



02
F
DP

FONDO / FOLDER
DIEGO PROSPERO



CDPG
AIAP

FDP-CVma013-014-017-018, El Prosper, 1969-1973, serie di manifesti - serigrafia su pvc argentato / poster series - silkscreen on plastic silver, design Silvio Coppola



F
FONDO / FOLDER
CDPG AIAP

02 F DP
FONDO / FOLDER
DIEGO PROSPERO

Aiap Edizioni
Febbraio / February 2015
ISBN 978 88 94069 11 2

Aiap
Associazione italiana design
della comunicazione visiva
/ Italian association of visual
communication design
via Amilcare Ponchielli 3
20129 Milano
www.aiap.it

Presidente / President
Daniela Piscitelli

Vice presidente / Vice president
Cinzia Ferrara

Segretario generale
/ Secretary general
Gabriele Maci

Consiglieri / Board members
Andrea Innocenti, Gianni Latino,
Carla Palladino, Roberto Pieracini

Tesoriere / Treasurer
Ino Chisesi

CDPG / Aiap
Centro di Documentazione
sul Progetto Grafico / Graphic
Design Documentation Centre
via Amilcare Ponchielli 3
20129 Milano
biblioteca@aiap.it
www.aiap.it/cdpg

Responsabile scientifico
/ Scientific director
Mario Piazza

Coordinamento / Coordinator
Francesco E. Guida

Responsabile operativo e ricerche
/ Operational manager and research
Lorenzo Grazzani

Progetto grafico / Graphic design
Michele Galluzzo

Un particolare ringraziamento
a Paola e Maria Giovanna
Prospero per aver acconsentito
a depositare presso il CDPG /
Aiap il Fondo Diego Prospero /
Special thanks to Paola and Maria
Giovanna Prospero for agreed
to deposit at CDPG / Aiap the
Diego Prospero's Fund.



FDP-CVma001-002-003-004-005, El Prosper, 1969-1973,
serie di manifesti – serigrafia su pvc dorato / poster series
– silkscreen on golden pvc, design Silvio Coppola



FDP-CVma006, El Prosper, 1969-1973, serie di manifesti – serigrafia su pvc dorato / poster series – silkscreen on golden pvc, design Silvio Coppola



FDP-CVma010, El Prosper, 1973, manifesto augurale – serigrafia su pvc dorato / greeting poster – silkscreen on golden pvc, design Silvio Coppola



FDP-CVma007, El Prosper, 1969-1973, serie di manifesti – serigrafia su pvc dorato / poster series – silkscreen on golden pvc, design Silvio Coppola



FDP-PUst001, El Prosper, 1970, annuncio pubblicitario / advertisement, design Silvio Coppola



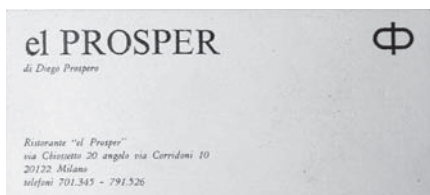
FDP-CVfo002, El Prosper, 1967, interno del ristorante / interior of the restaurant, foto / photo Davide Clari



FDP-CVfo011, El Prosper, 1970 c., serata dedicata a Il giornalista del mese – Premiolo / event dedicated to The reporter of the month – Premiolo



FDP-CVfo001, El Prosper, 1970 c., interno del ristorante / interior of the restaurant



FDP-CVst002, El Prosper, 1966, biglietto da visita con monogramma / Business card with monogram, design Silvio Coppola



FDP-CVst001, El Prosper, 1967 c., pieghevole / leaflet, design Silvio Coppola



FDP-CVma028, El Prosper, 1966, manifesto augurale / greeting poster, design Silvio Coppola

IT SILVIO COPPOLA, DIEGO PROSPERO
E IL RISTORANTE EL PROSPER

La permeabilità tra le discipline del progetto, che fin dal principio caratterizza l'evoluzione del disegno industriale italiano, trova a metà degli anni Sessanta una concretizzazione esemplare nel restyling dell'identità del ristorante milanese El Prosper a opera di Silvio Coppola. Nato a Brindisi nel 1920, Coppola si forma a Milano come architetto nelle aule del Politecnico, affinando la propria metodologia progettuale tanto in architettura, quanto nel graphic e product design, come testimoniano la sua presenza attiva all'interno di associazioni di settore quali l'Adi, l'Art Directors Club di Milano, l'Agi e l'Aiga di New York, e la fondazione, a fine anni Sessanta, del collettivo di ricerca interdisciplinare Exhibition Design.

Tale progetto di rinnovamento porta Coppola a confrontarsi sia con la stratificazione dell'identità di tre generazioni di ristoratori di origine ticinese, sia con la volontà di rinnovamento incarnata dalla vivace personalità di Diego Prospero (Milano, 1922-2000). Il restyling degli ambienti del ristorante di via Chiossetto 20 (nato come rivendita di vini in piazza del Sole ed evolutosi in tavola calda nel 1882) offre a Coppola l'opportunità di progettare in maniera *totale* articolando architettura, progettazione grafica, design del prodotto e art direction. Nel progetto firmato nel 1966 assieme a Maria Grazia Moretti e Sergio

EN SILVIO COPPOLA, DIEGO PROSPERO
AND THE EL PROSPER RESTAURANT

The permeability between design disciplines, that had been a distinguishing feature of the Italian industrial design evolution since the beginning, found its quintessential fulfillment in the restyling of the identity of El Prosper restaurant by Silvio Coppola. Born in Brindisi, 1920, Coppola studied architecture at the Polytechnic of Milan, and proved his interest in both architecture and graphic design methodology with his active presence in specialized association like Adi, Art Directors Club Milan, Agi and Aiga, New York, and the foundation, at the end of the Sixties, of the interdisciplinary research collective Exhibition Design.

For the project for the Prospero restaurant redesign, Coppola had to deal with the layering of the identities of three restaurateurs generations from Ticino, and the innovative and lively personality of Diego Prospero. The restyling of the restaurant spaces in Via Chiossetto 20 (once a wine reseller in piazza del Sole and later a hash house, in 1882) gave Coppola the possibility of designing as a whole, that could include architecture, art direction, graphic and product design. In the 1966 project signed together with Maria Grazia Moretti and Matteo Radice, the restaurant kept its nineteenth-century appearance in the archs, columns, parts of ancient walls

Radice, l'abitazione meneghina ottocentesca che ospita l'attività ristorativa rimane visibile negli archi, nelle colonne, in porzioni dell'antica muratura che coesistono con un nuovo rigore funzionale, coniugando lo spirito dell'osteria tipica con l'identità di un distinto locale moderno. La presenza delle lampade *Snoopy* e *Splügen Bräu* disegnate dai fratelli Castiglioni per Flos, della *Boalum* di Artemide da Livio Castiglioni e Gianfranco Frattini, delle posate Sambonet e dei piatti e bicchieri da Tapio Wirkkala per Rosenthal è un chiaro indice dell'immaginario contemporaneo scelto dal progettista. Coppola stesso firma pure il disegno dell'arredo sia di serie sia su misura prodotto da Bernini (la sedia *Modello 620* in noce) e da Laminati Plastici (le porte a ventola intelaiate in acciaio spazzolato), aziende delle quali negli stessi anni egli è art-director. La ristrutturazione architettonica coincide con lo sviluppo della nuova immagine coordinata del ristorante secondo una visione di corporate identity totalizzante e contemporanea. Pertanto, il monogramma ovale *dp* del logo proposto per il ristorante di Diego Prospero ricorre metodicamente sugli annunci pubblicitari, sulla carta intestata, sui menù, sulle posate e sulla porta di accesso al locale, fino a tradursi in oblò all'interno del ristorante e nella vetrina frigorifero in acciaio spazzolato presente nella bussola d'ingresso.

Elemento determinante della rinnovata identità visiva del Prospero sono inoltre i manifesti a tiratura limi-

so to coexist with a new functional sharpness, mixing the typical 'osteria' spirit with the identity of a modern and refined pub. Silvio Coppola choices for interiors and tableware are a clear declaration of his contemporary imaginary: *Snoopy* and *Splügen Bräu* lamps, designed by Castiglioni brothers for Flos, or *Boalum*, designed by Livio Castiglioni and Gianfranco Frattini for Artemide, the Sambonet silverware, and plates and glasses designed by Tapio Wirkkala for Rosenthal. Coppola himself designed the furniture, some mass-produced, some custom designed, produced by Bernini (i.e. the walnut *Modello 620* chair) and Laminati Plastici (i.e. the swing doors with brushed steel frame), two companies for which he was art director at that time. The architectural restoration ran parallel to the development of the restaurant new coordinate image, following the idea of a total and contemporary corporate identity. The elliptical monogram *dp* proposed for the Diego Prospero restaurant is methodically used in commercial, on the letterhead, on the menus, on the silverware and on the restaurant door, and even on the interior porthole and on the refrigerated window display made of brushed steel in the vestibule.

The most important element in the new identity of El Prosper restaurant is a limited edition poster series designed by Coppola, which clashes with the interior design. The spaces of the restaurant, opened in 1967, hosted a «permanent graphic design exhibition» (like

tata disegnati da Coppola, i quali, anche in questo caso, fanno da contrappunto al ridisegno degli interni. Infatti, i locali del ristorante di via Chiossetto, inaugurati nel 1967, ospitano una «mostra permanente di grafica» (come recita un annuncio pubblicitario del 1970), caratterizzata da una serie di poster sospesi su binari contro il muro perimetrale della sala principale. La vicinanza di Diego Prospero al panorama delle gallerie d'arte contemporanea e la sua vocazione al collezionismo di manifesti d'arte sono in linea, nel progetto di restyling del ristorante, con la ricerca portata avanti contemporaneamente da Coppola nell'ambito concetto di manifesto come supporto di comunicazione e piattaforma di sperimentazione. Egli progetta infatti una prima serie di manifesti in cui l'identità del ristorante è associata all'immagine di una mela, simbolo della tentazione culinaria offerta da Prospero. Questi, a partire dal 1969, omaggia i suoi clienti con una prima serie di dodici manifesti (stampati in una tiratura di mille copie) il cui soggetto è una mela essenziale, ironicamente rappresentata nell'atto di fumare, leccarsi i baffi o auto-addentarsi. Quelli che Coppola produce per Prospero (oltreché per Arflex, Bernini, Driade, Luini, Tessitura di Giussano, Tigamma, Zucchi e in occasione della mostra del 1969 sul tema dei manifesti specchianti a Düsseldorf) sono manifesti realizzati in pvc trasparente controplaccato a caldo con uno strato di lamina di metallo, tecnica che diviene presto tratto caratterizzante della sua produzione. La prima serie

a 1972 advertisement said), made of posters hanging from tracks on the perimeter wall of the principal hall. Diego Prospero proximity to the art galleries scene and his interest in collecting art posters created the perfect framework for Silvio Coppola's personal research on poster both as vehicle for communication and experimental platform. He designed a first poster series in which the restaurant identity was for the first time associated with a apple, symbolizing the temptation offered by Prospero's cuisine. From 1969, Prospero welcomed his clients with a first series of twelve posters (printed in a one thousand run) in which the main character is a minimalist apple, ironically depicted while smoking, licking its moustache or biting itself. The posters Coppola designed for Prospero (but also for Arflex, Bernini, Driade, Luini, Tessitura di Giussano, Tigamma, Zucchi and for his personal exhibition in 1969 on mirror posters) are made of transparent pvc backplated with a metal foil, a technique that became a trade-mark of his production. The first poster series had been proposed again in the following years, and rerun on other papers (silvered or reflective gold, among others). A series of three posters was produced later on with the same technique, in which the apple is moving in three dimensional labyrinths with a triangular, square or circular plant. This series lead up to the 1981 poster in which the apple itself becomes a labyrinth, printed on a white background. Only in 1982,

di poster sarà diluita negli anni a venire e replicata in altre tirature anche su carte differenti (argentate o specchiate dorate tra le altre). Successivamente con la medesima tecnica sarà prodotta una serie di tre manifesti in cui la mela si muove all'interno di labirinti tridimensionali a pianta triangolare, quadrata o circolare, che nel 1981 confluisce nel poster, questa volta stampato su fondo bianco, in cui la stessa mela è rappresentata in forma di labirinto. Solo nel 1982, anno di chiusura del Prospero, le affiche da collezione si esauriscono con la stampa dedicata ai cento anni del locale: un pattern di mele che occupa l'intera superficie del poster e da cui emerge il numero 100 con due pomi al posto degli zeri. La menzione ricevuta dai manifesti raffiguranti le mele sul *Terzo Annual dell'Art Directors Club Milano* nel 1970 (bissata l'anno successivo sul *Quarto Annual*) e la presenza degli stessi all'interno della mostra *107 grafici dell'Agi* a Milano nel 1974 danno la misura di come tali esperimenti siano stati accolti favorevolmente anche dalla critica di settore.

Sul finire degli anni Sessanta Coppola affina la sua capacità di art director anche come promotore culturale. Con il Prospero, infatti, egli riesce nell'intento di trasformare un luogo conviviale in una galleria che, oltre a essere vetrina per le edizioni limitate, ospita periodicamente manifesti artisti, illustratori e grafici contemporanei. La ricerca di Coppola intorno al tema del manifesto non è li-



FDP-CVfo006, Ritratto di Diego Prospero
/ Diego Prospero portrait, s.d.

when the Prospero restaurant closed, the limited edition affiche series found its end with a poster run dedicated to the restaurant centennial: an apple pattern occupying the whole poster surface, in which is composed a 100 with two apples in place of the two zeros. The mention received by the posters on the *Third Art Directors Club Milano Annual* in 1970 (and even on the *Forth annual*), and the presence of the posters in the *107 Agi graphic designers* exhibition in

Milan in 1974, pointed out how these experiments were favourably welcomed by graphic design critics.

At the end of the Seventies, Coppola conveyed his art director skills even in cultural promotion. With El Prosper restaurant he succeeded in transforming a convivial place in a gallery that, apart from being a display

mitata alle serie prodotte per il Prospero, come testimonia la curatela di due uscite di poster d'autore per le edizioni Bellasich – Bossi tra il 1967 e il 1969. Nella seconda serie, intitolata *Segno-parola*, Coppola, in uno degli otto manifesti a tema libero che prevedono la collaborazione di graphic designer e scrittori, traduce un testo di Luigi Veronelli (assiduo frequentatore e affezionato recensore del Prospero) in un calice *riempito* del ritratto di una giovane donna. D'altra parte, Coppola nei medesimi anni utilizza il supporto manifesto come strumento pubblicitario di pregio, complementare alla costruzione di una corporate image articolata, come testimonia la serie di affiche per Laminati Plastici (in cui applica campioni circolari del materiale pubblicizzato) o la serie *Animaghi*, disegnata ancora per Laminati plastici nel 1970 e confluita negli esemplari prodotti nel 1984 per il Credito Emiliano per la serie *Educazione al risparmio*. Va notato che i manifesti per Prospero sono prodotti in un momento in cui Coppola si interroga sul contributo dato dai graphic designer alla società e in Italia si palesa una forte critica nei confronti del decadimento qualitativo della comunicazione visiva e l'ingerenza della pubblicità nel contesto urbano.

Così, se da una parte la committenza pubblica diventa un'alternativa concreta per quella che successivamente prenderà il nome di grafica di pubblica utilità, dall'altra l'operato non isolato di Coppola testimonia le

for limited edition posters, hosted periodically posters by artists, illustrators and contemporary graphic designers. Coppola research around poster design is not limited on the series produced for Prospero, and it is proved by the two poster series he curated for Bellasich – Bossi editions between 1967 and 1969. In the second series, entitled *Segno-parola (Sign-word)*, in which graphic designers and writers are called to collaborate, Coppola translated a writing by Luigi Veronelli (a regular host and loyal reviewer of El Prospero) in a goblet filled with a young lady portrait. Coppola, in the same years, used the graphic poster as a valuable commercial instrument, complementary to an articulate coordinate image, as a series designed for Laminati Plastici shows (in which he attached samples of the advertised materials), or the *Animaghi* one, also designed for Laminati Plastici in 1970 and later merged with the posters series *Educazione al risparmio (How to save money)* designed for Credito Emiliano in 1984. It is interesting that this poster production for Prospero came in a period when Coppola was thinking about the contribution given by graphic designers to society, and in Italy the critique was harsh against the decaying quality of graphic design and the invasiveness of advertisement in the urban environment.

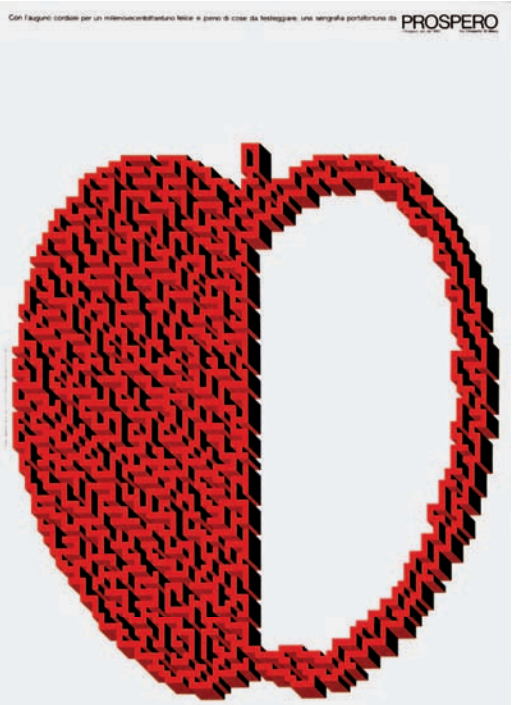
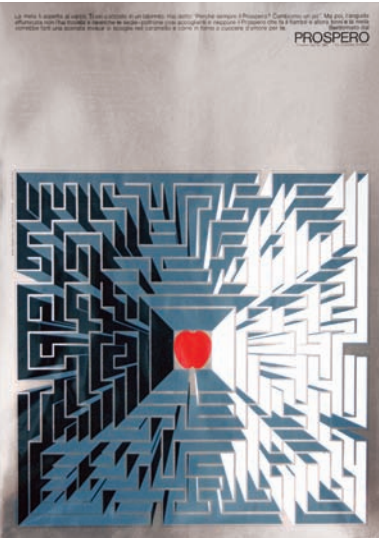
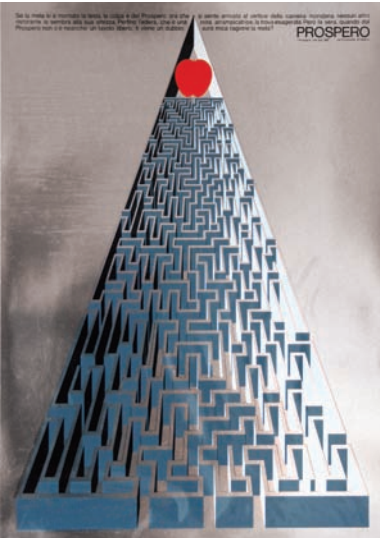
08 So, if on one side the public commissions became
– a tangible alternative for what it will become socially
09 engaged graphic design, the work of Silvio Coppola (who

possibilità offerte dall'art direction nel suo dialogo con la committenza privata. Seppur concepiti come arredo domestico di prestigio, oltre che come pubblicità diretta, i poster per El Prosper esprimono, come afferma lo stesso Coppola nel 1972 su *Ottagono* a proposito del ruolo del grafico nell'arredamento domestico, la volontà di offrire «un certo tipo di messaggio visivo nell'ambito della casa» al fine di migliorarne l'habitat domestico, a fronte della «irrefrenabile [...] speculatività giornaliera del messaggio pubblicitario» (S. n., 1972, p. 88).

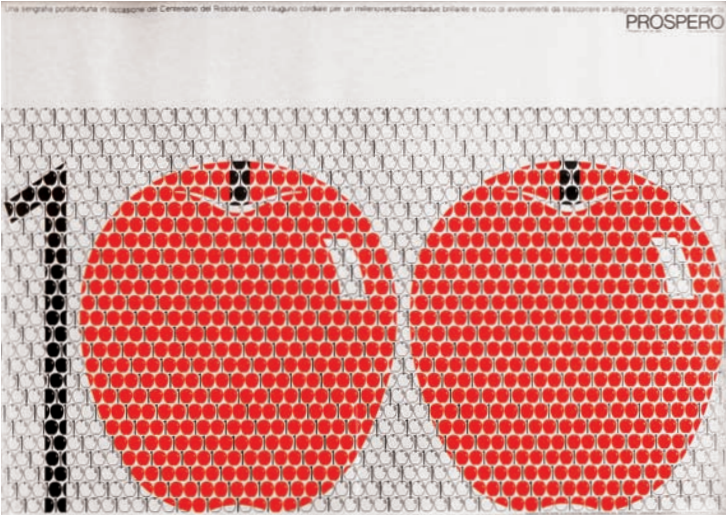
Michele Galluzzo
Dottorando in Scienze del Design
presso l'Università luav di Venezia

was not the only one) is a symbol of the possibilities of art direction having a dialogue with the private commission. Even if they were conceived as a prestigious interior decoration and direct ads, the posters for El Prosper confirm (as Coppola himself writes on an article for *Ottagono* in 1972 about the role of the graphic designer in interior design) the will to offer «a certain kind of visual message in the home» in order to improve the domestic environment, against the «overwhelming daily pressure of advertisement» (S. n., 1972, p. 88).

Michele Galluzzo
PhD candidate in Design Sciences
at luav University of Venice



FDP-CVma019-020-021-022, El Prosper, 1980-1981, serie di manifesti – serigrafia su pvc argentato / poster series – silkscreen on silver pvc, design Silvio Coppola



FDP-CVma026, El Prosper, 1982, poster per il centenario del ristorante / poster for the restaurant's centennial, design Silvio Coppola



FDP-CVma050, Bernini, 1969, poster, serigrafia su pvc argentato / silkscreen on plastic silver, design Silvio Coppola



FDP-CVma041, Bellasich – Bossi Editori, 1967, poster *Tante le ruote, strette le vie / Many wheels, narrow streets*, serie *Il Traffico* / series *Traffic*, design Silvio Coppola



FDP-CVma042, Bellasich – Bossi Editori, 1967, poster *Uomo abbagliato, mezzo scontrato / Man dazzled, half collided*, serie *Il Traffico* / series *Traffic*, design Silvio Coppola



FDP-CVma043, Bellasich – Bossi Editori, 1967, poster *Infinitocao*, serie *Il Traffico* / series *Traffic*, design Max Huber



FDP-CVma050, Bellasich – Bossi Editori, 1967, poster *Circolazione obbligatoria / Compulsory circulation*, serie *Il Traffico* / series *Traffic*, design Pino Tovaglia



FDP-CVma023, Bellasich – Bossi Editori, 1969, poster, serie *Segno-parola* / series *Sign-word*, design Silvio Coppola, con / with Luigi Veronelli

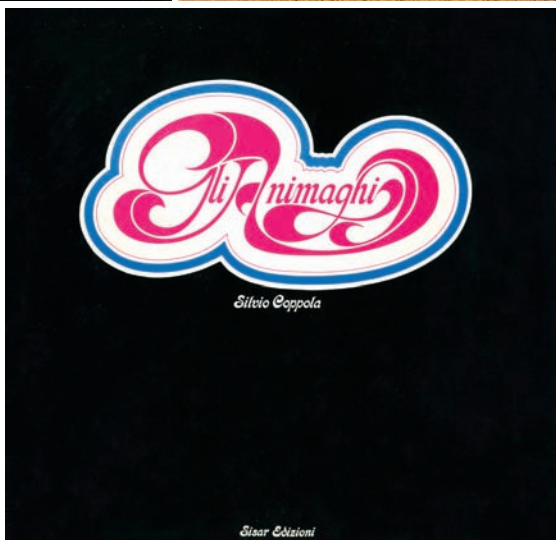


FDP-CVma024, Bellasich – Bossi Editori, 1969, poster, serie *Segno-parola* / series *Sign-word*, design Bruno Munari, con / with Vincenzo Accame



FDP-CVma031-032-034, Sisar Edizioni, 1973, serie di poster / poster series *Animaghi*, design Silvio Coppola





FDP-CVst003, Sisar Edizioni, 1973, brochure
Gli Animaghi, design Silvio Coppola



FDP-CVma029-030-033-036, Sisar Edizioni, 1973, serie di poster / poster series *Animaghi*, design Silvio Coppola



CSC-GRms017, Luini, 1970, poster, serigrafia su pvc argentato / poster series – silkscreen on plastic silver, design Silvio Coppola

IT ARCHIVIO STORICO DEL PROGETTO GRAFICO FONDO DIEGO PROSPERO

Il Fondo intitolato a Diego Prospero (Milano, 1922-2000) consta di centocinquanta tra manifesti e stampati, arricchito da alcune pubblicazioni di graphic design e arte. Si tratta di una preziosa testimonianza del clima culturale che si poteva respirare nel ristorante milanese El Prosper, il cui rinnovamento degli interni fu progettato nel 1966 da Silvio Coppola (Brindisi, 1920 – Milano, 1985) che ne curò fino al 1982 l'identità visiva e le serie di preziosi manifesti.

BIBLIOGRAFIA ESSENZIALE ESSENTIAL BIBLIOGRAPHY

Aa. Vv., *107 grafici dell'Agi. Alliance Graphique Internationale*, Comune di Milano, Milano 1974.

Aa. Vv., *Terzo annual Art Directors Club Milano*, Bellasich – Bossi, Milano 1970.

Aa. Vv., *Quarto annual Art Directors Club Milano*, Bellasich – Bossi, Milano 1971.

Aloi G., *Ristoranti/Restaurants*, Ulrico Hoepli Editore Milano 1972.

Argenta E., *Silvio Coppola: designer, art director, teorico*, tesi di laurea magistrale luav Clasdip, relatore Alberto Bassi, correlatrice Fiorella Bulegato, Venezia 2011.

Bonnant G. – Schütz H. – Steffen E., *Svizzeri in Italia 1848-1972*, Collegamento Svizzero in Italia – Camera di commercio Svizzera in Italia, Milano 1972.

Galluzzo M., *La dialettica tra grafica e disegno industriale in Italia. Il gruppo Exhibition design*, tesi di laurea magistrale Isia Urbino, relatori Mauro Bubbico e Carlo Vinti, Urbino 2013.

Guida F.E., *Silvio Coppola, in Gli Archivi di Architettura, Design e Grafica in Lombardia. Censimento delle fonti*, Comune di Milano – Casva, Milano 2012.

Piazza M., *La grafica del Made in Italy. Comunicazione e aziende del design 1950 – 1980*, Aiap Edizioni, Milano 2012.

Ferrari C. – Ricci F. M. (a cura di), *Top symbols & trademarks of the world 5*, Deco press, Milano 1973

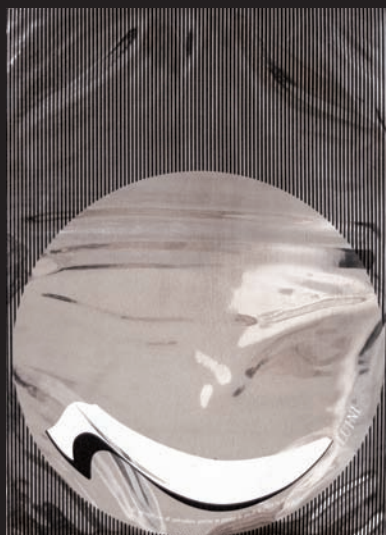
S. n., *Ristorante a Milano*, in *Ottagono* n. 4, gennaio 1967.

S. n., *Tessuti e visual-design*, in *Ottagono*, n. 26, settembre 1972.

Veronelli L., *I Ristoranti di Veronelli 1983*, Gruppo Giorgio Mondadori, Milano 1983.

EN HISTORICAL ARCHIVE OF GRAPHIC DESIGN DIEGO PROSPERO FUND

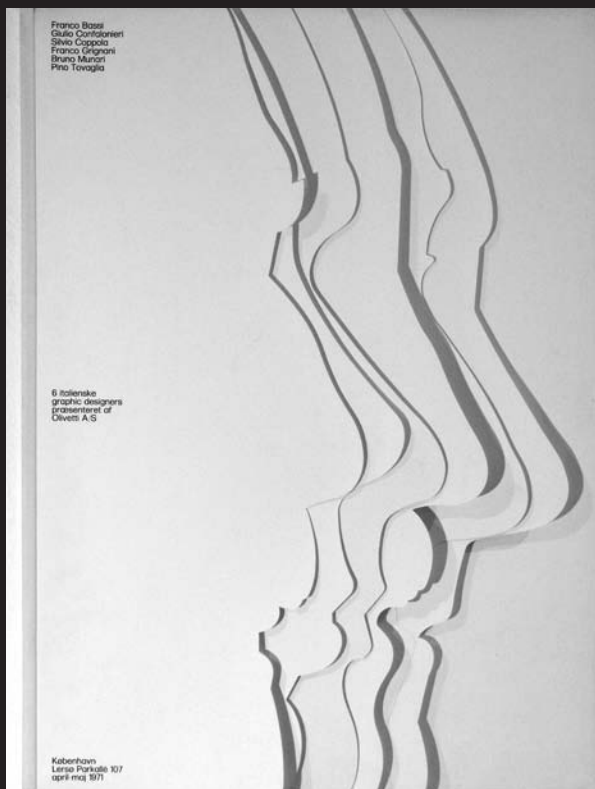
The Fund entitled to Diego Prospero (Milan, 1922-2000) consists of one hundred and fifty posters and printed matters, enriched by some publications on graphic design and art. It is a valuable proof of the cultural climate in the 60s and the 70s around the Milanese restaurant El Prosper. Silvio Coppola (Brindisi, 1920 – Milan, 1985) designed in 1966 the restaurant's renewal and was author of both the visual identity and a series of precious posters until 1982.



FDP-CVma011-012, Luini, 1968-1970, poster, serigrafia su pvc argentato / silkscreen on plastic silver, design Silvio Coppola



FDP-CVma037, 1970, poster per i 50 anni di Silvio Coppola / Poster for Silvio Coppola's 50th birthday, design Silvio Coppola



FDP-GRst002, Olivetti, 1971, poster *6 Italienske graphic designers*, design Silvio Coppola



FDP-GRst001, Olivetti, 1971, catalogo della mostra / exhibition catalogue *6 Italienske graphic designers*, design Franco Bassi, Giulio Confalonieri, Silvio Coppola, Franco Grignani, Bruno Munari, Pino Tovaglia

