

LA FASCINAZIONE CROMATICA DEL TESSILE: IL COLOUR TREND



Molte aziende che si occupano a vario titolo di classificazione cromatica pubblicano annualmente una previsione dei colori che saranno maggiormente usati durante i dodici mesi in vari ambiti produttivi. A causa della pervasività del sistema informativo della nostra epoca, tale prassi si ripercuote sugli operatori di quei settori dove è necessaria la scelta di colori. Costoro debbono in qualche maniera essere informati e spesso obbligati all'acquisto di *colour guides*, di *colour books* e di tutta una serie di strumenti che forniscono una guida predigerita degli accostamenti cromatici (forse delle armonie, accordi). Simili prodotti immateriali sono usualmente messi a punto dai *colour forecaster* i quali normalmente operano ponendo particolare attenzione a non creare disturbo nella media dei gusti degli utenti finali. I professionisti di maggiore calibro cercano solitamente di operare rivolgendosi al gradimento della maggior parte della popolazione. Risulta pertanto assai difficile trovare *colour trend* (colori di tendenza) che contengono toni molto saturi o contrasti cromatici a forte impatto emotivo. È risaputo che non si scherza con la psicologia degli utenti se sono in ballo economie di tutto rispetto. Nessun progettista Ferrari si sognerebbe di sostituire il caratteristico rosso con il viola, mentre ogni casa costruttrice di automobili non può fare a meno di avere a catalogo il classico grigio metallizzato.

Uscire dall'uso di colori di tendenza è concesso solo alle aziende pubblicitarie che hanno necessità di catturare l'attenzione dei soggetti che percepiscono il messaggio pubblicitario da trasmettere. Costoro, perlomeno i più competenti, dovendo essere assai più aggressivi di chi produce capi d'abbigliamento, tendaggi da interno/esterno, mobili di massa, oggetti d'uso quotidiano, *automotive* e loro interni e molti altri settori che non sto qui ad elencare, si basano sul *neuro-marketing*, una tecnica che sfrutta le conoscenze neuroscientifiche finalizzandole al marketing. In pratica si avvalgono di tali conoscenze per orientare più proficuamente la pubblicità, e di conseguenza proporre la vendita del prodotto commerciale fisico o immateriale, facendo leva sulle emozioni e sulle risposte involontarie, istintive ed inconsapevoli dei consumatori.

Le aziende più note nel settore del *colour trending* sono:

- Pantone Inc., appartenente alla X-Rite Incorporated, è un'azienda USA che si occupa di un insieme di prodotti indirizzati prioritariamente alla grafica, catalogazione di colori e dell'omonimo sistema di identificazione cromatico che ha una sua specifica istituzione chiamata Pantone Color Institute che indica come *mission*: "Il Pantone Color Institute aiuta le aziende a prendere decisioni sul colore per i loro marchi o prodotti. Sia nel caso di previsione dei colori di tendenza, sviluppo di colori del marchio, soluzioni cromatiche personalizzate, o selezione di palette di colori, il Pantone Color Institute può guidarvi nello sviluppo di una strategia cromatica più adatta alle necessità specifiche della vostra azienda"^[1];
- NCS - Natural Colour System[®], della svedese NCS Colour AB con sede a Stoccolma, che si occupa dell'omonimo sistema di identificazione cromatico e di una serie di



1 - Colorimetro NCS Colourpin II

servizi di consulenza tra i quali il *colour trending*. "NCS Interior Colour Trends 2018 nasce dalla collaborazione tra NCS Colour e le color trend forecaster Justine Fox & Laura Perryman ed è basato su un'approfondita analisi della psicologia attuale e storica del mercato con un Focus sul colore per interni e sul design dei materiali"^[2].

Se la prima è più indirizzata al *fashion* (ad es. la rivista Vogue) che sponsorizza con un battage pubblicitario senza pari, la seconda cerca di spaziare in ambiti più ampi che comprendono tutto ciò che ha a che fare con gli oggetti ed il costruire. Non va dimenticato, tuttavia, che le maggiori aziende del settore della produzione di colori, pitture, tinteggiature e sostanze coloranti, cercando di pilotare il mercato verso i loro prodotti non disdegnano di cimentarsi, ovviamente con il contributo dei *colour tender* più o meno accreditati in questo settore sufficientemente nebuloso.

Con tutta evidenza in questo campo la parte scientifica cede il passo a quella artistica, dovendo tuttavia prestarsi ad ac-



2 – Sauerbruck & Hutton, GSW Headquarters, Berlino (foto P. Zennaro)

ettare la finalizzazione del *management* e del *business*. Sbagliare un colore può produrre mancati guadagni non indifferenti, così come centrarlo consente di ottenere plusvalori di tutto rispetto. Proprio per questi semplici motivi anche industrie come la Akzo Nobel e Sikkens, ma con loro anche parecchie loro concorrenti, si dotano non solo di *colour trend*, ma persino di appositi sistemi di classificazione cromatica.

Forse è il caso di chiarire cos'è una classificazione cromati-

ca. I sistemi cromatici si possono basare su teorie diverse:

- sistemi con intervalli visivi uguali (Munsell, NCS, il giapponese Chroma Cosmos ed altri). Questi sistemi sono fondati sulle caratteristiche della visione (sistema oculo cerebrale) e sull'ordinamento fra un colore e l'altro suddividendo in parti percentualmente uguali la distanza che li separa;
- sistemi che si basano su regole di miscelazione e su proprietà dei coloranti e dei pigmenti (Pantone ed altri). Queste classificazioni sono ottenute mescolando sostanze pigmentate ordinate secondo quantità di miscelazione di due o più colori;
- sistemi che si basano su standard C.I.E (sistema cromatico CIE, DIN 6164, RAL Design,...). Questi sistemi sono fondati su spazi colore ottenuti mediante formule matematiche messe a punto nel 1931 dalla Commissione internazionale sull'illuminazione (CIE) e basata sul concetto di osservatore standard;
- non-sistemi che si basano su organizzazioni funzionali a lavorazioni, produzioni, catalogazioni (RAL ed altri). Tali scale di colori non seguono regole precise, bensì un ordinamento codificato per agevolare alcuni settori produttivi. Originariamente costituiva l'acronimo di *Reichsausschuss für Lieferbedingungen* (Comitato del Reich Tedesco per termini e condizioni di vendita, fondato nel 1925 in piena repubblica di Weimar). È oggi usato principalmente nel settore delle vernici.

Tengo a precisare che in ambito scientifico i sistemi maggiormente utilizzati sono; il CIE prevalentemente in ambito ottico; il Munsell, che proprio quest'anno 2018 compie cent'anni dalla sua messa a punto, adottato prevalentemente nei paesi che gravitano intorno

all'influenza USA in ogni settore produttivo e di ricerca; il sistema NCS nel resto del mondo, ma soprattutto in ambito europeo essendo stato messo a punto in Svezia, anch'esso in ogni ambito produttivo e di ricerca^[3]. Desidero anche fornire un'ulteriore informazione per il lettore che ha necessità di non cadere in confusione tra i sistemi. In questo ci soccorre (si fa per dire) l'informatica, nel senso che i milioni di colori prodotti dagli schermi dei cellulari fino ai computer si avvalgono di una notazione alfanumerica che può essere



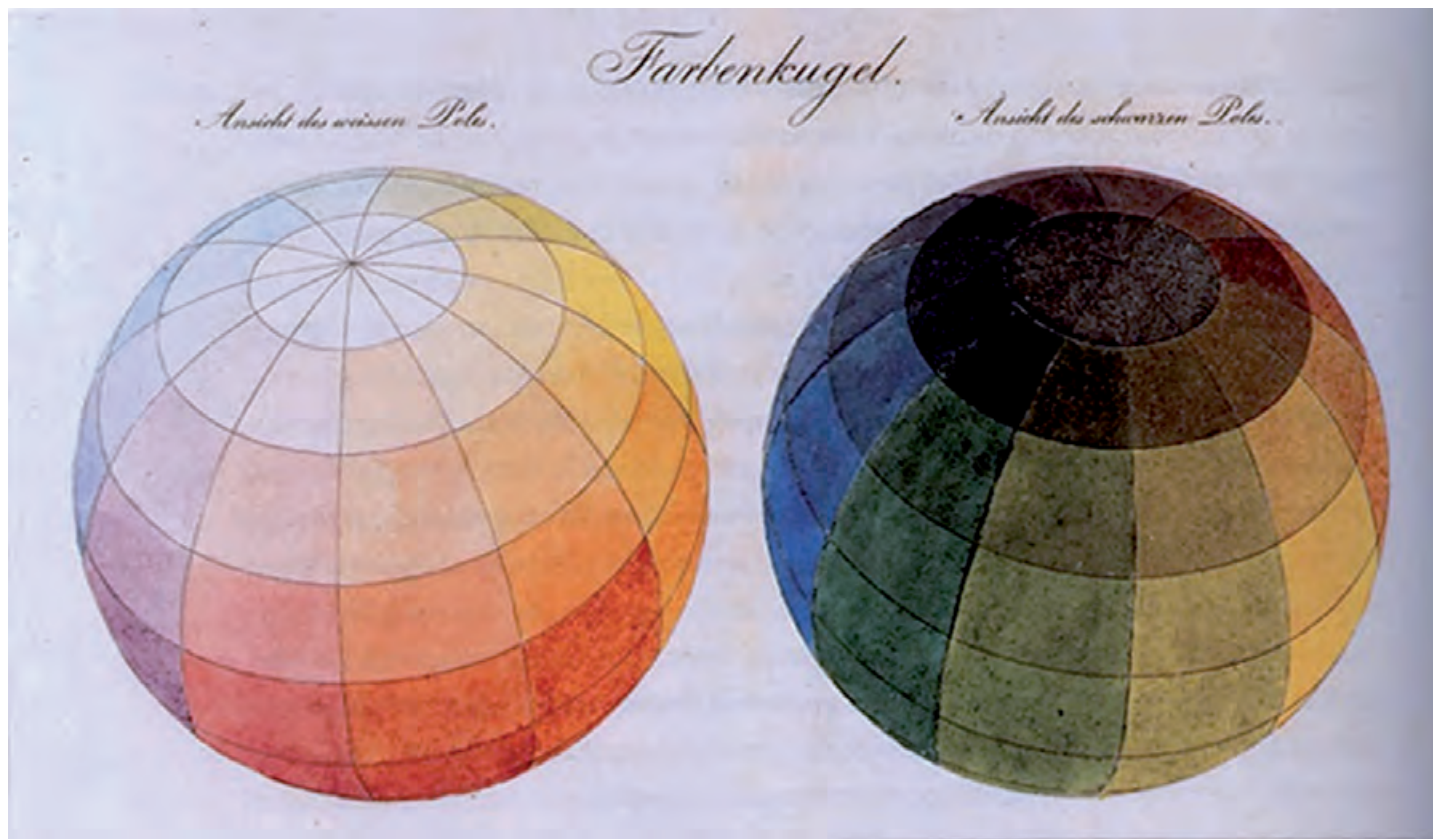
3 - Cerchio cromatico di Itten

tradotta, non senza qualche difficoltà di trasferimento, nei colori dei vari sistemi. Per evitare lunghi e tediosi tentativi di identificazione precisa dei colori, sono ormai disponibili strumenti di misurazione con scale variabili che riportano, secondo le esigenze, un colore nelle diverse notazioni o codici dei principali sistemi. Un piccolo, seppur alquanto preciso, colorimetro è il Colourpin II (fig1). Si tratta di un tubicino di circa 5 cm di lunghezza e 2,5 cm di diametro che, connesso a qualunque telefono cellulare Android o IOS legge ogni colore e fornisce in tempo reale la notazione cromatica alfanumerica, le coordinate RGB o CMYK, il codice NCS, oppure ogni altro codice purché ne sia disponibile l'applicazione. Chiariti questi aspetti sui quali è facile fare confusione si può iniziare a ragionare sul tema più affascinante del colore nel settore tessile ed in particolare nelle tende da esterni. Se analizziamo i prodotti attualmente sul mercato notiamo fondamentalmente tre tipologie cromatiche: tende monocolori, tende a righe, tende in fantasia. Le prime e le seconde sono prioritarie rispetto alle terze; sono rari i casi in cui ci possiamo imbattere in tende contenenti qualche disegno o trama diverse rispetto alla ortogonalità, anche se con l'avvento di nuove tecnologie dei tessuti-non tessuti iniziano a far capolino alcune applicazioni di design. Esclusi casi particolari, in esterno nessuno dei produttori corre il rischio di mettere in catalogo soluzioni diverse rispetto alla tradizione, preferendo focalizzarsi maggiormente sui movimenti delle strutture e sulla loro regolazione. Anche le tende da sole in tinta unita in linea di massima presentano un catalogo relativamente limitato dal punto di vista dei colori, ipotizzando che gli acquirenti non sentano il bisogno di avere a disposizione una più ampia gamma cromatica da abbinare alle loro facciate

che stanno sempre più orientandosi verso tinte dai toni più carichi rispetto a quelle degli anni passati. Il motivo sta tutto nel fatto che i produttori di vernici e pitture da esterno stanno spingendo fortemente i colori ai silossani, assai più stabili di quelli ai silicati e di quelli a base calce. Tali pitture o impasti resistono di più alle intemperie e quindi si possono ottenere tonalità più cariche rispetto al passato. Ciò comporta che la tenda da sole, che di solito emergeva rispetto alla facciata, ora sembra nascondersi, implodere, avere meno carattere. In particolare le tende a righe, specie quelle multiriga, tendono a svanire nel disegno del prospetto. Non che ciò sia un difetto, anzi! Meno la facciata è inquinata da oggetti estranei rispetto alla sua forma progettata e meglio dovrebbe essere, se si esclude il caso in cui il progetto sia un obbrobrio e la tenda serva a nascondere gli errori dei progettisti (evenienza assai più comune di quello che si pensa). Ma allora come ci si dovrebbe comportare nella gestione cromatica delle tende? È possibile seguire un *colour trend* anche per le protezioni solari? Esempi interessanti ve ne sono e spesso costituiscono un modello da seguire più per i progettisti che per i produttori o per gli utenti finali e i venditori (fig. 2). Difatti a causa dell'applicazione di *colour trend* negli edifici ci si è ritrovati qualche anno fa con molteplici facciate grigio tortora. Non va mai dimenticato che gli edifici sono fatti per durare e non per seguire le mode e quindi il colore, come nell'esempio riportato, va pensato in armonia con il progetto architettonico e con il contesto. Tuttavia potrebbe essere utile accennare ad alcuni accorgimenti da seguire per ottenere un risultato soddisfacente. Fin dalle scuole dell'obbligo forse qualche insegnante di



4 - Colori complementari



5 - Sfera di Runge (Itten)

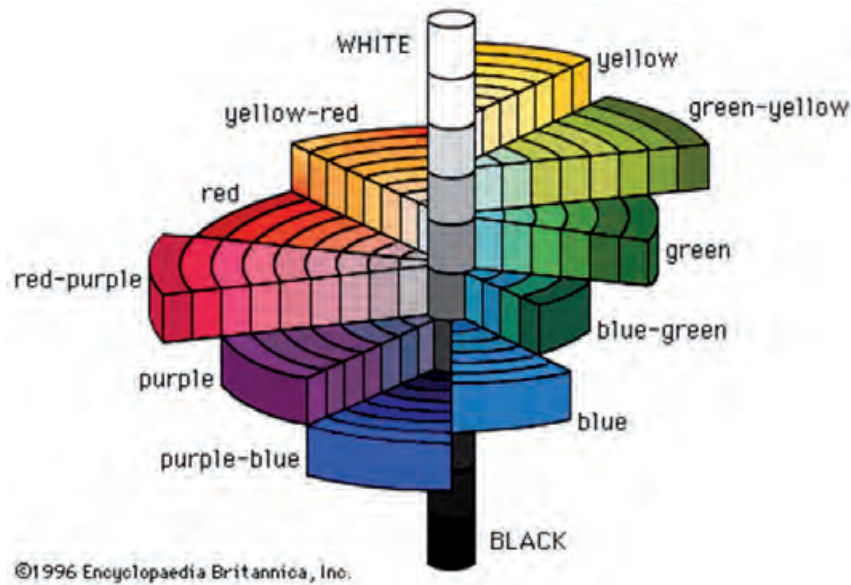
educazione artistica vi avrà parlato del cerchio del colore di Itten^[4] (fig. 3). Si tratta di una semplificazione che può tornare utile per capire a grandi linee alcune regole di base per la comprensione degli abbinamenti di colore. Nella parte più esterna del cerchio sono collocati i colori alla loro massima saturazione, cioè non vi sono tinte più cariche rispetto alle varie tonalità. Mescolando sostanze cromogene relative ai tre colori primari sottrattivi, detti anche fondamentali, Rosso, Giallo e Blu si possono ottenere infiniti colori. I colori secondari sono tre e si ottengono mescolando i due primari laterali. Sono l'arancio (rosso + giallo), il viola (rosso + blu) e il verde (giallo + blu). I colori ternari sono sei. Si ottengono mescolando in parti uguali un secondario con un primario. Essi sono: Gialloarancio, Aranciorosso, Rossoviola, Violablu, Bluverde, Verdegiallo. E avanti di seguito fino ad avere un passaggio sfumato tra un colore e l'altro, una sorta di arcobaleno. A loro volta i colori complementari sono coppie di colori, uno complementare all'altro. Le coppie sono formate da un primario e il suo complementare, cioè quello giustapposto nel cerchio dei colori (fig. 4).

Ciò vale solo nel caso avessimo un cerchio dei colori alla massima saturazione, ma ogni colore può essere più o meno saturo (meno carico di pigmento) oppure più chiaro o più scuro, nel senso che può essere mescolato con il bianco o con il nero (bianchezza o scurezza), oppure ogni colore può essere miscelato con un altro colore formando così delle scale cromatiche. Pertanto il cerchio cromatico cambia e di-

venta tridimensionale, assomigliando di più ad una sfera (nel caso del modello di Itten-Runge^[5] - fig. 5), ad un solido a forma di chioma di un albero, nel sistema Munsell (fig. 6), a doppio cono contrapposto nel caso di Wilhelm Ostwald^[6] -NCS (fig. 7).

Se mi dovessi soffermare sulla spiegazione di ogni modello rischierei di non riuscire a compiere un ottimo servizio, perché è giusto che ogni specialista conosca a fondo il suo mestiere e però riesca a colloquiare e spiegarsi con persone che si occupano di altri ambiti. Proprio per questo i *colour tender* realizzano degli abbinamenti standard con i quali gli utilizzatori possono compiere scelte che in linea di massima non stridono fra loro. Si possono ottenere degli abbinamenti basati su colori predisposti da esperti che in un settore trasversale come quello del colore non sempre sono concordi. Ognuno propenderà per sponsorizzare la sua teoria dimostrando più o meno scientificamente che è la migliore, pur sapendo, almeno si spera, che non esistono verità assolute, soprattutto in un campo dove la creatività e l'inventiva hanno una forte componente.

Tornando alla domanda chiave degli accorgimenti da mettere in atto nella scelta delle schermature solari potrei proporre alcuni accorgimenti. Innanzitutto un edificio è un manufatto che ha una dimensione notevole, che contiene delle persone, e pertanto i suoi dettagli se sono ad altezza occhio umano possono essere visti distintamente, ma se si trovano ad una distanza maggiore dei due metri non sono più foca-



6 – Albero di Munsell

lizzabili perfettamente e più ci si allontana e meno si colgono i dettagli. Quindi applicare una tenda a righe sottili significa fare in modo che si crei una sfumatura (è il caso della pixelazione degli schermi video, che compongono le immagini unendo fra loro molti quadratini di colore diverso). In questo caso si otterrà una sorta di effetto onda, mentre se si è in presenza di rigature nette e larghe è come avere una squadratura, un'onda quadra. La tinta unita, invece, è bene che si accordi con il fondo murario, vale a dire che sia della stessa tonalità oppure che si stacchi con un colore analogo (comunemente in sfumatura) o dividendo i colori. In questo caso l'uso di un complementare potrebbe fare al caso nostro. Tuttavia eleganza (e tradizione) vuole che si giochi di chiaroscuro generato dalle ombre prodotte da un volume o una superficie che genera appunto un'ombra. Vi accorgete che essa non è grigia, ma dello stesso colore della tenda combinato con la tinta della muratura o di ciò che vi è intorno.

Il colore è uno dei modi più intriganti che abbiamo a disposizione per creare il nostro mondo. È uno strumento impareggiabile per migliorare il paesaggio in cui viviamo. Non costa nulla e non ha necessità nemmeno di attenzione, perché agisce sul nostro inconscio. Ognuno di noi ama un proprio colore che può anche cambiare

durante la vita, necessariamente immersa nel colore. Agisce sul nostro stato di benessere psicologico e fisiologico, quindi sulla nostra salute generale. Ricordiamocelo ogni tanto. E se non sappiamo come maneggiarlo possiamo tranquillamente fare affidamento al *colour trend*. Tanto, l'anno successivo, si cambia.

Riferimenti bibliografici e sitografici

^[1] "The Pantone Color Institute helps companies make the most informed decisions about color for their brands or products. Whether it is color trend forecasting, brand color development, custom color solutions, or product palette selection, the Pantone Color Institute can guide you through the development of a color strategy that fits your company's unique needs" in: www.pantone.com/pci#hero-section (ultimo accesso il 2maggio 2018)

^[2] www.ncscolour.it/prodotto/ncs-interior-colour-trends-2018 (ultimo accesso il 2maggio 2018)

^[3] Il lettore interessato a capire quanto indicato può riferirsi a: R. Pompas, L. Luzzatto, *Lezioni di colore*, Il Castello, Milano, 2015.

^[4] J. Itten, *Arte del colore*, Il Saggiatore, Milano, 1961.

^[5] P.O. Runge, *La sfera dei colori e altri scritti sul colore e sull'arte*, Abscondita, Milano, 2008.

^[6] Chimico tedesco premio Nobel per la chimica nel 1909 che sviluppò il principio di opposizione dei colori ed un modello poi preso come base dal sistema NCS.



7 – Solido di Ostwald (NCS)