

ARAD

colour in design

rivista di architettura e arti del progetto aprile 2013

+ 127

supplemento

Milano-Architettura

Rivista Bimestrale/Poste Italiane SpA - spedizione in abbonamento postale - DL 353/2003 (conv. 27/09/2004, n° 46) art. 1 comma 1 - DCB Bologna
Italia € 12,00 - Canada CAD 39,95 / Germany € 24,80 / UK GBP 19,50 / Greece € 22,00 / Portugal € 22,00 / Spain € 22,00 / Switzerland CHF 30,00 / USA \$ 40,95 / Belgium € 22,00

ISSN 0394-0055



Interviews to: Oikos, Moroso, Ceramica Cielo, Missoni, Michele Chiocciolini

Furch Design+Production / i29 interior architects / Ron Arad / HÅG Design Team / Danilo De Rossi / Johan Lindstén / Ionna Vautrin / Claesson Koivisto Rune / Anderssen&Voll / Bitossi Lab / StokkeAustad and Andreas Engevik / Karim Rashid / Gumdesign / Vito Nesta / Fabio Novembre / 5.5 designers / Swatch

The experience of colour

Patrizia Scarzella

"L'esperienza del colore è una questione di cultura. Così come i sensi e la percezione sono collegati ai ricordi e all'identificazione, la nostra relazione con il colore deriva strettamente dal nostro habitat culturale. Gli eschimesi hanno una sola parola per definire il rosso ma ne hanno trenta per il bianco...". Così cita Olafur Eliasson, artista danese ben abituato alle sofisticate e impalpabili variazioni cromatiche nordiche.

Scrivendo Johannes Itten in "Arte del colore" nel 1961 a conclusione dei suoi studi sulla percezione del colore: "Gli effetti cromatici sono controllabili mediante la percezione visiva. Riconosco però che i più profondi ed essenziali segreti del cromatismo restano impenetrabili agli occhi e si possono cogliere solo col cuore. L'essenziale sfugge quindi a ogni formulazione concettuale".

Amo molto questa visione piuttosto romantica del colore, l'anima sfuggente del colore, spesso imprevedibile, che non si riesce a catturare, questione di cuore più che di cervello.

Non mi hanno mai convinto a fondo i sostenitori contemporanei di metodi scientifici per decodificare, comprendere e poi progettare il colore a tavolino.

Almeno a giudicare dai risultati di progetto, spesso queste metodologie non danno risultati sorprendenti e memorabili! La mia esperienza con il colore è multiforme, trasversale perché riguarda molteplici materiali e costante nel mio percorso professionale.

Al background di architetto con i relativi studi sul colore, superficie e volume, sono seguite le esperienze sul campo con molte aziende di prodotti in cui il colore è elemento fondante e determinante per il successo commerciale.

Una storia che si declina negli anni con il progetto di infinite gamme colore per l'industria dei materiali per l'arredamento: dall'industria tessile, come Parà Tempotest ad esempio, all'industria ceramica con la sperimentazione del cotto colorato per il gruppo delle Terre Toscane - Ferrone, Ceramiche Brunelleschi, Rasseno negli anni '90 - e più recentemente con Terreblu, o ancora del vetro in tutte le sue forme di produzione. Dai progetti in vetro soffiato a Murano per Carlo Moretti e Barovier&Toso, al vetro stampato industriale di Saint Gobain Glass il vetro è diventato il leit-motif nel mio lavoro. Materiale duttile per eccellenza, il vetro continua a sorprendermi e anche ad offrirmi nuove opportunità di sperimentazione.

"The way we experience colour is a question of culture. Just as senses and perception are linked to memories and identification, our relationship with colour is solidly rooted in our cultural habitat. The Eskimos have a single word to define red, but they have thirty for white..." observes Olafur Eliasson, a Danish artist who is familiar with the sophisticated and intangible Nordic chromatic variations.

In his "Art of Colour" from 1961 Johannes Itten writes, as conclusion of his studies on the perception of colour: "Chromatic effects can be controlled through visual perception. But I admit that the deepest and most essential secrets of colours remain impenetrable to the eye, and can only be captured with the heart. The essential therefore escapes every conceptual formulation." I am very fond of this quite romantic vision of colour, the elusive soul of colour, often unpredictable, that cannot be captured, a matter of the heart rather than of the brain. The present-day advocates of scientific methods for decoding, understanding and then designing colour on a theoretical level have never wholly convinced me.

At least if we are to judge from the resulting designs, these methods seldom give surprising and memorable results!

My experience with colour is multiform and transversal, because it concerns numerous materials, and throughout my professional trajectory.

My education as an architect, with the relative studies on colour, surface and volumes has been followed by professional experiences with many manufacturers of products where the colour plays a fundamental role and is a key factor to commercial success.

Architetto e giornalista, vive a Milano, è esperta di immagine e comunicazione e consulente di aziende italiane e internazionali del settore design. Autore di importanti progetti di ricerca, libri e mostre di design internazionali. È stata docente all'Università La Sapienza di Roma, all'Università di Genova, alla Estonian Academy of Arts di Tallinn. Si occupa di design per il sociale collaborando a progetti internazionali di formazione e riqualificazione dei prodotti di artigianato in contesti di disagio sociale in Thailandia, Filippine e Kenya per la International Good Shepherd Foundation. Fondatrice e Vice Presidente della Associazione DComeDesign per la promozione della creatività femminile. Membro del Giurì del Design di ADI. Associate expert of CSIL.

Architect and journalist, she has developed considerable experience as communication and design manager for important Italian and international design brands. Her research activity in the design field includes innovative communication and trends projects. Author of numerous design books, she has also been curator of many international design exhibitions and has been a lecturer on the Industrial Design Course at La Sapienza University, Rome, Genoa and currently at the Faculty of Architecture in Genoa. She is design training and product development consultant for social design projects in disadvantaged social situation in Thailand, Kenya and Philippines for the International Good Shepherd Foundation. Founder and Vice President of the Association DComeDesign for the promotion of women creativity. Member of Design Giurì at ADI. Associate expert of CSIL (Centre of Industrial Studies).



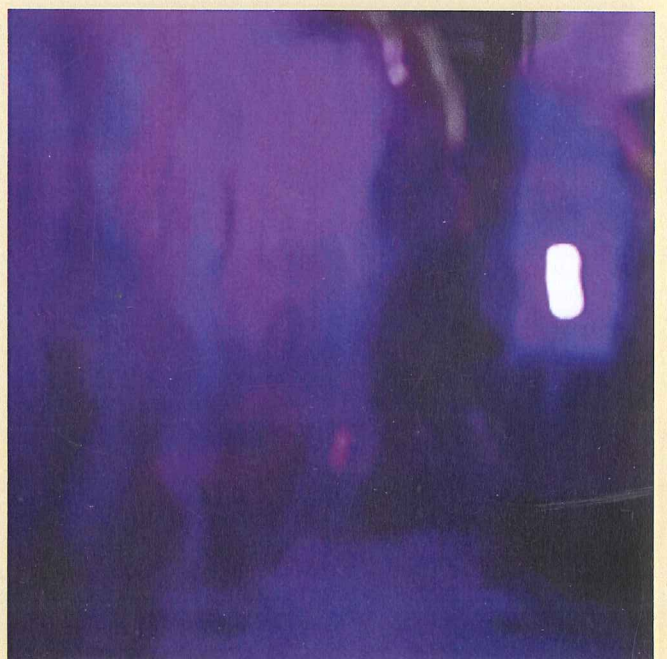
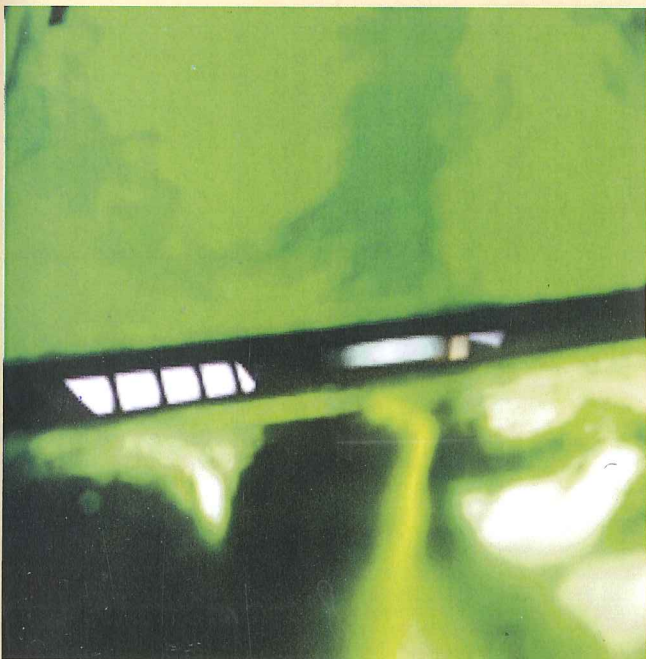
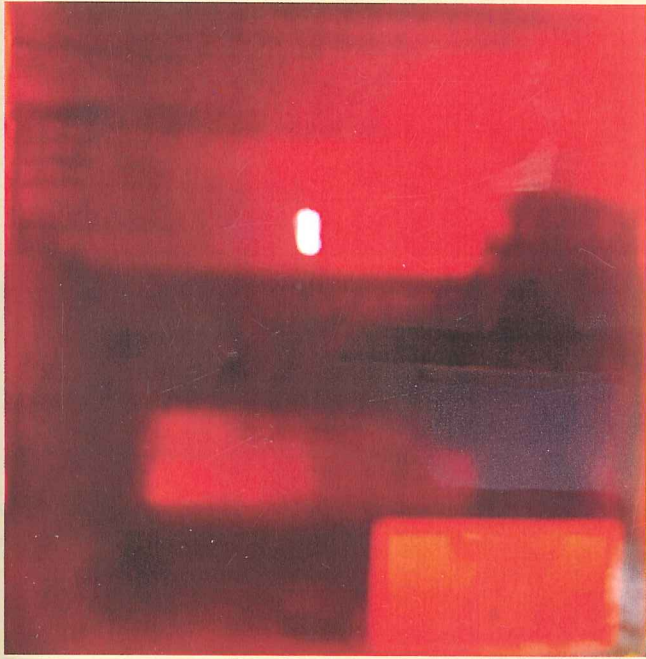
Nel 2011 il Museo dell'Arte Vetraria di Altare, nell'entroterra di Savona, ha dedicato, infatti, una mostra ai miei progetti di vetro e colore. Il Museo raccoglie oggi la storia conclusa di un passato glorioso: Altare è stato, infatti, per alcune centinaia d'anni il più grande centro di produzione del vetro industriale italiano – Bormioli è, per inciso, uno dei nomi più antichi dei maestri vetrai di Altare che poi da qui emigrarono in altra regione. Ho scelto di lavorare con i maestri vetrai superstiti di questa grande tradizione su un colore difficile per il vetro e per altri materiali, in primis la ceramica: il rosso, così sfuggente, così 'capriccioso' e imprevedibile, difficile da imbrigliare e dominare... forse, come mi disse un vecchio maestro a Murano, "è perché quando si ha a che fare col fuoco, lui che è rosso, non vuole concorrenti...". Fatto sta che il rosso è sempre una bella sfida per chi lavora con i colori e il risultato non può darsi mai per scontato. Parte della mia ricerca parallela sul colore nell'ambito dei prodotti industriali è stata raccontata nel 2008 nel libro "I colori del design. Il progetto del colore come fattore di successo dei prodotti industriali", edito da FrancoAngeli. 7 'case histories' emblematiche, storie di prodotti industriali e colore come chiave fondamentale per emergere in un panorama affollato dove le immagini fanno sempre più fatica ad essere visibili e memorabili. In tutti i prodotti industriali il progetto colore è sempre intrinsecamente legato allo studio del materiale e allo studio della finitura: tre elementi inscindibili strettamente correlati alla tipologia e alla forma dell'oggetto che contribuiscono all'effetto finale, percettivo e tattile.

7 i progetti esaminati, raccontati sotto forma di intervista ai protagonisti del progetto colore. Alessi e il cosiddetto 'colore trasversale', la ricerca condotta negli anni da Claudia Raimondo, color designer, per i prodotti casalinghi di acciaio, legata alla riflessione del materiale e orientata sull'effetto di interazione con la luce, al colore ma anche alla finitura del materiale; la storia del colore dei prodotti Bticino, un'azienda che è stata capace di trasformare un piccolo accessorio tecnico, la placca per interruttori e prese elettriche, in un complemento di architettura di interni in cui forma, finitura e colore sono strettamente correlati; lo studio della gamma dei colori nel redesign della nuova Fiat 500: un mix di colori vintage, di memoria, come l'avorio della prima storica cinquecento, rivisitati in chiave contemporanea e nuovi colori per attrarre un pubblico giovane che di quel passato ha solo sentito dire, senza averne avuto esperienza diretta; la straordinaria gamma colori delle porte Lualdi, dei 'classici' evergreen – dal rosso 'Ferrari' al verde vagone, dal prugna al grigio antracite – studiati dall'architetto Luigi Caccia Dominioni negli anni '70 e ancora oggi i più venduti nel mondo;

My career has developed over the years, with the creation of an infinity of colour palettes for companies producing materials for the furniture sector: from the textile industry, as Parà Tempotest, to the ceramic industry with experimentation with coloured fired terracotta for the Terre Toscane Group – Ferrone, Ceramiche Brunelleschi, Rasseno in the Nineties, and more recently with Terreblu, and glass products made with every technique, from designs in blown glass from Murano for Carlo Moretti and Barovier&Toso, to the industrially produced glass of Saint Gobain Glass, glass has become the leitmotif of my work. A pliant material par excellence, glass still surprises me, and offers me many opportunities to experiment. In 2011 the Museum of Glass Art of Altare, in the interior near Savona, dedicated an exhibition to my glass and colour designs. The Museum today bears witness to the concluded history of a glorious past: for hundreds of years Altare was the leading production site of industrial glass in Italy – Bormioli is by the way one of the oldest names of the glassmakers of Altare, who have then emigrated to another region. I have chosen to work with the master glassmakers who still keep this great tradition alive, with a colour that is difficult both for glass and other materials, especially ceramics, namely red, so elusive, 'capricious' and unpredictable, so hard to control and dominate... perhaps, as an old master of Murano told me, "it is because one is dealing with fire, and fire, which is red, does not want any rivals..." Be that as it may, red is always a daunting challenge for those who work with colours, and the result can never be taken for granted. Some of the story about my parallel research on colour in the context of industrial products has been told in 2008, with the book "The colours of design. The design of colour as a factor of success of industrial products", published by FrancoAngeli. It recounts 7 'case histories', stories of industrial products and how colour has played an essential role, making it possible to emerge in a crowded scenario where it is becoming harder and harder for images to be visible and memorable.

In all industrial products colour design is always intrinsically linked to the nature of the material and the study of the surface treatment: these three elements are inseparably and closely correlated to the typology and form of the object, and they contribute to the final perceptive and tactile effect. The story about the seven projects is told through interviews of those who have been involved in the colour project. Alessi and the so-called 'transversal colour', the research conducted over the years by colour designer Claudia Raimondo on household items in steel, linked to the reflection of the material and the effect of the interaction with the light, not only on the colour but also on the surface treatment of the material; the story of the colours of the products made by Bticino, a company which has succeeded in turning a small technical accessory, the plate of electrical switches and sockets, into an interior architecture accessory in which form, surface treatment and colour are closely correlated; the study of the colour range used in the redesign of the new version of the Fiat 500: a mix of vintage colours evoking the past, as the ivory of the first cinquecento ever produced, reinterpreted in a contemporary key, and new colours aimed at conquering the young customers who have heard of the past but have no direct experience; the extraordinary colour range of Lualdi doors, the 'classical' evergreens – from 'Ferrari' red to carriage red, from prune to anthracite grey, which were studied by architect Luigi Caccia Dominioni in the Seventies and are still international bestsellers today; the so-called 'sherbet colours' of the plastic chairs designed by Jasper Morrison produced by Magis: the technical difficulties associated with producing pretty dark colours has become a new opportunity, through the creation of a range of pastel colours which have proven a successful innovation; the 'transformist' colours of fashion accessories – Piquadro bags and suitcases – and the ability to make a colour, the Pantone 298C blue found in the details of every product by Piquadro, become the distinctive design trait of the brand;

Patrizia Scarzella, "Liquid Colors" photographic project: images of Verrerie de Saint Just, France for Saint Gobain Glass, realized for the exposition "Altare Vetro Design" at Museo dell'Arte Vetraria Altarese, Altare, 2011.



i cosiddetti 'colori dei sorbetti' delle sedie in plastica di Jasper Morrison prodotte da Magis: la difficoltà tecnica di produrre dei bei colori scuri tramutata in una nuova opportunità, creando una gamma di colori pastello, che si sono rivelati un'innovazione di successo; il colore trasformista degli accessori di moda – le borse e le valigie Piquadro – e la capacità di far diventare un colore, l'azzurro Pantone 298C presente nei dettagli di ogni prodotto Piquadro, la cifra stilistica riconoscibile del brand; la ricerca del non-colore, il bianco assoluto detto 'extra-white', per il vetro dell'architettura, tendenza oggi consolidata espressa negli ultimi anni da tutti gli architetti contemporanei nel mondo.

Nelle storie dei prodotti industriali contemporanei di maggior successo non si può non citare il noto caso Apple: nel noioso panorama dei computer grigio/beige ad un certo punto 'Apple stupisce il mondo introducendo il Bondi Blue iMac nel 1998 – scrive Louis Gray in Commentary, December 28, 2006 –e il mondo dei PC è stato colto in 'braghe di tela'.

Tutto ciò che Apple doveva fare per 'Think Different' era di allontanarsi dal beige, inventando un prodotto immediatamente distinguibile da ogni altra macchina in una stanza, per forma, modo diverso di operare e per il suo colore smagliante'.

...Ma, aperta la strada al colore, Apple è subissata da richieste di ampliare la gamma colori... e ancora una volta stupisce la scelta strategica rigorosa dei successivi prodotti, del tutto e solo nero, e poi del bianco del Mac e della sua finitura unica e innovativa, traslucida, trasparente in profondità – 'il più bel bianco del mondo' come lo definirono l'azienda e i suoi milioni di fan! E poi l'alluminio, il colore puro del materiale con una finitura soft al tatto, di bellezza assoluta. Il colore, poco e misurato, Apple lo riserva solo a l'Pod...

La profondità e la trasparenza rimangono per me gli aspetti cromatici più affascinanti ancora da esplorare. In questo ambito, ho avuto dal Gruppo Saint Gobain Glass l'occasione di lavorare a un progetto di immagine nella Verrerie de Saint Just, in Francia. Un luogo per me 'mitico' e mitizzato nel tempo, perché il catalogo colori della Verrerie è senza alcun dubbio il più affascinante e ricco campionario cromatico che io abbia mai visto. In questo ambiente antico, che rivela ad ogni angolo sorprendenti effetti visivi e pittorici ho cercato di catturare l'effetto cromatico 'liquido' e sfuggente del materiale... il progetto è stato infatti intitolato 'Liquid Colors'... Alla fine del lavoro ho messo una citazione poetica e magica di Ettore Sottsass, che della potenza dei colori è stato certo un grande maestro: 'I colori, l'idea del colore scappano sempre da tutte le parti, scappano al rallentatore come le parole, che scappano sempre, come la poesia che non si può mai tenere nelle mani, come i racconti belli...'

the research of a non-colour, the absolute white, also called 'extra-white', for glass used in architecture, a trend that has by now become consolidated, and used by contemporary architects all over the world in recent years.

In the history of contemporary industrial products of great success we cannot but mention the famous case of Apple: in the dreary scenario of grey and beige computers, one day Apple amazed the world by introducing the Bondi Blue iMac in 1998. As Louis Gray wrote in Commentary on 28 December 2006 "... and the world was caught with its figurative 'pants down'... All that Apple had to do in order to 'Think Different' was to drop the beige and invent a product that immediately distinguished itself from every other machine in a room, in terms of form, its different operation system and its bright colour'.

...But after having paved the way for colour, Apple was buried in demands to expand the colour range, and once again one is amazed by the strategic choice of the later products, which were wholly and only black, and then the Mac white and its unique and innovative surface, translucent and transparent in depth – 'the most beautiful white in the world' as the company and its millions of fans defined it! The only product Apple has given colour – little and measured – is the l'Pod...

Depth and transparency: these are still the most fascinating aspects of colour, and there is still a lot to be explored. In this context I have been given the opportunity, by the Saint Gobain Glass Group, to work on a project centred on image with the Verrerie de Saint Just in France. This is a 'mythical' place to me; it has become a legend over time because the colour range of the Verrerie is undoubtedly the most fascinating and rich chromatic sample range I have ever seen. In this old environment, which reserves surprising views and picturesque effects in every corner, I have sought to capture the 'liquid' and evasive chromatic effect of the material...

In fact, the project has been given the title 'Liquid Colours'. At the end of the work I have included a poetic and magical quotation from Ettore Sottsass, who has certainly been a great authority on the power of colour: 'Colours and the idea of colour always burst forth from all over the place, they escape control just like words, which always burst forth, like poetry that cannot be held fast, like beautiful stories...'

"Colours and the idea of colour always burst forth from all over the place, they escape control just like words, which always burst forth, like poetry that cannot be held fast, like beautiful stories..."
Ettore Sottsass jr



THE UNIVERSITY OF CHICAGO
PAULSON CENTER FOR
SUSTAINABLE DEVELOPMENT

UNIVERSITY OF CHICAGO
PAULSON CENTER FOR
SUSTAINABLE DEVELOPMENT

UNIVERSITY OF CHICAGO PAULSON CENTER FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT