

## Loghi, loghi, loghi e...draghi

di Giancarlo Cavallini

Alan Fletcher, uno dei soci fondatori della Pentagram, in *"The Art of Looking Sideways"* narra la storia di una signora che, durante una cena, trovandosi seduta accanto al leggendario designer Raymond Loewy iniziò una conversazione domandandogli:

*"Perché ha voluto usare due X nel marchio Exxon?"*

*"Perché lo chiede?"* le rispose.

*"Perché"* disse la signora, *"non ho potuto fare a meno di notarlo"*.

*"Molto bene"*, rispose lui, *"questa è la risposta"*.

Questo aneddoto ci introduce in un mondo, quello dei loghi, che è oramai parte integrante della nostra cultura e della nostra vita quotidiana; non solo ovunque andiamo siamo circondati da un infinità di loghi, ma spesso noi stessi diventiamo "trasportatori" di loghi cuciti o stampati sul nostro abbigliamento. E questo vale anche per i loghi sempre ben distribuiti e visibili sulle nostre automobili perché anche per le case automobilistiche il logo assume un'importanza strategica. I loghi hanno un ruolo da assoluti protagonisti e sono sempre più il risultato di una combinazione di idee e di inventiva. Spesso sono il riflesso dei tempi in cui nascono e vivono e altrettanto spesso sono influenzati dalle tendenze, dall'arte e dalla grafica di un preciso momento storico.

Anche la storia della Standard Triumph è stata accompagnata da una lunga serie di loghi o "trademarks" come un tempo erano chiamati; li ritroviamo oggi presenti sulle automobili, ma un tempo il loro utilizzo andò sempre ben oltre; furono infatti utilizzati per le insegne delle concessionarie e delle officine autorizzate e mai mancarono nelle pubblicità, nelle pubblicazioni tecniche e commerciali, nelle brochure e sui ricambi.

La prima premessa da fare è che la Standard Motor Company e la Triumph Motor Company furono due aziende distinte, indipendenti e separate fino al novembre del 1944 quando la Standard acquisì il controllo della Triumph. Dobbiamo poi non dimenticare che la Standard avviò la produzione di auto già nel 1903, a differenza della Triumph la cui avventura automobilistica iniziò molto più tardi, solo nel 1923 dopo l'acquisizione due anni prima della Dawson Car Company.

## I LOGHI DELLA STANDARD MOTOR COMPANY 1903 - 1948

Il primo stemma della Standard fu un semplice cerchio che racchiudeva il nome della Azienda.

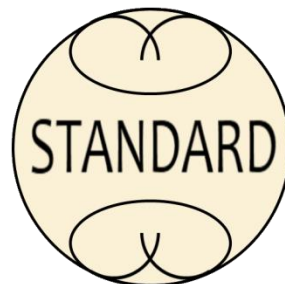
Se oggi può apparire come un logo anonimo e di una semplicità disarmante, in realtà racchiudeva tutta la filosofia del fondatore della azienda, Reginald Walter ("Dick") Maudslay.

Il nome Standard è l'unico elemento che emerge nel logo proprio per riaffermare il messaggio che le automobili erano costruite con componenti i cui principi tecnici erano stati provati, testati ed accettati come standard affidabili.

Dick Maudslay mai avrebbe immaginato che in breve tempo il cambio di mentalità e di mode avrebbe portato a identificare nella parola "standard" un prodotto "entry level" e di basso profilo rispetto ad altri presentati come superiori grazie a parole quali "de luxe", "special" o "super".

Nel 1907 Charles Friswell acquisì il controllo finanziario della Standard: la mentalità commerciale del nuovo azionista portò nel volgere di un paio di anni (1909) a rielaborare completamente il primo logo con l'introduzione della "Union Jack" al centro, lo spostamento del nome Standard in alto e il nome della città di Coventry in basso.

Nel 1912 i caratteri del nome trovarono un "font" personalizzato utilizzato però inizialmente solo per gli annunci pubblicitari mentre in quello stesso anno Friswell vendette i la proprietà a C. J. Band ed a Siegfried Bettmann, il fondatore della Triumph Motor Cycle Company.



Al termine della Grande Guerra fu presentato un nuovo logo particolarmente elaborato e che si discostava profondamente dalla semplicità da quanto visto fino a quel momento.



Questo nuovo logo, forse ispirato dallo spirito nazionalista del tempo, si presentava come uno stendardo di ispirazione militare e romana e veniva posto sul tappo dei radiatori

accompagnandosi al logo del 1909 e rimanendo presente fin dopo il 1945 sulle fusioni dei motori Standard.

Durante il 1930, con l'abbandono della tradizionale forma del radiatore (chiamata shouldered-radiator) che aveva accompagnato fino ad allora tutte le Standard costruite, apparve un nuovo logo dove il nome Standard, che ora adottava i caratteri personalizzati introdotti nel 1912, era posizionato all'interno di un doppio ovale; questo fu immediatamente adottato anche dai carrozzieri che utilizzavano i telai Standard, come la Avon di Warwick.



Nel 1932, in concomitanza con un nuovo profondo cambio dello stile e forma dei radiatori, si rimise nuovamente mano al logo per renderlo più adatto alle linee aerodinamiche dei nuovi modelli: questo vedeva il logo del 1909 ora completato con le punte delle ali di un grifone, simbolo di velocità e di libertà.



Durante il 1935 tutta la produzione fu trasferita nel nuovo stabilimento di Canley e con il lancio della serie "Flying" nel 1937 sui radiatori apparve un nuovo logo recante la "Union Jack".



## I LOGHI DELLA TRIUMPH 1923 - 1950

Anche la Triumph, al pari della Standard, ha una lunga storia di loghi che segue la sua evoluzione da azienda di biciclette prima (**Triumph Cycle Co. Ltd.**), ad azienda motociclistica e infine automobilistica.

Il primo logo Triumph che apparve sul primo modello di motocicletta nel 1902 (il modello 2 HP con motore belga Minerva) era molto simile a quello utilizzato per le biciclette: uno scudo con motivi floreali dove veniva riportato il nome della città di Coventry e dei 5 continenti che circondano e rendono centrale la scritta Triumph. Nel 1905, in occasione del lancio commerciale della 3HP, la prima motocicletta interamente progettata e costruita dalla Triumph, sul serbatoio fu introdotto un nuovo logo con il nome Triumph attraversato da una tromba (la tromba del trionfo).



1902-1906 Shield



1905-1906

Gli anni seguenti, già a partire dall'inizio del 1907, registrarono un continuo susseguirsi di scritte che convivevano con lo scudo: scritte e scudi che, per tutti gli anni venti, continuarono a cambiare forma, colori, disposizione degli elementi generando una serie di nuovi loghi applicati ai serbatoi delle motociclette dove spesso uno era l'evoluzione del precedente.



1907-1914

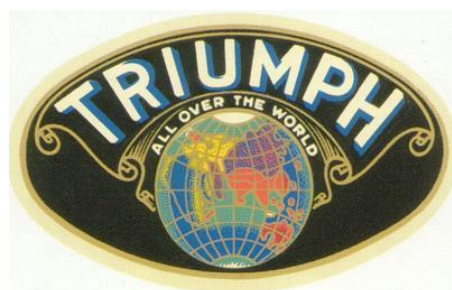
Nella seconda metà degli anni dieci sulle pubblicazioni pubblicitarie comparve per la prima volta un lettering “Triumph” molto simile a quello ancora oggi usato, con e senza la “R allungata”.



Nel 1928, con l'introduzione del serbatoio affusolato “saddle tank”, lo scudo viene abbandonato ed al suo posto venne introdotto un nuovo logo circolare che rappresenta il globo terrestre.



Questo fu soggetto già nel 1932 ad una prima variante



1932-1933 Globe Variant  
Triumph All Over The World



Con la separazione nel 1936 del settore motociclistico (Triumph Engineering Co Ltd) per questa nuova azienda fu creato quello che è il marchio ancor oggi in uso, mentre il globo, ristilizzato nei colori e nella scritta, fu adottato dalla nuova azienda automobilistica, la Triumph Motor Company Ltd.



## I LOGHI DELLA STANDARD - TRIUMPH 1948 - 1963

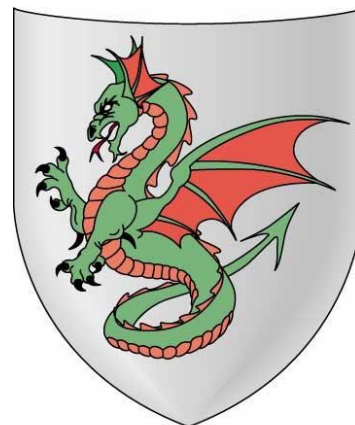
L'incorporazione della Triumph nella Standard porterà entrambe ad abbandonare i loro specifici loghi durante gli anni cinquanta.

Sul finire degli anni quaranta, con il lancio della nuova berlina Standard Vanguard, apparve infatti un nuovo logo e pochi anni più tardi, nel 1953, apparve sulla nuova roadster TR2 lo stesso badge con lo stesso schema di colori nero e rosso destinati in breve tempo a lasciare il posto rispettivamente al blu e al bianco, pur mantenendo lo stesso schema di interposizione tra di loro.





L'interpretazione più accreditata del significato di questo logo è che questo sia l'evoluzione del logo Standard del 1932 e che rappresenti, in forma estremamente stilizzata, le ali troncate del dragone Wyvern dell'antico Regno di Mercia: il Wyvern era il mitico drago a due zampe che le leggende narrano abbia governato l'antico Regno di Mercia con Coventry come capitale.



In breve tempo il logo iniziò ad ospitare entrambi i nomi, Standard e Triumph, soprattutto nelle insegne e nella documentazione cartacea, sebbene l'associazione dei due nomi lasciasse non poche perplessità negli uomini della Direzione Marketing della azienda per la contraddizione intrinseca della loro unione. Il blu e il bianco divennero i due colori base, posizionati in modo intervallato tra di loro.





Questo logo rimase presente fino alla metà degli anni sessanta, anche se il nome Standard era già stato definitivamente abbandonato come brand nel 1963 a seguito della l'acquisizione della Standard da parte della Leyland Motors Group nel dicembre del 1960. Nel 1966 comparve per la prima volta la correzione del logo, sebbene la Standard Triumph International Division continuava a mantenere il precedente marchio.





## GLI ANNI DELLA LEYLAND

Nel 1964 si iniziò ad usare il nuovo marchio Leyland conosciuto come la “catherine wheel” o “flying plughole”, inizialmente caratterizzato da un anello con al centro una L corsiva con il carattere Sans Serif di colore nero; l’anno successivo, nel 1965, questo fu ristilizzato inserendolo in un rettangolo con la scritta LEYLAND nella parte inferiore, mentre il blu diventava il colore di base.



L’appartenenza della Triumph al Gruppo Leyland trovava quindi visibilità in un nuovo logo.



## NASCE LA BRITISH LEYLAND

Il 1968 vide la creazione del gruppo British Leyland Motor Corporation come risultato della fusione dei gruppi British Motor Holdings e Leyland Motor Corporation Ltd, ed un nuovo logo fu quindi creato semplicemente aggiungendo la parola BRITISH al precedente marchio.



Il 1970 vide una nuova riorganizzazione del Gruppo Leyland che portò alla scomparsa della BMC Ltd e con essa del suo marchio. La divisione auto a volume divenne Austin-Morris (formalmente “Austin Morris and Manufacturing Group”), mentre la divisione “Specialist Car” era composta dalle tre società premier: la Jaguar Cars Ltd, la Rover Co. Ltd. e la Triumph Motor Co. Ltd.



Nel 1972 su tutti nomi dei vari brand del gruppo, Triumph inclusa furono soggetti ad una nuova stilizzazione dei caratteri: i nomi dei diversi brand del Gruppo adottarono infatti lo stesso font “sans serif” già adottato per il logo Leyland fin dal 1970. Tra questi brand apparve anche il nuovo marchio



Leyland Innocenti perché nel 1974 la British Leyland aveva completamente rilevato il settore auto dell’Innocenti facendo di Lambrate il centro di smistamento dei veicoli del gruppo



diretti in Europa.

Nel 1975, come risultato di un nuovo ennesimo processo di riorganizzazione e ristrutturazione, la BLMC venne ribattezzata British Leyland Ltd, con quattro gruppi operativi: Leyland Cars, Leyland Truck and Bus, Leyland Special Products e Leyland International.



Il nuovo logo del gruppo manteneva la ruota circolare ma perdeva i bordi e le parole di testo.



Di conseguenza anche i vari brand di marca vennero aggiornati



Le successive riorganizzazioni del Gruppo Leyland tra il 1978 e il 1979 videro il logo del gruppo perdere la L centrale, acquisire un fondo nero e angoli arrotondati



**Austin Morris  
Jaguar Rover Triumph**

Con il 1981 apparve un logo a 5 barre dove i colori blu e verde erano gli elementi di distinzione tra i diversi brand automobilistici del gruppo.







## LA CORONA DI ALLORO (THE TRIUMPH LAUREL WREATH)

Le origini della corona di alloro del logo Triumph possono essere fatte risalire alla fine degli anni cinquanta, quando fu utilizzata per pubblicizzare le vittorie della Triumph nel rally di Irlanda. Una versione riveduta poi utilizzata per marcare il successo della Dolomite al Mobil Economy Run del 1972, per poi essere ripresa nel 1973 per le celebrazioni del 50° anniversario della Triumph. Questo logo ha continuato ad essere utilizzato come sfondo per il nome Triumph e le immagini fino al 1974, per poi essere abbandonato in seguito alla riorganizzazione che portò alla Leyland Cars. È del 1978 la sua rinascita che lo vide applicato alle TR7 costruite a Canley per poi scomparire con la Acclaim nel 1984.



## IL BRAND STANPART



Il brand Stanpart identificava la divisione della Standard Triumph dedicata ai ricambi di fabbrica e ai motori di rotazione. Il marchio riprendeva il logo della fine degli anni quaranta ed adottava i colori nero e bianco; registrato dalla "The Standard Motor Company Ltd" nel 1956 in Inghilterra e nel 1957 negli Stati Uniti, fu utilizzato per le insegne e per marchiare gli accessori di fabbrica, la loro documentazione e i ricambi in modo da offrire al Cliente la possibilità di identificare quelli originali. Lo si ritrova ancora oggi sulle fusioni di molte componenti meccaniche quali, ad esempio, i monoblocchi.



Ed oggi?

A chi appartengono oggi questi marchi?

Sia il marchio Standard che quello Triumph divennero proprietà della BMW quando nel 1994 questa acquistò dalla British Aerospace il Gruppo Rover. Tra le aziende facenti parte del Gruppo Rover c'era anche la British Motor Heritage. La BMH era stata fondata nel 1975 dalla British Leyland per la fornitura di componenti originali per auto d'epoca inglesi utilizzando, quando e dove possibile, gli stampi e le attrezzature originali.

Nel 2001 la casa automobilistica bavarese vendette la B.M.H. e la nuova proprietà acquistò dalla BMW alcuni brand storici tra i quali quello della Standard e della Stanpart e la licenza di uso del marchio Triumph.

