

## Non “solo” Mostra... eventi ed iniziative

22/11 ore 21.00,  
Teatro dell'Arte

**La felicità non è una truffa.**  
I valori di Coop vanno in scena  
con **Paolo Genovese** e **Lo Stato Sociale**

Con **Paolo Genovese** regista delle  
Coop Time Stories 2018 e **Lo Stato Sociale**,  
autori della colonna sonora

Conducono **Gino Castaldo**,  
giornalista e critico musicale,  
e **Steve della Casa**,  
giornalista e critico cinematografico

A chiusura dell'incontro esibizione  
musicale de **Lo Stato Sociale**  
(evento a inviti e fino ad esaurimento posti)

29/11 ore 18.30,  
Agorà

**Comunicazione visiva  
e grande pubblico.**  
Il progetto del logo Coop  
da Steiner a Noorda.\*

Con **Leonardo Sonnoli**, designer  
e docente ISIA Urbino  
**Mario Piazza**, professore universitario

Special guest:  
**Anna Stenier** con **Franco Origoni**,  
**Ornella Noorda**,  
**Lorenzo Anfossi**,  
**Luciana Gunetti**,  
**Cristina Mandelli**,  
**Francesco Dondina**  
e **Italo Lupi**

Conduce **Beppe Finessi**, architetto

14/12 ore 18.30,  
Agorà

**Maneggiare con cura**  
Un incontro per raccontare l'urgenza  
di compiere scelte consapevoli rispetto  
all'ambiente, al clima, alle abitudini  
di vita e di consumo.\*

Con **Luca Mercalli**,  
divulgatore scientifico e meteorologo,  
e **Paolo Virtuani**,  
giornalista Corriere della Sera

Conduce **Federico Taddia**  
giornalista, conduttore radiofonico  
e autore televisivo

12/01 ore 18.00,  
Salone d'Onore

**I 6 valori capitali**  
Un dialogo tra il serio e il faceto  
tra **Marco Pedroni**,  
presidente di Coop Italia e  
**Marco Dambrosio**, in arte **Makkox**,  
fumettista e blogger\*

Conduce **Tommaso Labate**, giornalista.

In apertura monologo di  
**Stefano Bartezzaghi**, giornalista e scrittore

\*  
Eventi ad ingresso libero  
fino ad esaurimento posti.

## Not “only” an Exhibition... events and initiatives

22/11 9 pm,  
Teatro dell'Arte

**Happiness is not a swindle.**  
Coop values on stage, with  
**Paolo Genovese** and **Lo Stato Sociale**.

On stage **Paolo Genovese**,  
director of Coop Time Stories 2018  
and **Lo Stato Sociale**,  
authors of the soundtrack

Presenter **Gino Castaldo**,  
journalist and music critic,  
and **Steve della Casa**,  
journalist and film critic

The event closes with a musical performance  
by **Lo Stato Sociale** (event by invitation  
and subject to available seating)

29/11 6.30 pm,  
Agorà

**Visual communication  
and the general public.**  
The Coop logo design  
from Steiner to Noorda.\*

With **Leonardo Sonnoli**, designer and  
professor ISIA Urbino  
**Mario Piazza**, university professor

Special guest:  
**Anna Stenier** con **Franco Origoni**,  
**Ornella Noorda**,  
**Lorenzo Anfossi**,  
**Luciana Gunetti**,  
**Cristina Mandelli**, **F**  
**rancesco Dondina**  
and **Italo Lupi**  
Presenter **Beppe Finessi**, architect

14/12 6.30 pm,  
Agorà

**Handle with care**  
A venue to recount the urgent need  
for conscious choices concerning  
the environment, climate, living  
and consumer habits.\*

With **Luca Mercalli**,  
scientific journalist and meteorologist,  
and **Paolo Virtuani**,  
journalist for the Corriere della Sera

Presenter **Federico Taddia**,  
journalist, radio presenter  
and TV author

12/01 6 pm,  
Salone d'Onore

**6 capital values**  
A half-serious half-joking dialogue  
between **Marco Pedroni**,  
president of Coop Italia and  
**Marco Dambrosio**, aka **Makkox**, cartoonist  
and blogger\*

Presented by **Tommaso Labate**, journalist.

Opens with a monologue by  
**Stefano Bartezzaghi**, journalist and writer

\*  
Events free subject to available seating.

La Triennale di Milano  
viale Alemagna, 6 Milano  
16.11.2018 – 13.01.2019  
mar–dom 10.30–20.30  
Tue–Sun 10.30 am–8.30 pm  
Ingresso libero / Free entry

Con la collaborazione di /  
In collaboration with



www.coop70.it  
#coop70

coop <sub>70</sub> valori  
in scatola

## Coop\_70. Valori in scatola

Se si pensa al titolo della mostra “Coop\_70. Valori in scatola” si comprende immediatamente il filo conduttore del progetto: i protagonisti sono i **prodotti**. I prodotti raccontano il cambiamento sociale, culturale ed economico del Paese, la complessità del mondo produttivo, l'agire cooperativo della nostra impresa. 70 anni fa le Cooperative italiane decisero di adottare per i propri prodotti un unico marchio, il **marchio Coop**; decisero cioè di affidare ai prodotti Coop il compito di testimoniare e rendere concreti i valori comuni: sicurezza, convenienza, rispetto dell'ambiente e delle persone, attenzione al futuro e alle nuove generazioni. Vogliamo festeggiare questo anniversario con una **mostra** che racconti il punto di vista di Coop sull'interazione tra chi produce, chi vende e chi consuma, e che diventi anche un momento di ascolto e coinvolgimento delle persone e dei nostri soci. Sono proprio i soci che rappresentano la peculiarità della nostra ragione sociale: proprietari e al tempo stesso principali destinatari dei prodotti e dei servizi erogati.

## Coop\_70. Values in a box

Anybody reading the title of this exhibition - “Coop\_70. Packaged Values” - will immediately get the message: the **product** is the protagonist. Products reflect the country's social, cultural and economic changes, the complexity of its industries and agriculture, and the cooperative impact of our organisation. 70 years ago the Italian Cooperatives decided to adopt for their products a single brand name: **Coop**. That decision appointed Coop products to witness and put into effect such common values as safety, value for money, respect for the environment, attention to the future and to the younger generations. We are celebrating this anniversary with an **exhibition** that states Coop's outlook on the interaction between producers, sellers and consumers, whilst also making it an opportunity for people and for our members to listen and to feel involved. Our members in fact represent the peculiarity of our corporate name, since they are both the owners and the main recipients of Coop's products and services.

## Non “solo” Mostra... un percorso interattivo ed esperienziale

**1 Spettacolo dei numeri**  
Grande mappa dei numeri, delle relazioni, dei fatti e delle persone che ruotano attorno alla galassia Coop. Un flusso di dati rivela la dimensione e l'intreccio di reti, addetti e merci per far comprendere a colpo d'occhio cosa si intende quando si parla di Coop.

\* Il progetto dell'identità cooperativa: il contributo di Albe e Lica Steiner, e di Bob Noorda

**2 Esperienza del quotidiano**  
Poche cose al mondo sono così italiane come un piatto di pastasciutta. Sulle filiere della pasta, del pomodoro e dell'olio di oliva l'Italia ha costruito una vera e propria cultura. L'anatomia di un piatto di pastasciutta ci porta nel vivo dello scenario agricolo e industriale del nostro Paese per scoprire un racconto anche attraverso i volti e le testimonianze di chi si prende cura dei prodotti che tutti consumiamo.

**3 Spesa dei valori**  
Bontà, Sicurezza, Convenienza, Trasparenza, Etica e Ecologia sono i valori all'origine di ogni prodotto Coop. Sei meta-prodotti (un normale foglio di carta da ritagliare, piegare e mettere in forma) entrano nel merito del significato primo di ogni valore e lo traducono in forma di oggetto da prendere e portare con sé.

**4 Campanile carosello**  
A partire dai primi anni Settanta, Coop si avvicina al mezzo televisivo scegliendo di raccontarsi al grande pubblico con un nuovo linguaggio: Ugo Gregoretti è l'autore della prima campagna di spot televisivi trasmessi all'interno di Carosello. Ogni lato del campanile mostra le diverse campagne che si sono succedute nel corso degli anni per comunicare la propria visione alternativa e la cura per le persone e l'ambiente.

+ **Spot & Slogan**  
Settant'anni di bisogni primari concentrati nella sintesi degli slogan che hanno scandito, nelle piazze o nelle campagne pubblicitarie, l'agire del movimento cooperativo dal 1948 al 2018. Il racconto dell'evoluzione dei bisogni essenziali dall'osservatorio privilegiato Coop ripercorre le urgenze e le rivendicazioni che hanno caratterizzato i diversi decenni.

**5 Periscopi**  
Sei video-frammenti aprono uno scorcio sugli scenari di consumo indagati da Coop nel corso di 70 anni. Dal «cibo spaziale» per gli astronauti della base orbitale russa Soyuz, ad Expo 2015 col “Supermercato del Futuro”, all'oggi con i programmi sulla difesa dell'ambiente e sul benessere animale.

**6 Fattoria cooperativa**  
Nella fattoria cooperativa, i più piccoli possono sperimentare, attraverso l'animazione e il gioco, cosa significhi «consumare consapevolmente».

**7 Facewall**  
La parete di uscita visualizza e raccoglie i volti di chi vuole partecipare alla mostra e lasciare un segno.



## Not “only” an Exhibition... an interactive and experiential map

**1 Numbers on display**  
A large-scale map of the numbers, relations, facts and people that rotate around the Coop galaxy. A data flow reveals the scale and the intermixture of its networks, staff and goods. So that visitors can understand at a glance what is meant by the word Coop.

\* The cooperative identity design: the contributions made by Albe and Lica Steiner, and Bob Noorda

**2 Tasting everyday life**  
Few things in the world are as Italian as a plate of *pastasciutta*. On the food chain of pasta, tomato and olive oil, Italy has built a whole culture. The anatomy of a plate of *pastasciutta* brings us into the quick of this country's agricultural and industrial scene. Into a story that can also be told through the faces and the testimonies of the people who prepare the products that we all consume.

**3 Shopping values**  
Goodness, Safety, Value for Money, Transparency, Ethics and Ecology are the mainstays of every Coop product. Six meta-products (a normal sheet of paper to be cut out, folded and shaped) examine the prime meaning of each value and convert it into the shape of an object to be picked up and taken away.

**4 Carosello Tower.**  
In the early 1970s Coop entered the medium of television, in a bid to describe itself to the public through a new idiom. Ugo Gregoretti authored the Coop's first TV commercials campaign to use Carosello. Each side of the tower shows the succession of campaigns broadcast over the years to communicate the supermarket's alternative vision and its caring attitude to people and the environment.

+ **Commercials and Slogans**  
Seventy years of primary needs, concentrated into the slogans which, in piazzas or in advertising campaigns, have punctuated the actions of the cooperative movement from 1948 to 2018. The story of the evolution of essential needs, seen from the vantage point of a Coop observatory, retraces the urgencies and demands that have characterised these decades.

**5 Periscopes**  
Six video-fragments offer a perspective view of consumer situations surveyed by Coop over the past 70 years. From “space food” for astronauts aboard the Russian Soyuz space station, to Expo 2015 and the “Supermarket of the Future”, right up to the present with its environmental defence and animal welfare programmes.

**6 Cooperative farm**  
On our cooperative farm, children can experiment with animation and games to find out what it means to “consume consciously”.

**7 Facewall**  
The exit wall visualizes and features the faces of anybody wishing to participate in the exhibition and to leave their mark on it.

## Non “solo” Mostra... eventi ed iniziative

22/11 ore 21.00,  
Teatro dell'Arte

**La felicità non è una truffa.**  
I valori di Coop vanno in scena  
con **Paolo Genovese** e **Lo Stato Sociale**

Con **Paolo Genovese** regista delle  
Coop Time Stories 2018 e **Lo Stato Sociale**,  
autori della colonna sonora

Conducono **Gino Castaldo**,  
giornalista e critico musicale,  
e **Steve della Casa**,  
giornalista e critico cinematografico

A chiusura dell'incontro esibizione  
musicale de Lo Stato Sociale  
(evento a inviti e fino ad esaurimento posti)

29/11 ore 18.30,  
Agorà

**Comunicazione visiva  
e grande pubblico.**  
Il progetto del logo Coop  
da Steiner a Noorda.\*

Con **Leonardo Sonnoli**, designer  
e docente ISIA Urbino  
**Mario Piazza**, professore universitario

Special guest:  
**Anna Stenier** con **Franco Orioni**,  
**Ornella Noorda**,  
**Lorenzo Anfossi**,  
**Luciana Gunetti**,  
**Cristina Mandelli**,  
**Francesco Dondina**  
e **Italo Lupi**

Conduce **Beppe Finessi**, architetto

14/12 ore 18.30,  
Agorà

**Maneggiare con cura**  
Un incontro per raccontare l'urgenza  
di compiere scelte consapevoli rispetto  
all'ambiente, al clima, alle abitudini  
di vita e di consumo.\*

Con **Luca Mercalli**,  
divulgatore scientifico e meteorologo,  
e **Paolo Virtuani**,  
giornalista Corriere della Sera

Conduce **Federico Taddia**  
giornalista, conduttore radiofonico  
e autore televisivo

12/01 ore 18.00,  
Salone d'Onore

**I 6 valori capitali**  
Un dialogo tra il serio e il faceto  
tra **Marco Pedroni**,  
presidente di Coop Italia e  
**Marco Dambrosio**, in arte **Makkox**,  
fumettista e blogger\*

Conduce **Tommaso Labate**, giornalista.

In apertura monologo di  
**Stefano Bartezzaghi**, giornalista e scrittore

\*  
Eventi ad ingresso libero  
fino ad esaurimento posti.

La Triennale di Milano  
viale Alemagna, 6 Milano  
16.11.2018 – 13.01.2019  
mar-dom 10.30-20.30  
Ingresso libero

Con la collaborazione di



www.coop70.it  
#coop70

coop  
70 valori  
in scatola

# Coop\_70. Valori in scatola

Se si pensa al titolo della mostra "Coop\_70. Valori in scatola" si comprende immediatamente il filo conduttore del progetto: i protagonisti sono i **prodotti**. I prodotti raccontano il cambiamento sociale, culturale ed economico del Paese, la complessità del mondo produttivo, l'agire cooperativo della nostra impresa. 70 anni fa le Cooperative italiane decisero di adottare per i propri prodotti un unico marchio, il **marchio Coop**; decisero cioè di affidare ai prodotti Coop il compito di testimoniare e rendere concreti i valori comuni: sicurezza, convenienza, rispetto dell'ambiente e delle persone, attenzione al futuro e alle nuove generazioni. Vogliamo festeggiare questo anniversario con una **mostra** che racconti il punto di vista di Coop sull'interazione tra chi produce, chi vende e chi consuma, e che diventi anche un momento di ascolto e coinvolgimento delle persone e dei nostri soci. Sono proprio i soci che rappresentano la peculiarità della nostra ragione sociale: proprietari e al tempo stesso principali destinatari dei prodotti e dei servizi erogati.

## Non "solo" Mostra... un percorso interattivo ed esperienziale

**1 Spettacolo dei numeri**  
Grande mappa dei numeri, delle relazioni, dei fatti e delle persone che ruotano attorno alla galassia Coop. Un flusso di dati rivela la dimensione e l'intreccio di reti, addetti e merci per far comprendere a colpo d'occhio cosa si intende quando si parla di Coop.

**\***  
Il progetto dell'identità cooperativa: il contributo di Albe e Lica Steiner, e di Bob Noorda

**2 Esperienza del quotidiano**  
Poche cose al mondo sono così italiane come un piatto di pastasciutta. Sulle filiere della pasta, del pomodoro e dell'olio di oliva l'Italia ha costruito una vera e propria cultura. L'anatomia di un piatto di pastasciutta ci porta nel vivo dello scenario agricolo e industriale del nostro Paese per scoprire un racconto anche attraverso i volti e le testimonianze di chi si prende cura dei prodotti che tutti consumiamo.

**3 Spesa dei valori**  
Bontà, Sicurezza, Convenienza, Trasparenza, Etica e Ecologia sono i valori all'origine di ogni prodotto Coop. Sei meta-prodotti (un normale foglio di carta da ritagliare, piegare e mettere in forma) entrano nel merito del significato primo di ogni valore e lo traducono in forma di oggetto da prendere e portare con sé.

**4 Campanile carosello**  
A partire dai primi anni Settanta, Coop si avvicina al mezzo televisivo scegliendo di raccontarsi al grande pubblico con un nuovo linguaggio: Ugo Gregoretti è l'autore della prima campagna di spot televisivi trasmessi all'interno di Carosello. Ogni lato del campanile mostra le diverse campagne che si sono succedute nel corso degli anni per comunicare la propria visione alternativa e la cura per le persone e l'ambiente.

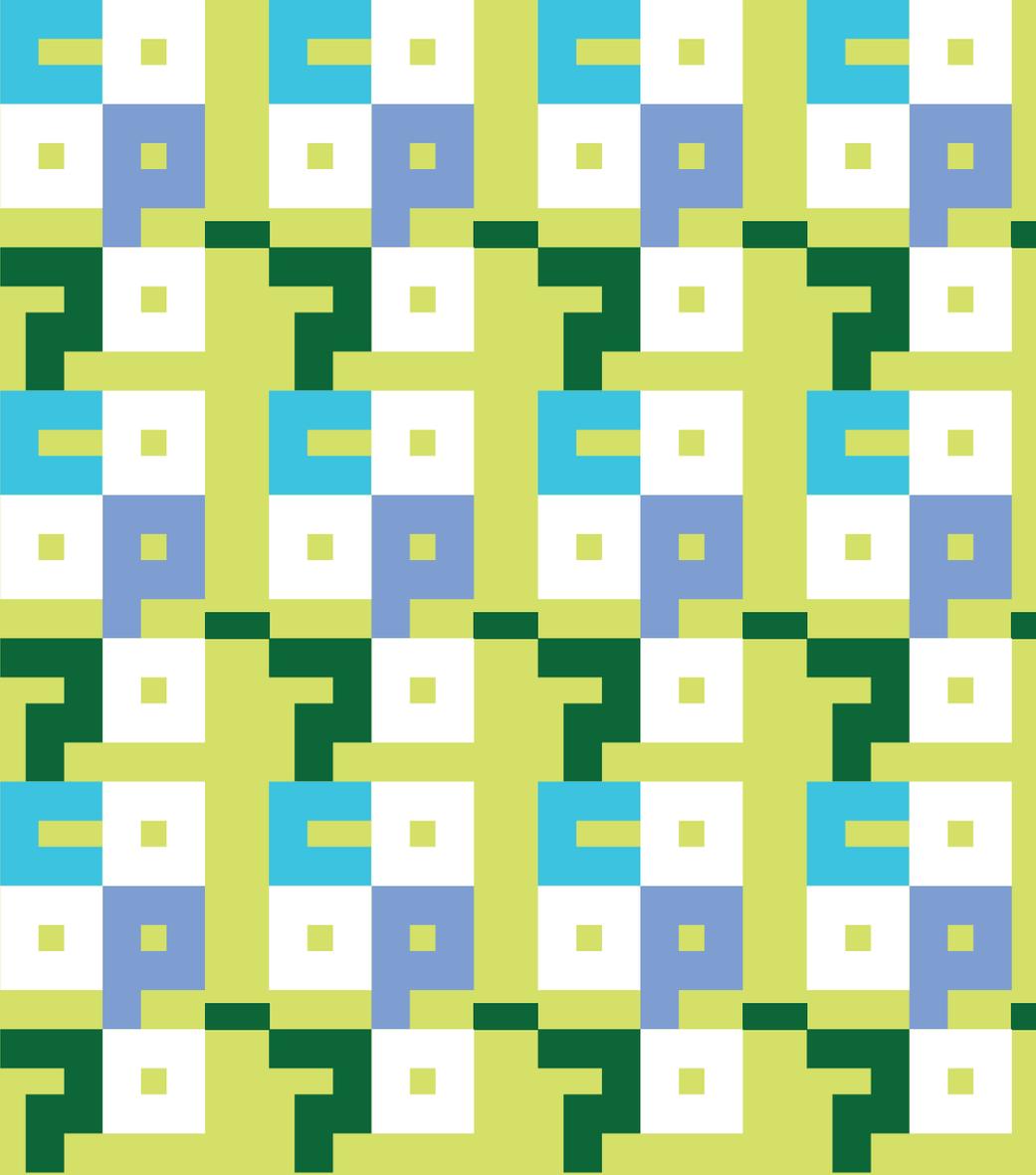
**Spot & Slogan**  
Settant'anni di bisogni primari concentrati nella sintesi degli slogan che hanno scandito, nelle piazze o nelle campagne pubblicitarie, l'agire del movimento cooperativo dal 1948 al 2018. Il racconto dell'evoluzione dei bisogni essenziali dall'osservatorio privilegiato Coop ripercorre le urgenze e le rivendicazioni che hanno caratterizzato i diversi decenni.

**5 Periscopi**  
Sei video-fragmenti aprono uno scorcio sugli scenari di consumo indagati da Coop nel corso di 70 anni. Dal «cibo spaziale» per gli astronauti della base orbitale russa Soyuz, ad Expo 2015 col "Supermercato del Futuro", all'oggi con i programmi sulla difesa dell'ambiente e sul benessere animale.

**6 Fattoria cooperativa**  
Nella fattoria cooperativa, i più piccoli possono sperimentare, attraverso l'animazione e il gioco, cosa significhi «consumare consapevolmente».

**7 Facewall**  
La parete di uscita visualizza e raccoglie i volti di chi vuole partecipare alla mostra e lasciare un segno.





**La Triennale di Milano**  
**viale Alemagna, 6 Milano**  
**16.11.2018 – 13.01.2019**  
**mar–dom 10.30–20.30**  
**Ingresso libero**

Con la collaborazione di



[www.coop70.it](http://www.coop70.it)  
#coop70

# Non “solo” Mostra... eventi ed iniziative

22/11 ore 21.00,  
Teatro dell'Arte

**La felicità non è una truffa.  
I valori di Coop vanno in scena  
con Paolo Genovese e Lo Stato Sociale**

Con **Paolo Genovese** regista delle  
Coop Time Stories 2018 e **Lo Stato Sociale**,  
autori della colonna sonora

Conducono **Gino Castaldo**,  
giornalista e critico musicale,  
e **Steve della Casa**,  
giornalista e critico cinematografico

A chiusura dell'incontro esibizione  
musicale de Lo Stato Sociale  
(evento a inviti e fino ad esaurimento posti)

29/11 ore 18.30,  
Agorà

**Comunicazione vivaiva  
e grande pubblico.  
Il progetto del logo Coop  
da Steiner a Noorda.\***

Con **Leonardo Sonnoli**, designer  
e docente ISIA Urbino  
**Mario Piazza**, professore universitario

Special guest:  
**Anna Stenier** con **Franco Origoni**,  
**Ornella Noorda**,  
**Lorenzo Anfossi**,  
**Luciana Gunetti**,  
**Cristina Mandelli**,  
**Francesco Dondina**  
e **Italo Lupi**

Conduce **Beppe Finessi**, architetto

14/12 ore 18.30,  
Agorà

**Maneggiare con cura  
Un incontro per raccontare l'urgenza  
di compiere scelte consapevoli rispetto  
all'ambiente, al clima, alle abitudini  
di vita e di consumo.\***

Con **Luca Mercalli**,  
divulgatore scientifico e meteorologo,  
e **Paolo Virtuani**,  
giornalista Corriere della Sera

Conduce **Federico Taddia**  
giornalista, conduttore radiofonico  
e autore televisivo

12/01 ore 18.00,  
Salone d'Onore

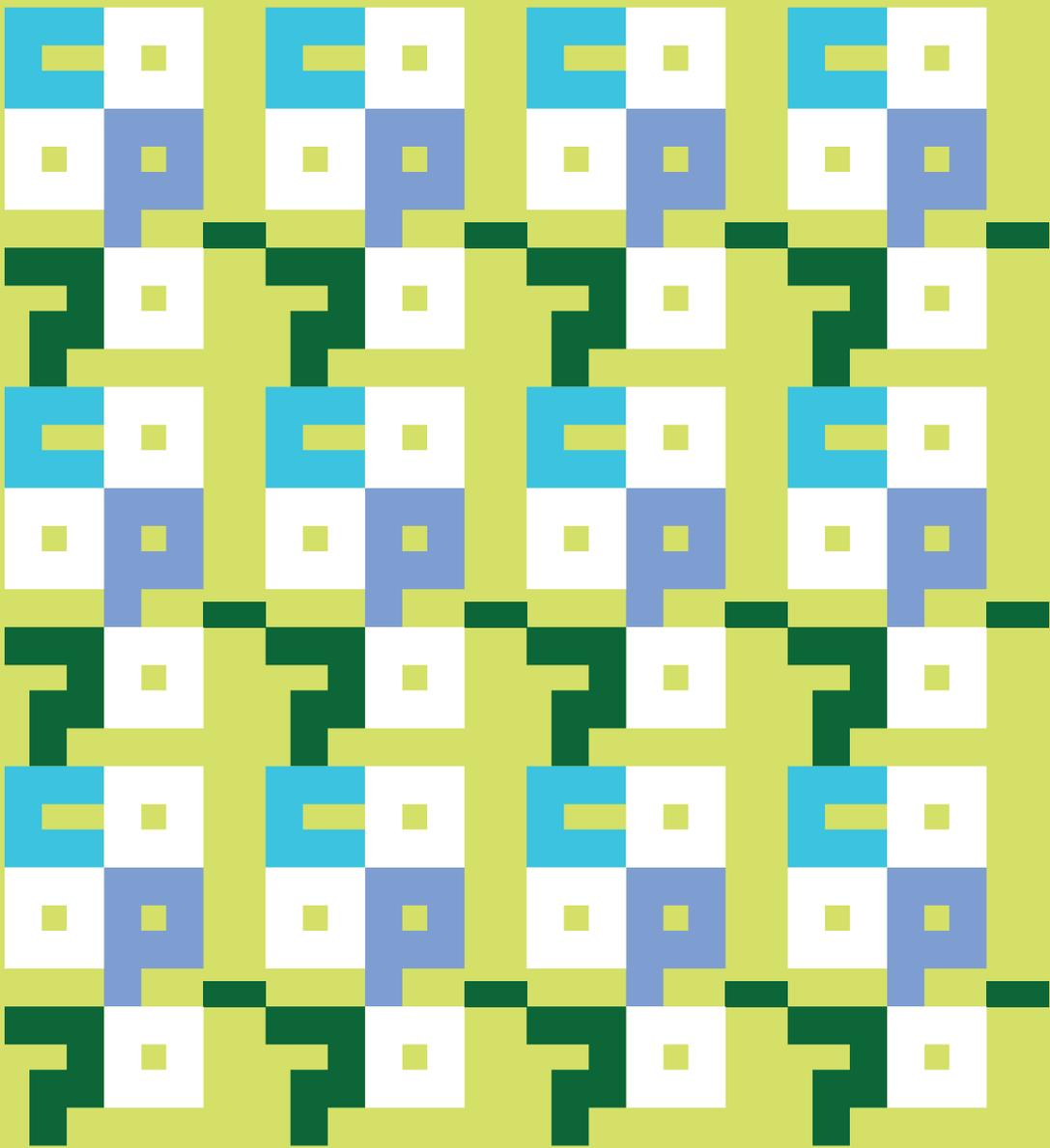
**I 6 valori capitali  
Un dialogo tra il serio e il faceto  
tra Marco Pedroni,  
presidente di Coop Italia e  
Marco Dambrosio, in arte Makkox,  
fumettista e blogger\***

Conduce **Tommaso Labate**, giornalista.

In apertura monologo di  
**Stefano Bartzozzghi**, giornalista e scrittore

\*

Eventi ad ingresso libero  
fino ad esaurimento posti.



**coop**  
**70** valori  
in scatola

# Coop\_70.

## Valori in scatola

Se si pensa al titolo della mostra "Coop\_70. Valori in scatola" si comprende immediatamente il filo conduttore del progetto: i protagonisti sono i **prodotti**. I prodotti raccontano il cambiamento sociale, culturale ed economico del Paese, la complessità del mondo produttivo, l'agire cooperativo della nostra impresa.

70 anni fa le Cooperative italiane decisero di adottare per i propri prodotti un unico marchio, il **marchio Coop**; decisero cioè di affidare ai prodotti Coop il compito di testimoniare e rendere concreti i valori comuni: sicurezza, convenienza, rispetto dell'ambiente e delle persone, attenzione al futuro e alle nuove generazioni.

Vogliamo festeggiare questo anniversario con una **mostra** che racconti il punto di vista di Coop sull'interazione tra chi produce, chi vende e chi consuma, e che diventi anche un momento di ascolto e coinvolgimento delle persone e dei nostri soci. Sono proprio i soci che rappresentano la peculiarità della nostra ragione sociale: proprietari e al tempo stesso principali destinatari dei prodotti e dei servizi erogati.

# Non “solo” Mostra... un percorso interattivo ed esperienziale

## 1 **Spettacolo dei numeri**

Grande mappa dei numeri, delle relazioni, dei fatti e delle persone che ruotano attorno alla galassia Coop. Un flusso di dati rivela la dimensione e l'intreccio di reti, addetti e merci per far comprendere a colpo d'occhio cosa si intende quando si parla di Coop.

\*  
Il progetto dell'identità cooperativa: il contributo di Albe e Lica Steiner, e di Bob Noorda

## 2 **Esperienza del quotidiano**

Poche cose al mondo sono così italiane come un piatto di pastasciutta. Sulle filiere della pasta, del pomodoro e dell'olio di oliva l'Italia ha costruito una vera e propria cultura. L'anatomia di un piatto di pastasciutta ci porta nel vivo dello scenario agricolo e industriale del nostro Paese per scoprire un racconto anche attraverso i volti e le testimonianze di chi si prende cura dei prodotti che tutti consumiamo.

## 3 **Spesa dei valori**

Bontà, Sicurezza, Convenienza, Trasparenza, Etica e Ecologia sono i valori all'origine di ogni prodotto Coop. Sei meta-prodotti (un normale foglio di carta da ritagliare, piegare e mettere in forma) entrano nel merito del significato primo di ogni valore e lo traducono in forma di oggetto da prendere e portare con sé.

## 4 **Campanile carosello**

A partire dai primi anni Settanta, Coop si avvicina al mezzo televisivo scegliendo di raccontarsi al grande pubblico con un nuovo linguaggio: Ugo Gregoretti è l'autore della prima campagna di spot televisivi trasmessi all'interno di Carosello. Ogni lato del campanile mostra le diverse campagne che si sono succedute nel corso degli anni per comunicare la propria visione alternativa e la cura per le persone e l'ambiente.

### + **Spot & Slogan**

Settant'anni di bisogni primari concentrati nella sintesi degli slogan che hanno scandito, nelle piazze o nelle campagne pubblicitarie, l'agire del movimento cooperativo dal 1948 al 2018. Il racconto dell'evoluzione dei bisogni essenziali dall'osservatorio privilegiato Coop ripercorre le urgenze e le rivendicazioni che hanno caratterizzato i diversi decenni.

## 5 **Periscopi**

Sei video-fragmenti aprono uno scorcio sugli scenari di consumo indagati da Coop nel corso di 70 anni. Dal «cibo spaziale» per gli astronauti della base orbitale russa Soyuz, ad Expo 2015 col «Supermercato del Futuro», all'oggi con i programmi sulla difesa dell'ambiente e sul benessere animale.

## 6 **Fattoria cooperativa**

Nella fattoria cooperativa, i più piccoli possono sperimentare, attraverso l'animazione e il gioco, cosa significhi «consumare consapevolmente».

## 7 **Facewall**

La parete di uscita visualizza e raccoglie i volti di chi vuole partecipare alla mostra e lasciare un segno.

