DOPPIOZERO

Mostrare un'idea, usare le parole

Leonardo Sonnoli

22 Dicembre 2018



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



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



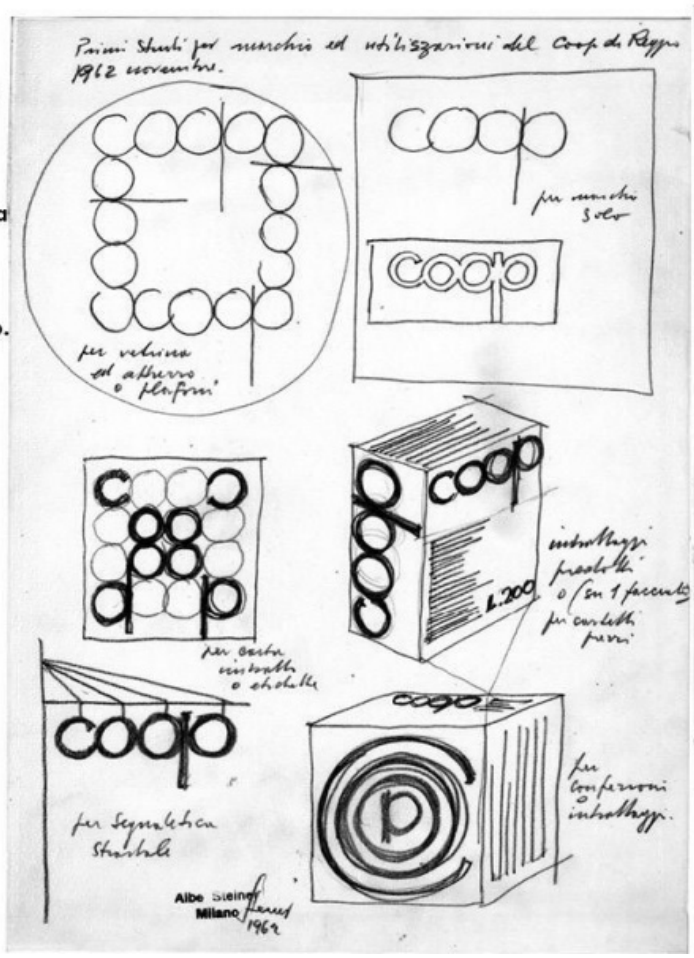
2001

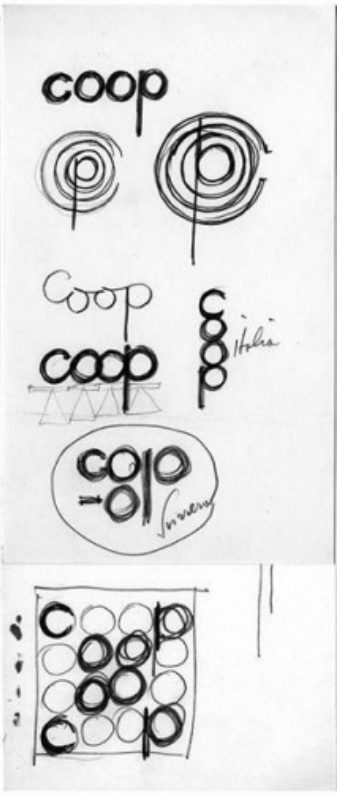


Venendo alla storia italiana, Albe Steiner è il grande maestro della grafica italiana a cui la Coop affida la comunicazione negli anni sessanta.

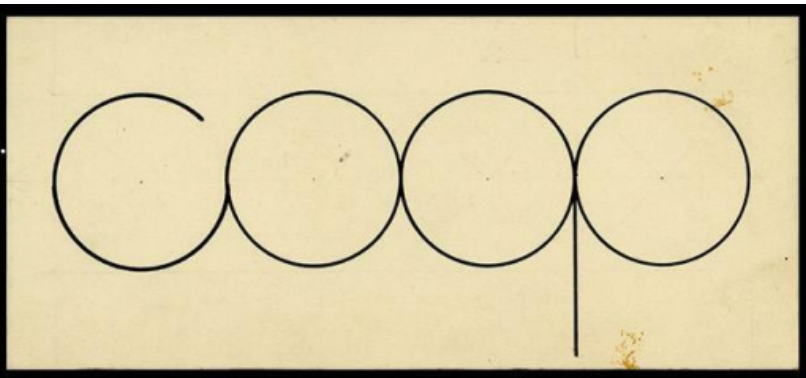


nei primi schizzi di Steiner è evidente la volontà di usare le lettere com elementi di coesione cooperativa. Interessante è la sua annotazione del logotipo svizzero, l'idea di moltiplicare il logotipo per costruire dei pattern come elemento identificativo.





Tipograficamente è evidente il riferimento modernista alle esperienze del Bauhaus.



albe steiner
1962

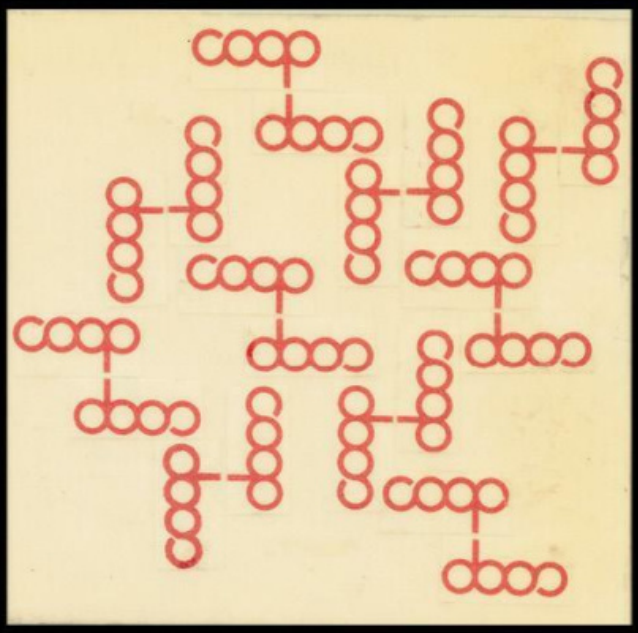




herbert bayer
universal alphabet, 1925

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

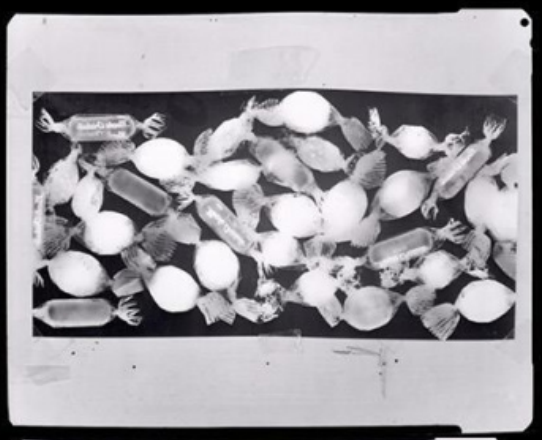


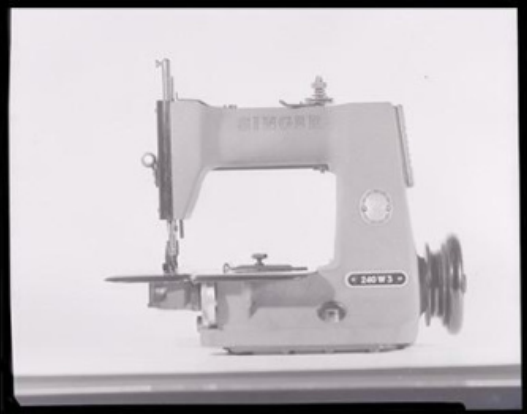


albe lica steiner
1963

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 considerazionisulla 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.



new york subway
1966-70



1985

COOP

Combinazione del logotipo "COOP" con le ragioni sociali delle cooperative

4/01

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 valori e i rapporti che definiscono l'aspetto formale della combinazione sono espressi graficamente nella costruzione riprodotta nella tavola 4/02.

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 maiuscole (tavola 3/02).

La combinazione è usata, in tutti i casi in cui è possibile, con il logotipo "Coop" riprodotto in rosso (tavola 2/01).

L'uso di questa versione della combinazione è esattamente indicato nei capitoli seguenti.

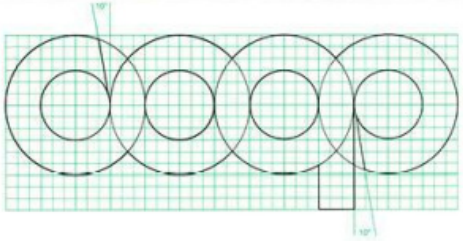


COOP

Logotipo

1/03

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.



Elementi accessori per a punto vendita

Elementi segnaprezzo per i supermercati
Elementi per la segnaletica
Elementi da appendere sopra i banchi di esposizione della merci

Il cartellino segnaprezzo è realizzato in plastica trasparente antiurto.
L'inclinazione massimale è compresa tra 15 e 20 gradi.
Il cartello "all'etto" è realizzato in lucite.
Cliens Sicla all'e rangolino in rosso. Particolare grafico.

I numeri sono composti in Futura Extra Bold Condensed Sans 10.000 e sono assegnati in scala 1:1.
Tutte le misure elaborate sono espresse in millimetri.
Disegni in scala 1:1



Mezzi di trasporto merci

La carrozzeria è bianca. Il colore di riferimento è il bianco Fiat 333.
Può essere scelto anche un altro tono di bianco del quadro sotteso e di serie e purché dia motivazione al bianco Fiat 333.
Il telaio è verniciato in nero.

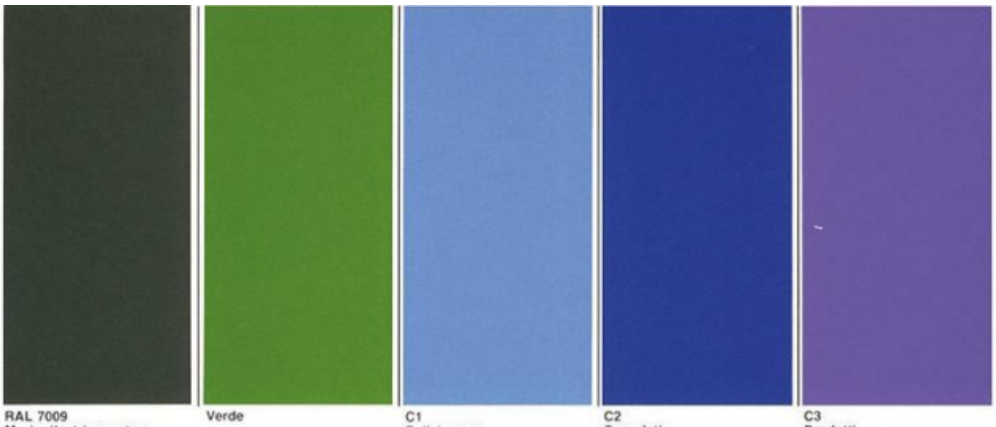
La personalizzazione è ottenuta mediante la riproduzione sulle fiancate e sulla parte frontale del cassone di carico di tre fasce orizzontali di colore giallo, verde chiaro e verde classe (121).
Sulle fasce gialle, solo sulle fiancate, è riprodotta in negativo "Coop".
Il negativo "Coop" è realizzato in materiale autoadesivo "Scotchcal", serie 3650, rosso brillante 3621.
Le fasce di colore sono verniciate.

Sulle portiere della cabina di guida è riprodotta la ragione sociale della Cooperativa.
Le ragioni sociali delle Cooperative sono composte in Helvetica Medium e sono realizzate in materiale autoadesivo "Scotchcal Serie 3650", nero 3630.
Le altre eventuali indicazioni sono composte in Helvetica Light e sono realizzate nello stesso materiale.

Disegni in scala 1:25







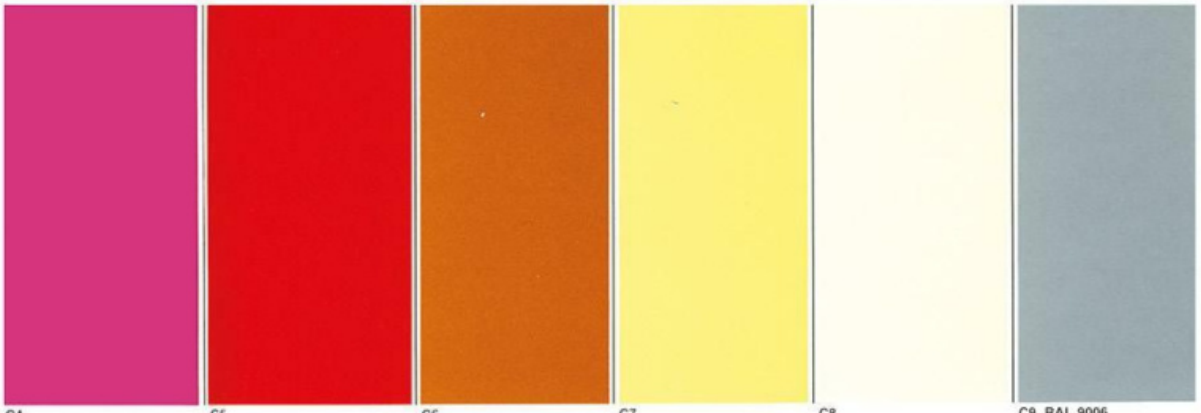
RAL 7009
Muri, pilastri, eccetera

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
Carni fresche


59800
43
39800
45
4800
47
3200
49
5280
4780
5445
9900
5180
Detersivibucato
Ammorbidenti Candeggine
Biscotti Wafers
Merendine Pasticceria
Cioccolato Caramelle
Caffè Prodotti colazione
Patatine Crackers Pane biscottato
Dolci
Confetture
Pasta
Prodotti da forno
Conserve vegetali

coop_70
usare le parole

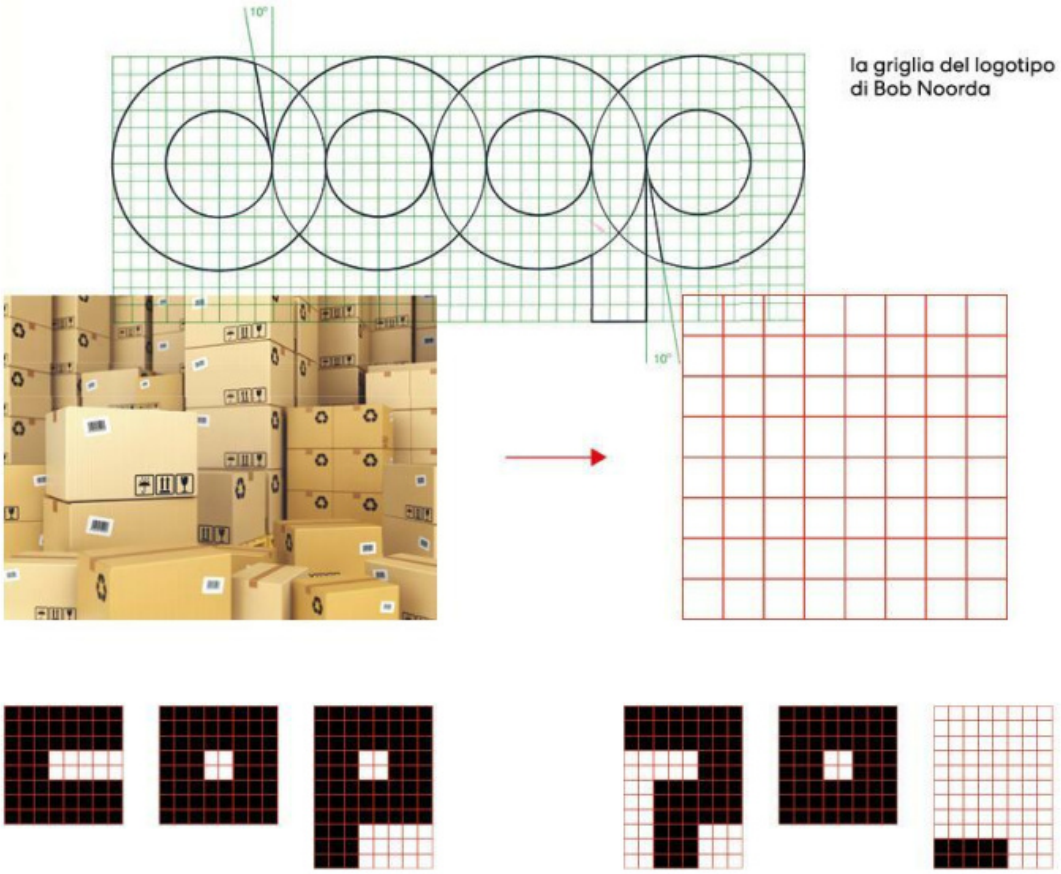
il progetto
per la comunicazione
della mostra *coop_70*

coop_70

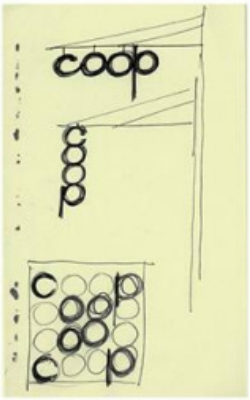
l'identità di una mostra sulla coop, non l'identità coop o dei suoi prodotti.

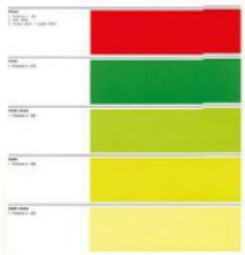
a. "scrivere" *coop_70*: un logotipo di mostra, che convivesse senza interferire con il logo Coop;

b. evitare l'illustrazione e la fotografia, linguaggi usati per la pubblicità e i prodotti a marchio Coop



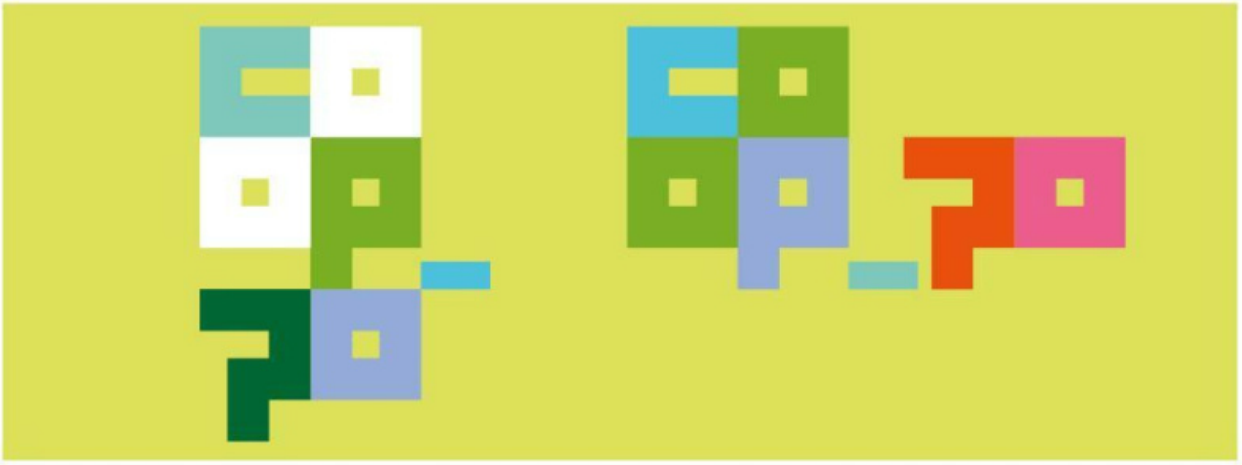
la griglia del logotipo
di Bob Noorda


coop

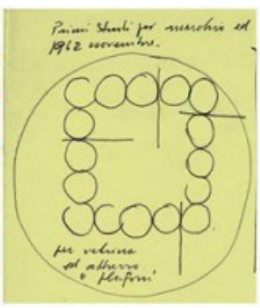


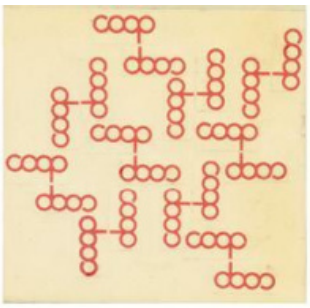
la scala cromatica
di Bob Noorda

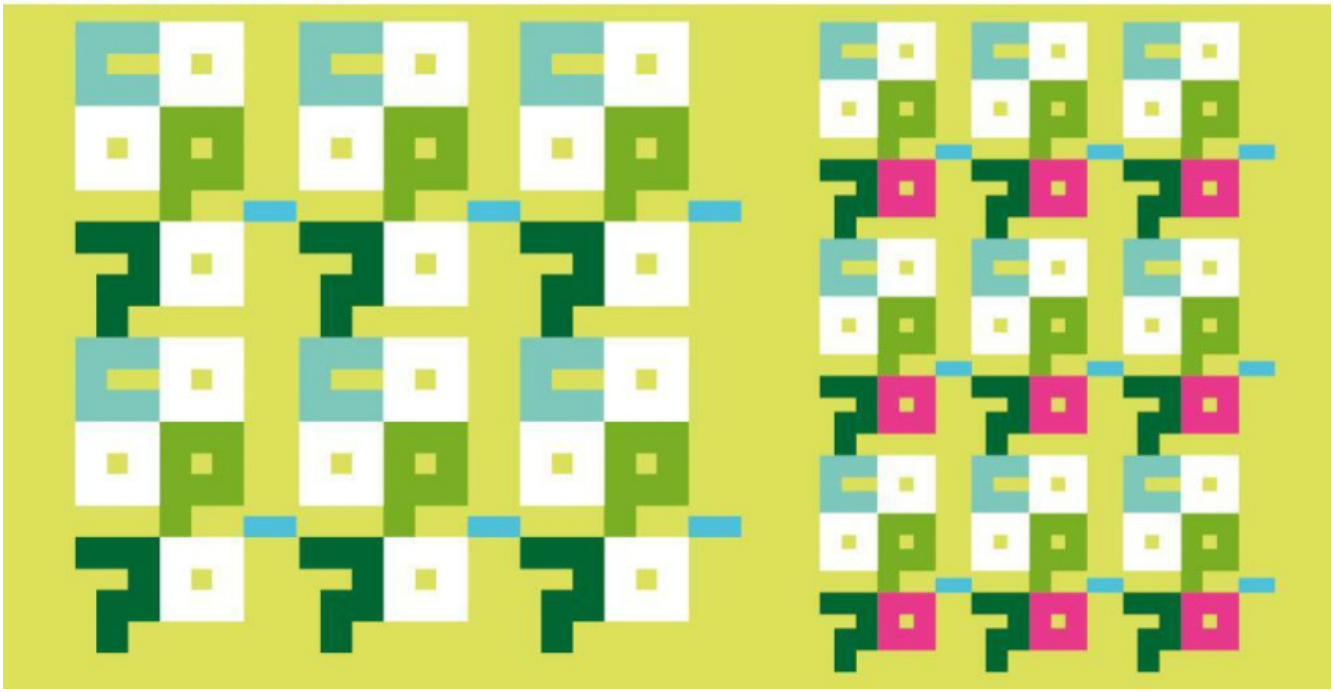


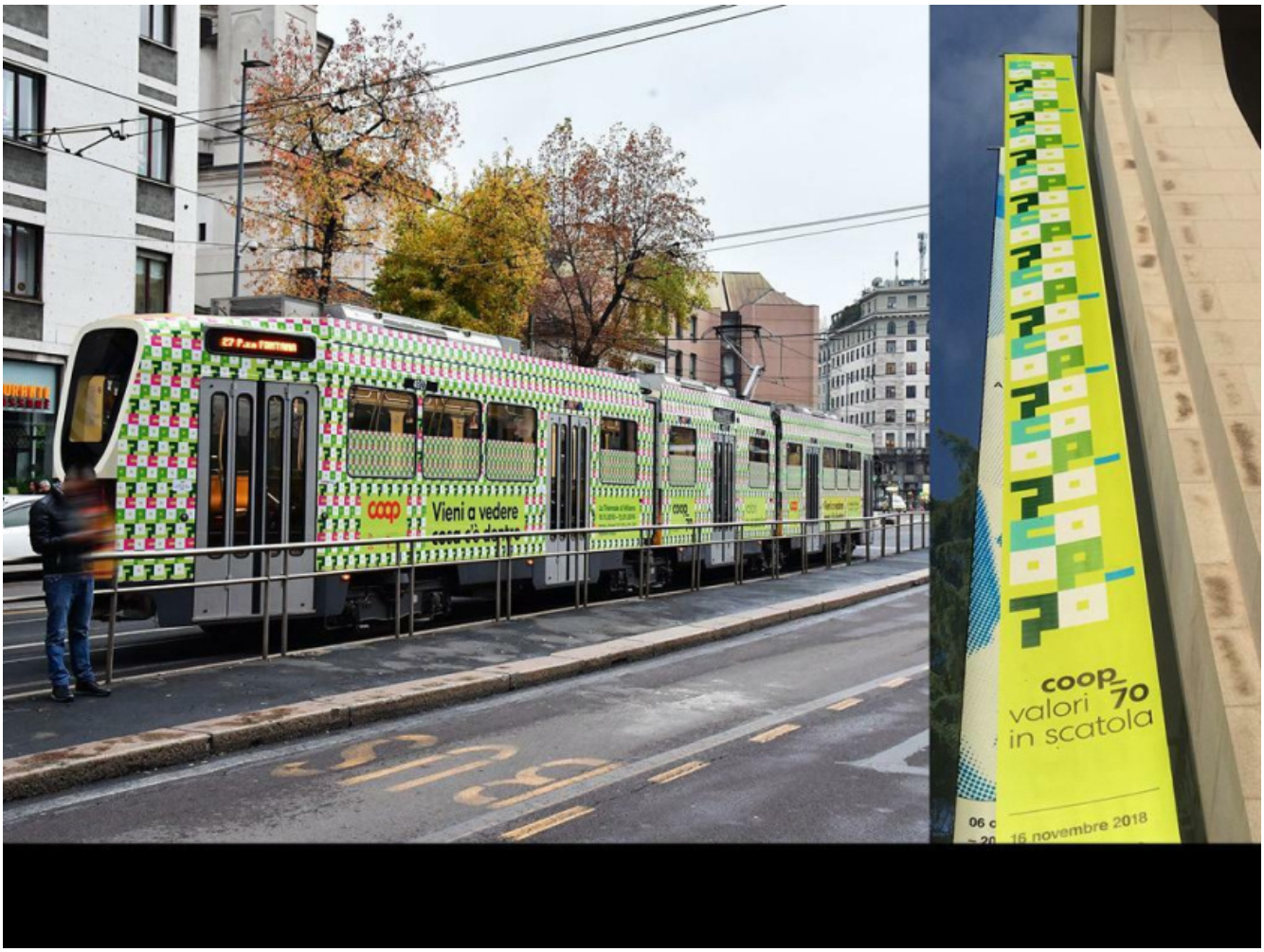





Primi studi per ricerche ed
1962 successive.
per velina
del albergo
e platform






coop
Vieni a vedere
coop
70
valori
in scatola
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





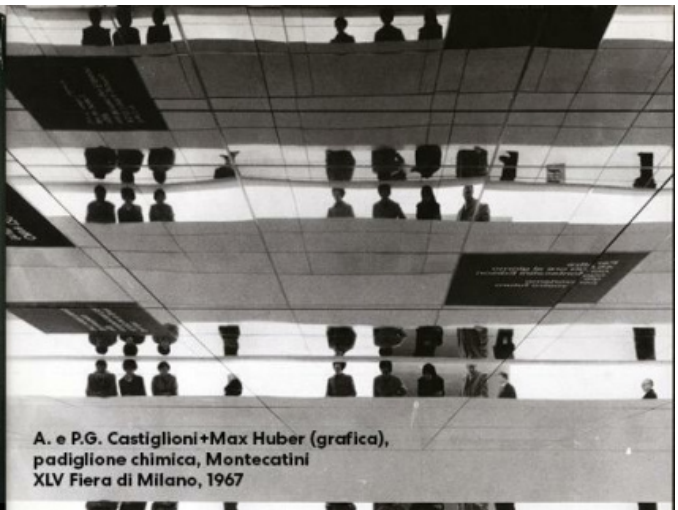
Fortunato Depero
padiglione del Libro
Biennale di Monza,
1927



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

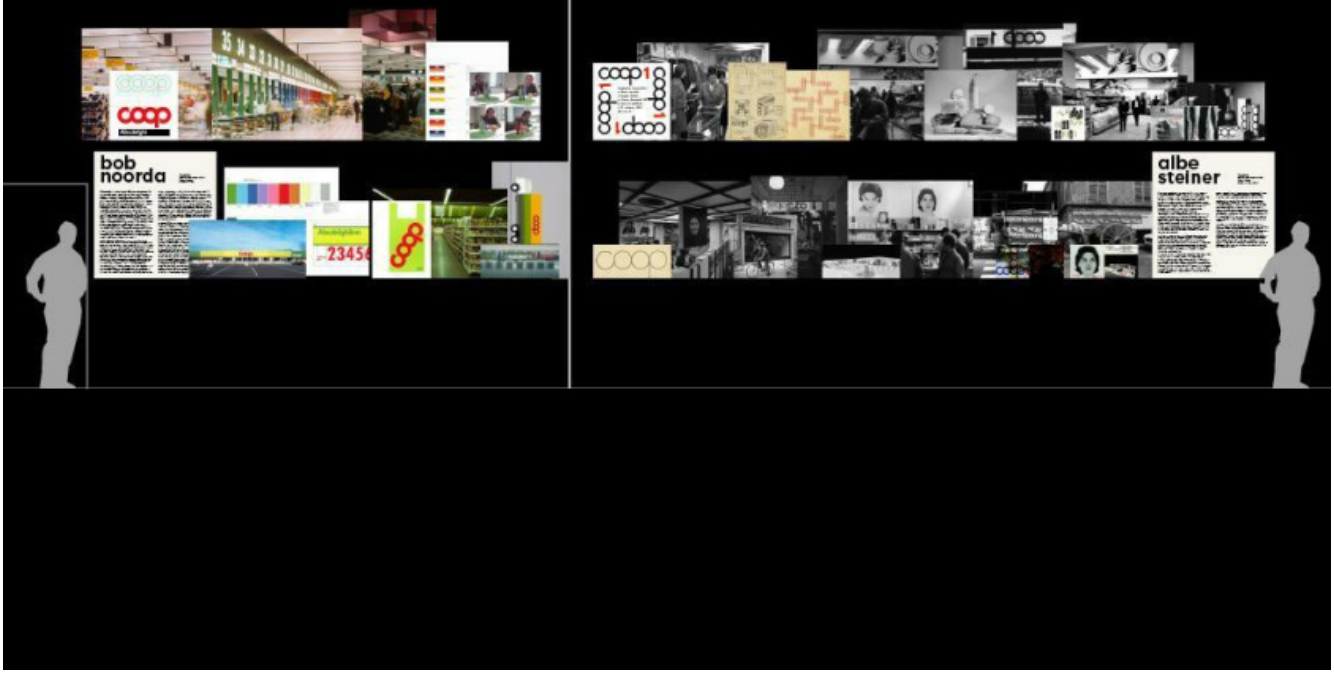


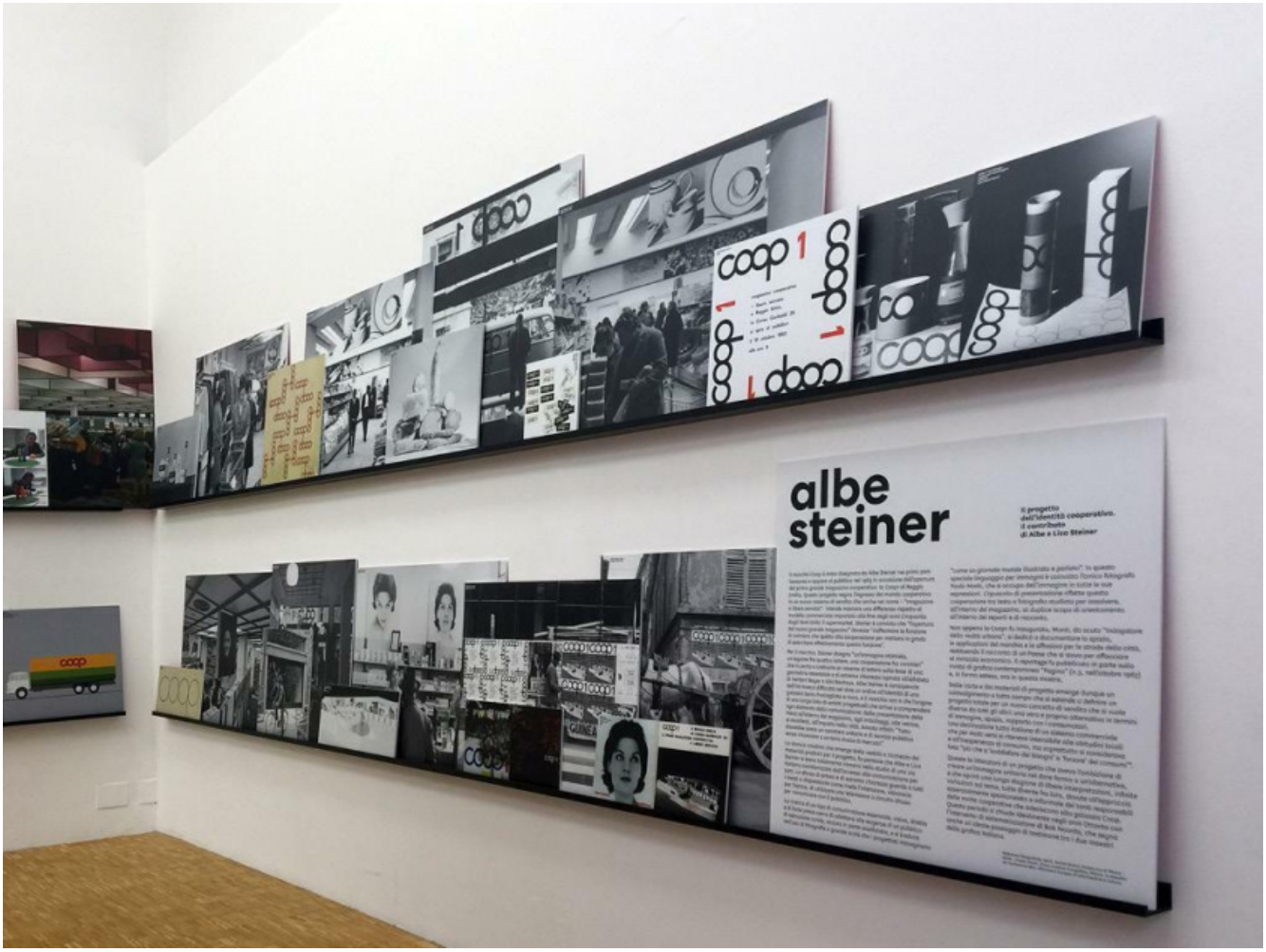
A. e P.G. Castiglioni + Max Huber (grafica)
padiglione vernici, Montecatini
XXXVII Fiera di Milano, 1959



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.



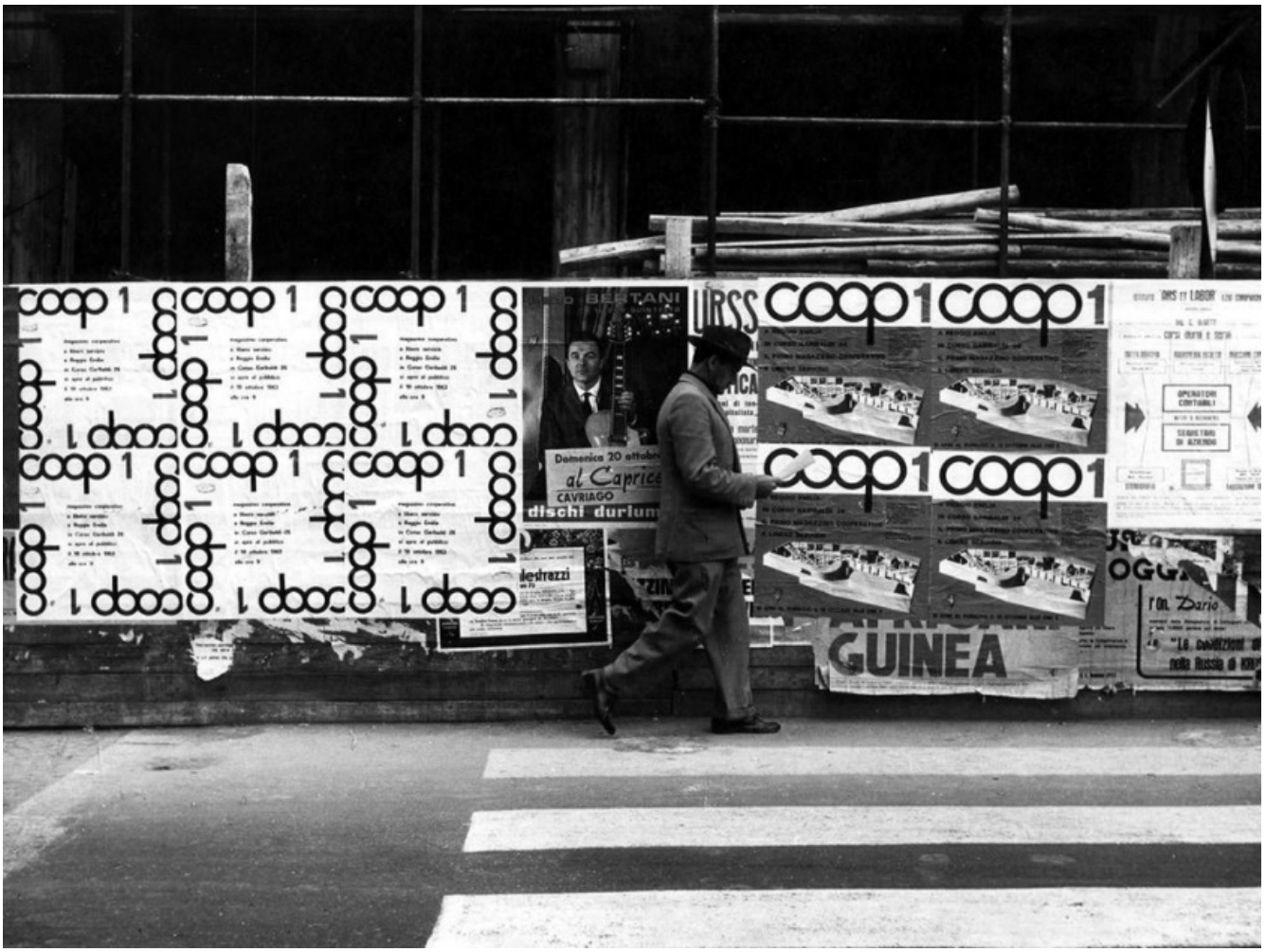

albe
steiner
Il progetto
dell'identità cooperativa.
Il contributo
di Albe e Lica Steiner


coop
Abcdefgh
bob
noorda
Abcdefghilmn
23456
coop

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 1
BERTANI
URSS
Domenica 20 attobre
al Caprice
CAVRIAGO
dischi durium
GUINEA
l'On. Dario


prodotti con amore
la difesa dell'ambiente 1988 – 1997
la coop sei tu, chi può darti di più!
ecco perché la gente si fida
al mare o ai monti. ma con la coop
fermiamo l'abuso dei pesticidi
coop. questa sì che è vita
l'edonismo consumista 1978 – 1987
lotta al carovita 1968 – 1977
i soci sono a tutti gli effetti proprietari della cooperativa
usate il cestello
l'invenzione del supermercato 1958 – 1967
w il 1° maggio



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.

