



Kolorist: čarobnjak Renaultova odjela za dizajn

Kada je 2019. godine CLIO pete generacije predstavljen u narančastoj boji Valencia, digla se prilična prašina između ostalog i zato što je to bio prvi serijski model ponuđen u narančastoj boji. Legendarnu boju osmislio je Raphael, tehničar za razvoj boja pri Renaultovu Odjelu za dizajn. Koristeći pigmente, sedef i prah aluminijeva oksida, ovaj tehničar godišnje razvije od 15 do 20 boja!

U prosjeku svako Renaultovo vozilo dolazi u sedam različitih boja. Svaka suptilna nijansa, kontrast ili metalizirani odsjaj pažljivo su osmišljeni. Prije nego što neka boja zaživi na proizvodnom modelu, njezine karakteristike procjenjuju i odobravaju dizajnerski timovi uz pomoć kreativnih stručnjaka i dobavljača.



„Samo je nebo granica! Uz pomoć praha aluminijeva oksida, sedefa i ostalih osnovnih pigmenata mogu proizvesti bilo koju boju. Ako hoćete, i sve nijanse dugina spektra.“

Raphael, tehničar za razvoj boja pri Renaultovu odjelu za dizajn

PALETA NADAHNUĆA

Raphael već 21 godinu radi u Renaultovu Odjelu za dizajn, a prvih 10 godina radio je kao lakirer da bi zatim postao tehničar za razvoj boja. Jednostavno rečeno, on stvara boje koje se koriste na modelima. Njegov se laboratorij nalazi u Technocentreu (sjedište Renaultova dizajnerskog odjela u blizini Pariza), gdje razvija boje uz pomoć različitih pigmenata, a na raspolaganju su mu i tri lakirnice za testiranje svih novih formulacija. Zapravo, taj je tehničar za razvoj boja prije svega umjetnik!



Prije nego što počne s radom, od dizajnera boja i ukrasnih elemenata dobiva niz smjernica i općih informacija iz kojih crpi početnu inspiraciju. „*Na primjer, kažu mi da proizvedem plavu boju, svijetlu ili tamnu, ovisno o vozilu. Nakon toga preuzimam stvar u svoje ruke.*“ kaže Raphael.

Međutim, u toj fazi procesa treba odgovoriti na čitav niz pitanja: Je li riječ o posebnom izdanju nekog modela? Ako jest, tada boja mora slati određenu poruku i precizno odražavati duh trenutka u kojem je taj model predstavljen. A možda bi trebalo strateški razmišljati i proizvesti boju koja će još dugo biti aktualna. Nadalje, na kakvoj će se karoseriji koristiti? Je li popis konkretnih smjernica sve što je Raphaelu na raspolaganju? Ili su te radne upute strukturirane kao inspiracijske ploče?

Prioritet tehničara za razvoj boja jest osmisliti nove formulacije boje prije nego što dizajneru predstavi početnu boju. Da bi u tome uspio, tehničar se služi preciznim tehnikama miješanja boje kako bi svaki put postigao savršeno uravnoteženu nijansu. „*Ponekad mi boja ispadne savršeno već iz prvog pokušaja*“ dodao je Raphael. „*U tom slučaju dovoljan je jedan dan da je dizajner odobri. No u većini slučajeva taj je proces dugotrajan i podrazumijeva brojna savjetovanja s glavnim dizajnerom kako bi se postigla željena boja.*“

DAŠAK CRVENE

Pitate se što naš čarobnjak za boje skriva u svojim ladicama i na policama? Ondje nema magičnih napitaka i knjiga s čarolijama, ali zato ima pigmentata. I to u izobilju! „*Imam sirove pigmente koje možete naći samo u kemijskoj industriji, ali i neke druge koji se daju naći u svakoj radionici. Kada ih pomiješam, nastane magija.*“ Pigmenti su nekad bili organski, no danas su sintetički i dolaze u pregršt raznih oblika. Uglavnom se dobivaju iz SAD-a, Japana ili Njemačke. Uz prah aluminijeva oksida i sedef, pigmenti su osnovni sastojak svake nove boje! Boje se mogu podijeliti u nekoliko osnovnih kategorija: obične, metalik, biserne, troslojne (kombinacija obične boje, biserne boje i laka) i lakirane.





„To je kao kad kuhate po receptu... Samo što na kraju ne polizete žlicu! Hoću li dodati puno sjaja? Ili samo malo? Koje bih boje mogao iskombinirati? A što ako upotrijebim obojeni aluminijev oksid ili lak u boji? Što god odlučio, cilj je uvijek isti: stvoriti novu i ujednačenu boju.“





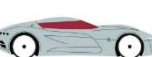




Za dobivanje određene boje dovoljno je od tri do osam sastojak, ali je za postizanje željenog rezultata ključno doziranje! To može značiti i višestruko mijenjanje formulacije dok se ne postigne zacrtana boja. Treba li uopće napominjati i da je broj mogućih kombinacija neograničen? „No ne mogu tek tako ići u kojem god pravcu poželim...“ dodaje Raphael s dozom opreza. „Dužnost mi je stvoriti nešto lijepo, ali i pristupačno. Nešto što se lako proizvodi i reproducira. Dakako, važno je i to da se završni rezultat sviđi što većem broju kupaca, no na kraju su troškovi onaj presudni čimbenik.“

Završna boja zatim se premazuje lakom, najčešće sjajnim. Dodavanjem smole u smjesu, Raphael može proizvesti čitav spektar završnih obrada, od matiranih do satiniranih. Među Raphaelovim briljantnim idejama izdvajaju se staklene ljuskice, sačinjene od minijaturnih staklenih perli koje, kada se dodaju osnovnom premazu ili laku, pomažu reflektirati svjetlost.

Sedam čuda Raphaleova svijeta boja



						
ORANGE VALENCIA Clio	HONEY YELLOW Scénic	« PRESIDENTIAL » MIDNIGHT BLUE The All-new Mégane E-TECH Electric	ZANZIBAR BLUE Arkana	METALLIC GREY TreZor	SHALE GREY The All-new Mégane E-TECH Electric	AMETHYST BLACK Espace
« Creating a colour with an orange-coloured varnish, it was a world first! The name was inspired by the designer who worked with me on the project. He was originally from Valencia, Spain. This colour really does make you feel the warmth of the Spanish sun. »	« Designed for the R-Space concept car, before being used on the Scenic, Honey Yellow was inspired by the image I had of Sunday breakfast with the family. It features warm, sweet hue: milky white inside the passenger compartment, and a honey-like yellow outside. »	« This is one of Luca de Meo's favourite colours! Originally intended for the French President's Espace, it was meant to include three different colours of sparkles: blue, white, and red, as a nod to the colours of the French flag. We ultimately moved toward a deep, elegant blue that was more in line with the design of the All-new Mégane E-TECH Electric. »	« Zanzibar Blue is a cocktail of the best features that pigments have to offer. And it works well! I combined blue alumina and a bold turquoise nacre. That is what makes this colour so rich. »	« For the TreZor's Metallic Grey, we worked the paint in two ways to get a finish that was both glossy and matte. At the front, the grey is thin and 'liquid'. A knowing nod to another concept car: DeZir. At the rear, it has more body to it and matches the sophisticated, technical lines with its shimmering overtones. »	« To make this shade of glossy grey, I included an original alumina that was 'alive'. That's what we say in the profession. When you blend it, it fizzes! A bit like fizzy sherbert that I used to eat when I was a kid, that sweet powder that fizzes on your tongue. »	« Amethyst Black is the colour I made the fastest! I made two mixtures with very few ingredients and... bullseye! It was a perfect hit right away! That nearly never happens in my profession. »



ZAVODLJIVI OBLICI

Nakon što zakuha boju i dobije zeleno svjetlo od dizajnera boja i ukrasnih elemenata, Raphael kreće u tehničku fazu izrade: vjerno reproduciranje boje prilikom svakog prvog sastavljanja vozila.

U toj fazi, koja obično traje oko osam tjedana, Raphael usko surađuje s dobavljačem zaduženim za usklađivanje boja prema uputama proizvođača. Boja se zatim nanosi na zakrivljenu plohu: prilično velik komad lima koji, ovisno o kutu i izvoru svjetlosti, različito reflektira svjetlost. Na temelju toga stvara se predodžba o njezinu konačnom izgledu.

Za kraj, da bi se uvjerio u dobro obavljen posao i zatražio odobrenje od projektnih timova, Raphael nanosi boju na maketu automobila u stvarnom omjeru. Nakon toga boju reproduciraju tvornički roboti uz primjenu vrlo preciznih postupaka bojenja pod tlakom.



„Proučio sam sve boje, od bijele do crne, od crvene do zelene. Priroda ovog posla tjera me da se svaki put nanovo izrazim. U tome je tajna. Moram neprestano tragati za novim pigmentima i mijenjati način na koji radim.“

Ponekad od dizajniranja boje do lakiranja automobila može proći godina i pol, a ponekad i dulje. Naprimjer, Alpineova crveno-narančasta boja svjetlo dana ugledala je čak osam godina nakon što je stvorena.

Kako bi svoje boje učinio vječnima, Raphael im daje bezvremenska imena. Na primjer, plava boja Zanzibar, premijerno predstavljena na Meganu Conquestu, budi uspomene na praznike: *„Sam naziv pobuđuje prizore bijelog pijeska, mora i tamnog nebeskog svoda.“*



Medeno žuta - 4. gen. Scenica



Plava Zanzibar – Conquest



Metalik siva – TreZor

OD PREDVODNIČKE NARANČASTE DO PREDSEDNIČKI PLAVE

Neke Raphaelove kreacije ušle su i u legendu. Pritom mislimo na boje koje su se svojom smjelošću, inovativnošću, i napose ljepotom, urezale u kolektivnu svijest.

„Kada mi za oko zapne boja nekog automobila, odmah se zapitam koje je pigmente konkurentni proizvođač koristio da bi je dobio. Takve me situacije nadahnjuju. Potiču me da pronađem prave sastojke i zamiješam boju kakvu svijet još nije vidio.“

To je bio slučaj i s narančastom bojom Valencia u kojoj je predstavljena peta generacija Clija. Bio je to prvi put u povijesti automobilske industrije da je neki serijski model predstavljen u narančastoj boji. U kombinaciji s temeljnim premazom druge boje, završni premaz zasićuje boju pa ona djeluje dublje i življe. *„Kad već spominjemo lakove u boji, dodao bih da smo s crvenom bojom Flame i u tom području postavili određena mjerila“* prisjeća se Raphael. *„Željeli smo takav uspjeh ponoviti i na sljedećem modelu. Dakako, na još bolji i originalniji način.“*



Legendarna crvena boja Flame, čija privlačnost ne blijedi već 10 godina, još se uvijek upotrebljava na aktualnim modelima kao što je novi Mégane E-TECH Electric. Problem je u tome što sve boje ne pristaju svim tipovima karoserije ili svim oblicima silueta. Zaobljenim karoserijama poput Cliove pristaju jarke i zasićene boje kao što je crvena Flame.



S druge strane, metalik boje s primjesama sive, poput sive Schist, bolje pristaju automobilima zategnutih linija kao što je novi Mégane E-TECH Electric.

Drugim oblicima vozila pak pristaju uglađenije, široko prihvaćene boje. Jedna od njih je plava Midnight. Upotrijebljena je na novom Méganu E-TECH Electric, Zoeju, pa i Espaceu koji je vozio francuski predsjednik.



Narančasta boja Valencia na 5. generaciji Clioja



Siva Schist na novom Méganeu E-TECH Electric



Plava Midnight na Zoeju

JE LI BOJA UGROŽENA VRSTA?

„Posljednjih deset godina uglavnom sam radio na visokozasićenim i živopisnim bojama koje plijene pozornost.“ dodao je Raphael. *„Veliki sam obožavatelj boja. Što manje bijele, crne i sive koristim, to sam sretniji! Štoviše, volio bih da se naše ceste mnogo više šarene. No to nažalost nije tako; na njima danas prevladava jednoličnost.“*

Istraživanje koje je prije godinu dana proveo stručnjak za automobilske boje Axalta potvrđuje da boje automobila postaju sve jednoličnije. Prema rezultatima istraživanja, 81 % vozila u svijetu prodaje se u bijeloj (38 %), crnoj (19 %) ili sivoj boji (15 %). Proizvođači se odlučuju na te boje jer ih je relativno jeftino proizvesti. *„Neke od tih boja koriste se već godinama“,* istaknuo je Raphael. *„Stvorene su da potraju. Uzmite za primjer Renaultovu bijelu boju koja je stara čak 30 godina!“*

Dok se većina zapadnih proizvođača ne trudi unijeti mnogo vedrine u svoju neutralnu paletu, određena tržišta već godinama zaziru od jednoličnih nijansi. U nekim je kulturama boja itekako poželjna stvar. Primjer je toga Indija, gdje se uz pomoć začina i tkanine dobiva čitav spektar boja. Renault je 2020. predstavio Kiger, konceptno vozilo koje najavljuje novi model za indijsko tržište. Boja pod nazivom Aurora Borealis posebno je dizajnirana za taj model, a zanimljiva je zbog toga što djeluje različito ovisno o razini svjetlosti i kutu iz kojeg se promatra. Riječ je kombinaciji plave i ljubičaste s primjesom neonsko zelenih detalja.



Renault Kiger, konceptno vozilo koje najavljuje novi model za indijsko tržište, odlikuje jedinstvena boja poznatija kao Aurora Borealis

Kada je riječ o konkurentnim proizvođačima, direktor Renaultova Odjela za dizajn boja i ukrasnih elemenata, François Farion, u prošlom je članku izjavio kako „Renault ima stanovitu prednost budući da nudi široku paletu boja za svoja vozila. U usporedbi s konkurentima, marka Renault prodaje oko 10 % više modela u boji.”

Ne tako davno, tehničari boja imali su običaj križati boje. Drugim riječima, marke unutar Grupe mogle su međusobno posuđivati i miješati boje. Danas svaka boja pripada isključivo marki pod čijim je okriljem nastala, a ponekad je ograničena i samo na jedan njezin model. Svaka marka ima svoj identitet i svoj jedinstveni vizualni izraz. „Dacia je jedina marka koja u svojoj ponudi nudi zelene nijanse, nadahnute prirodom” navodi Raphael. „S druge strane, marka Alpine svoj vizualni identitet gradi na različitim nijansama plave koje neprestano osvježava.”

„U Renaultu trenutačno razvijamo boje za koje postoji najveća potražnja. Dakle, one suptilnijih tonova”, kaže Raphael. „Zadržali smo neke od svojih zasićenih boja i posvetili se razvoju sofisticiranijih nijansi, čak i onih s blagim metalik odsjajem. U konačnici, naša je misija stvoriti bogatije boje s više dubine”.