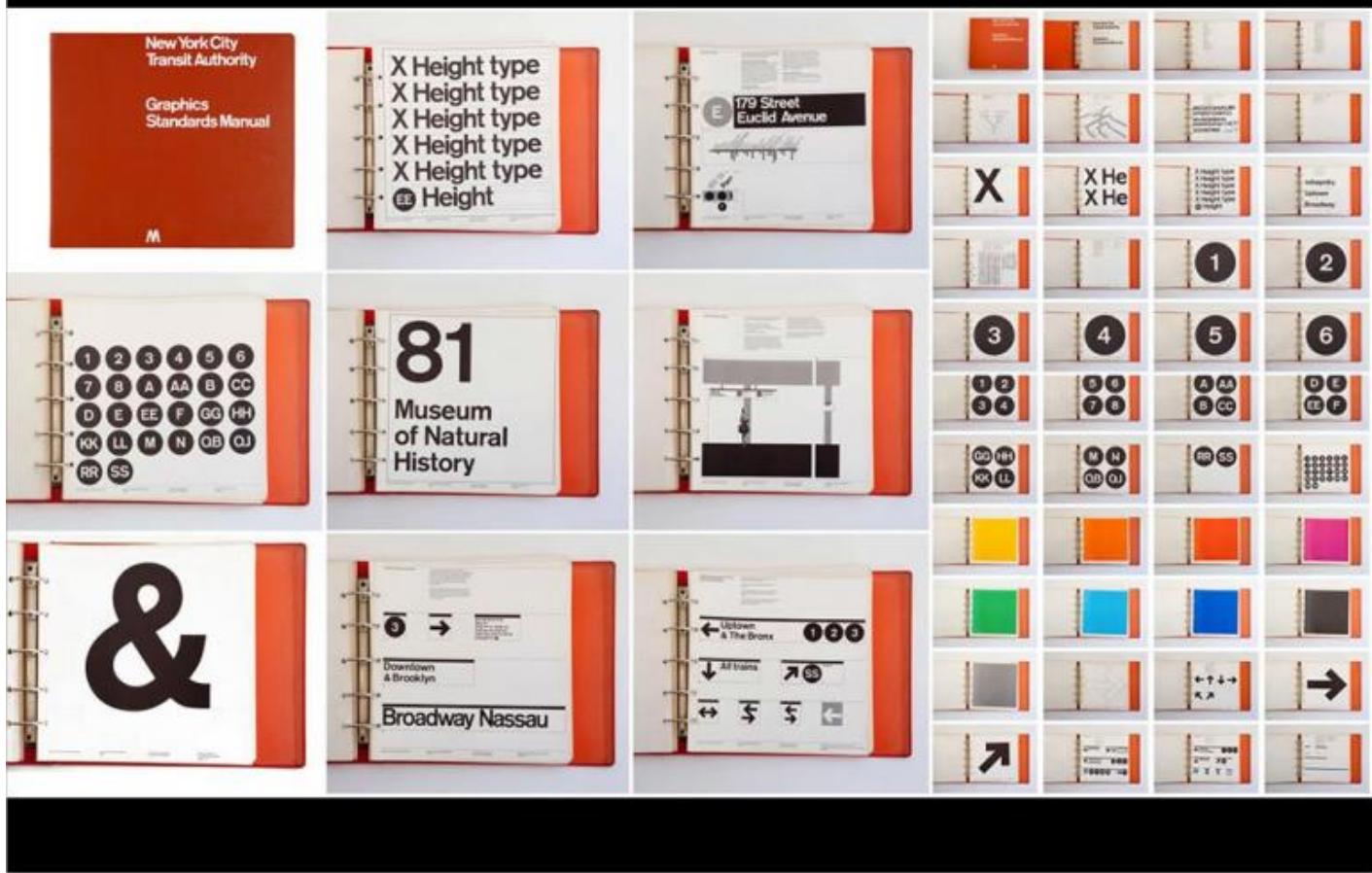
Noorda proviene da  
una cultura  
funzionalista e da  
esperienze come le  
complesse e  
riuscitissime  
segnaletiche delle  
metropolitane milanesi,  
di New York e San  
Paolo.  
I risultati nelle Coop e  
Ipercoop sono  
evidentemente legati a  
quei concetti di flussi  
veloci.

# SAN BABILA

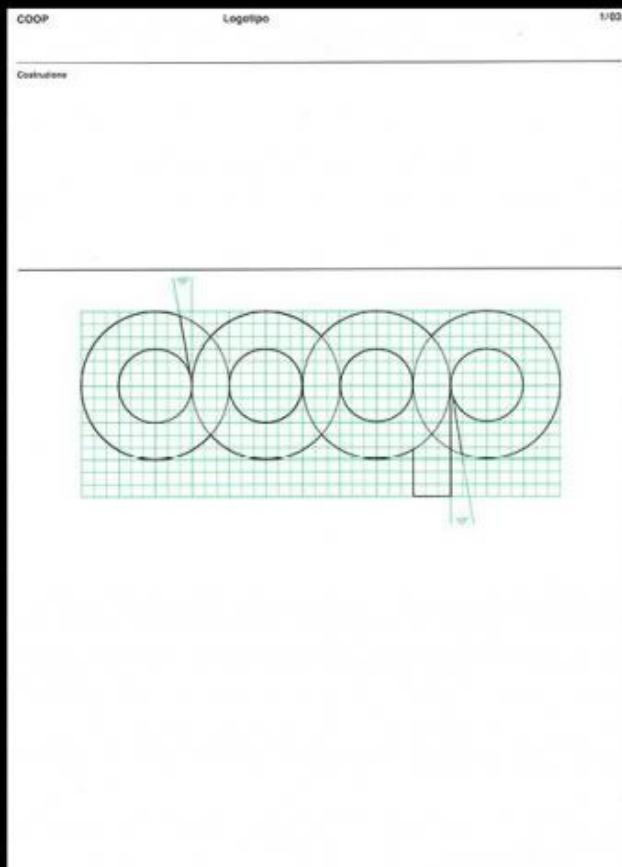
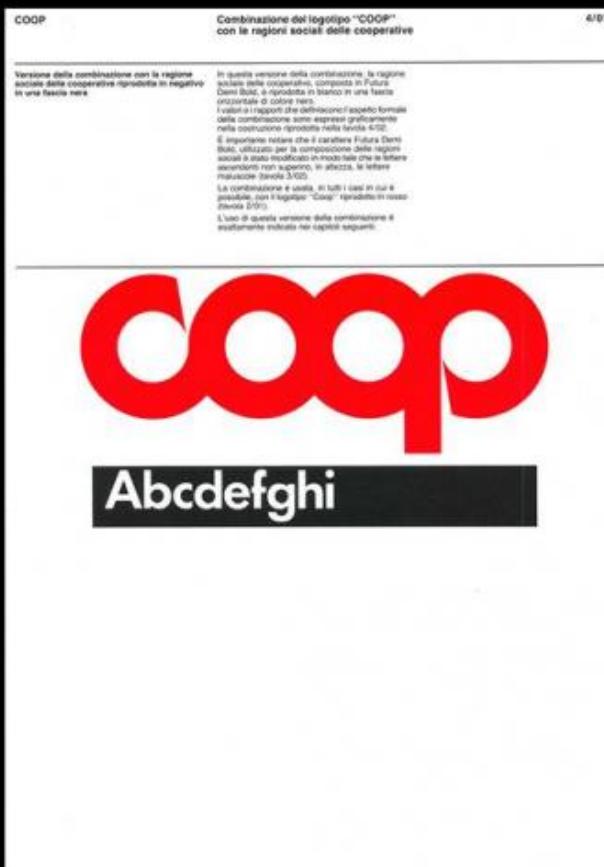


# new york subway

1966-70

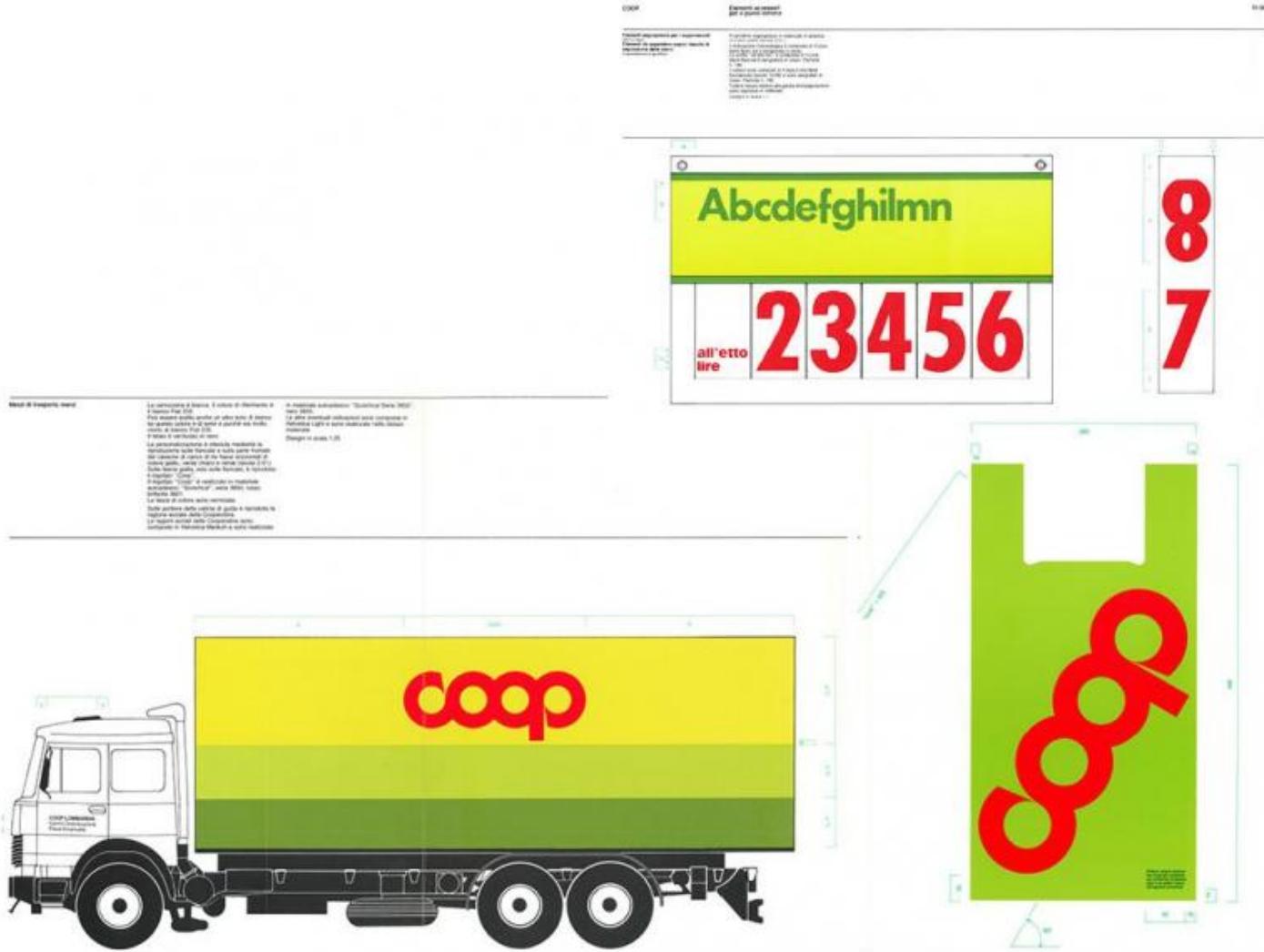


1985



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









# **coop\_70**

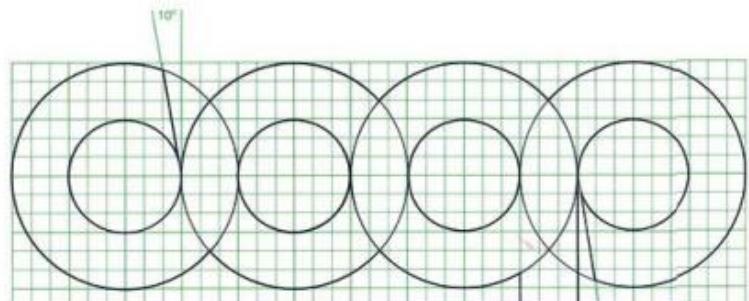
# **usare le parole**

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

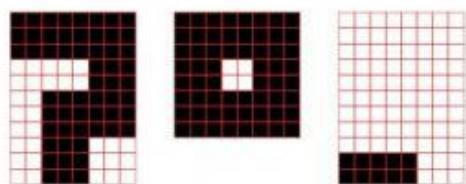
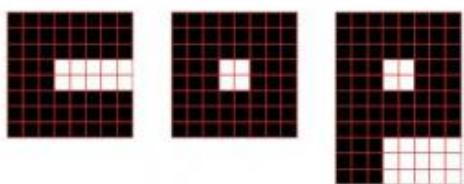
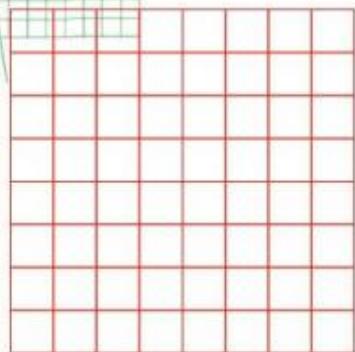
# **coop\_70**

**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**



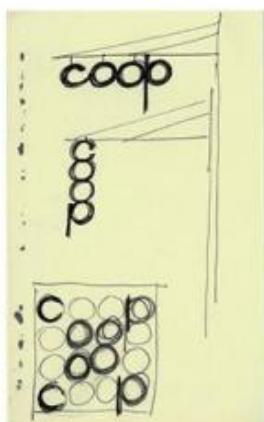
la griglia del logotipo  
di Bob Noorda



coop.  
coop.  
coop.

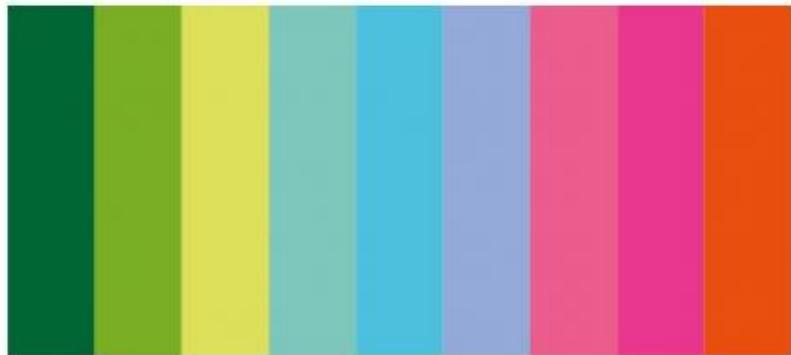
coop.  
coop.  
coop.

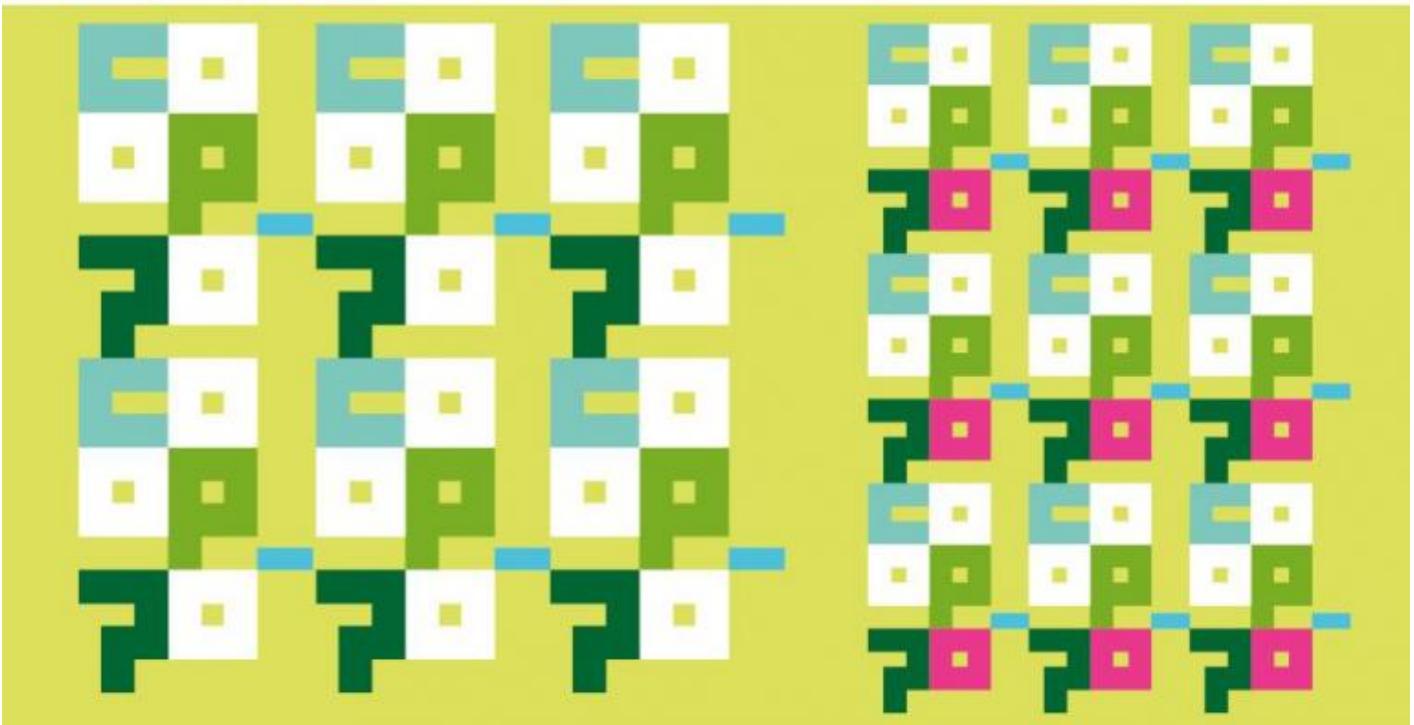
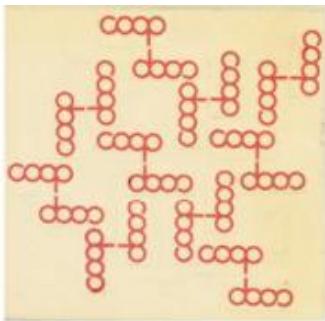
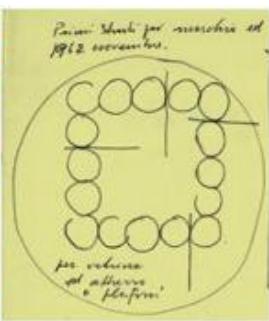
coop.  
coop.  
coop.

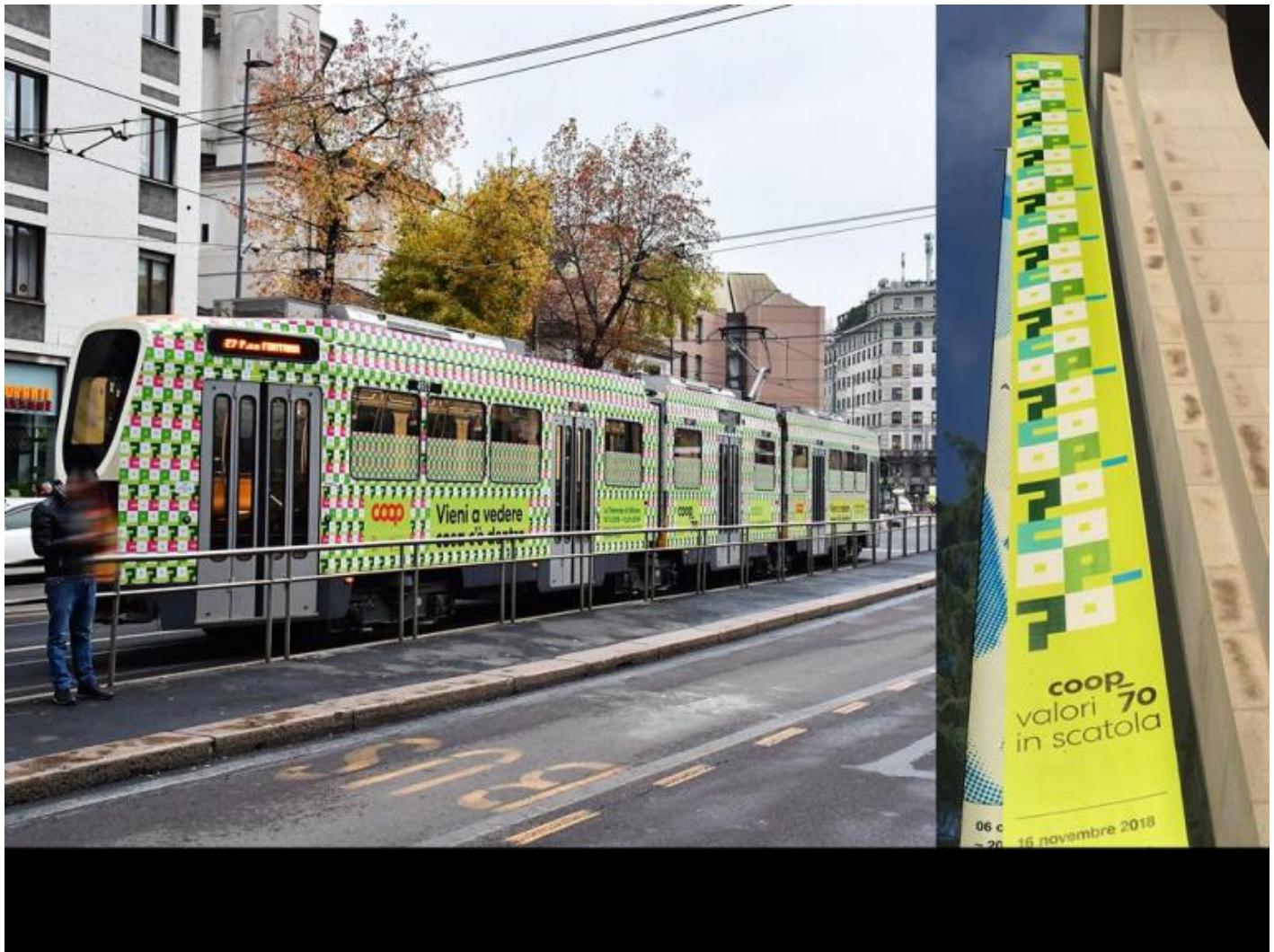




la scala cromatica  
di Bob Noorda







# **coop\_70**

# **mostrare un'idea**

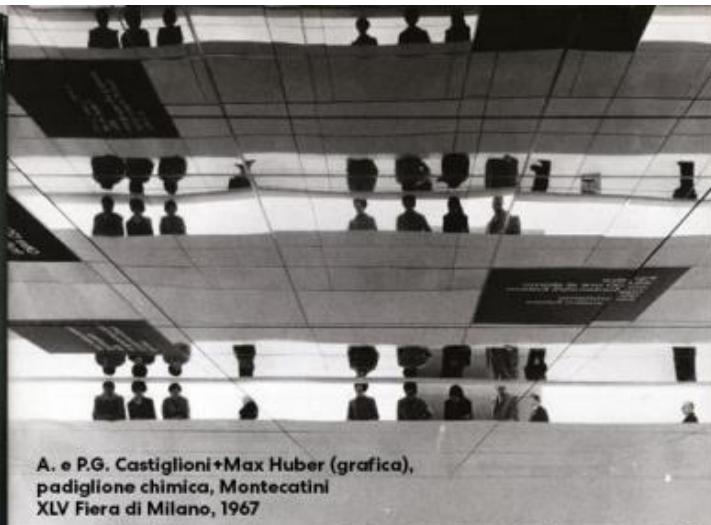
**il progetto  
per alcune parti dell'allestimento  
della mostra coop\_70**

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.**





## albe steiner

Il progetto  
Albe Steiner risparmia.  
Il costo effetto  
di Albe e Giac Steiner

"Come un giornale molto utilizzato in pioggia?" In questo  
caso la litografia per rinnovare e restituire le cose che le  
cose non sono è un modo per rinnovare le cose che le  
cose non sono. L'elenco di presentazioni offre spazio  
cooperativa tra tutti e il bisogno costante per crescere,  
affrontando le difficoltà e le diverse occasioni di coinvolgimento  
e crescita dei negozi e di tutti i loro clienti.

Non appena da Coop ha ricevuto, Rossetti, da rossetti "l'immagine  
stata nostra critica", si decide di ricominciare da capo.  
In seguito ad un incontro di confronto per la crescita della critica,  
realizzata con un certo impegno per le circostanze politiche,  
elettorali e sociali, si decide di affidare per la crescita della critica  
elettorale e sociali, il progetto "Coop". Ha bisogno di un grande  
e attivista impegno. Il progetto "Coop" (o. c. realizzazione e ripar-  
tito di nuovi negozi, non di spese esuberanti).

Bella faccia di un imprenditore di grande successo. Infatti, da un  
comitato inviato dalla critica che si riunisce, definendo un  
quadro per un nuovo contratto di servizio che si chiama  
"Coop", si decide di dar vita a un progetto collaborativo: al termine  
di un anno di lavoro, si decide di dare una nuova vita alle cose  
che le cose non sono. L'elenco di presentazioni offre spazio  
per crescere e per rinnovare le cose che le cose non sono.  
e ad affrontare le difficoltà e le diverse occasioni di coinvolgimento  
e crescita dei negozi e di tutti i loro clienti.

"Come un giornale molto utilizzato in pioggia?"

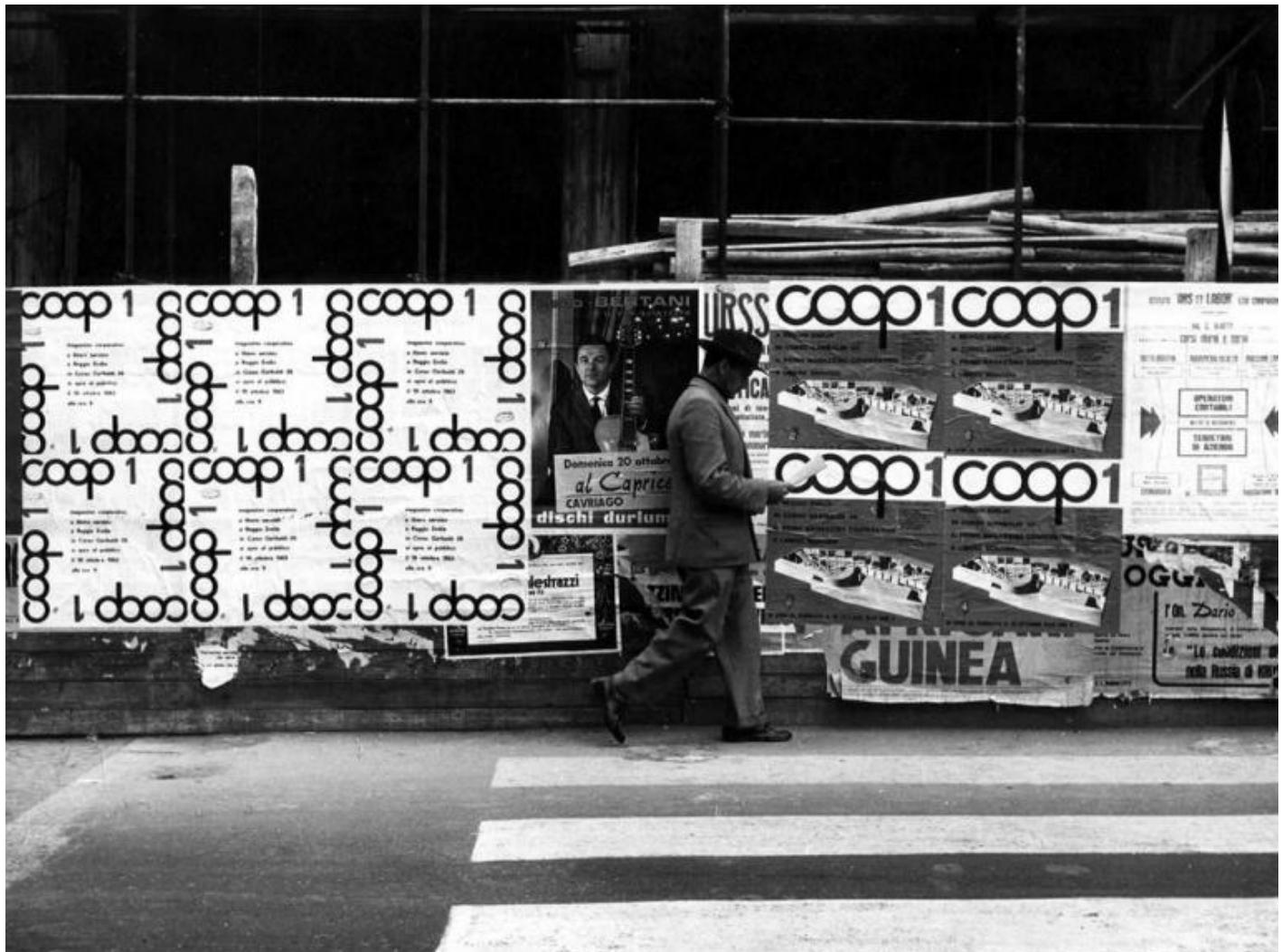
Il progetto "Albe Steiner risparmia. Il costo effetto di Albe e Giac Steiner"



# **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.







**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.**