

Kolorista: čarobnjak iz Renaultovog odeljenja za dizajn

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

U proseku svako Renaultovo vozilo se nudi u sedam različitih boja. Svaka suptilna nijansa, kontrast ili metalik odsjaj su pažljivo osmišljeni. Pre nego što neka boja zaživi na proizvodnom modelu, njene karakteristike procenjuju i odobravaju dizajnerski timovi uz pomoć kreativnih stručnjaka i dobavljača.



„Samo je nebo granica! Uz pomoć praha aluminijum oksida, sedefa i ostalih osnovnih pigmenata mogu da proizvedem bilo koju boju. Ako hoćete, i sve nijanse duginog spektra.“

Raphael, tehničar za razvoj boja u Renaultovom odeljenju za dizajn

PALETA INSPIRACIJE

Raphael već 21 godinu radi u Renaultovom Odeljenju 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. Njegova laboratorija se nalazi u Technocentru (sedište Renaultovog dizajnerskog odeljenja u blizini Pariza), gde razvija boje uz pomoć različitih pigmenata, a na raspolaganju su mu i tri lakirnice za testiranje svih novih formulacija. Zapravo, ovaj tehničar za razvoj boja je pre svega umetnik!

Pre nego što započne sa radom, od dizajnera boja i ukrasnih elemenata dobija niz smernica i opštih informacija iz kojih crpi početnu inspiraciju. „Na primer, kažu mi da proizvedem plavu boju, svetlu ili tamnu, u zavisnosti od vozila. Nakon toga preuzimam stvar u svoje ruke.“ kaže Raphael.

Međutim, u toj fazi procesa treba odgovoriti na čitav niz pitanja: Da li je reč o posebnom izdanju nekog modela? Ako jeste, 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 aktuelna. Zatim, na kakvoj će se karoseriji koristiti? Da li je popis konkretnih smernica sve što je Raphaelu na raspolaganju? Ili su ta radna uputstva struktuisana kao „mood board“, odnosno kolaž paleta koja budu inspiraciju?



Prioritet tehničara za razvoj boja jeste da osmisli nove formulacije boje pre nego što dizajneru predstavi početnu boju. Da bi u tome uspeo, tehničar se služi preciznim tehnikama mešanja boje kako bi svaki put postigao savršeno uravnoteženu nijansu. „Ponekad mi boja ispadne savršeno već iz prvog pokušaja“ dodao je Raphael. „U tom slučaju je dovoljan jedan dan da je dizajner odobri. Ali u većini slučajeva taj proces je dugotrajan i podrazumeva brojna savetovanja sa glavnim dizajnerom kako bi se postigla željena boja.“

DAŠAK CRVENE

Pitate se šta to naš čarobnjak za boje skriva u svojim ladicama i na policama? Tamo nema magičnih napitaka i knjiga sa čarolijama, ali zato ima pigmenata. I to u izobilju! „Imam sirove pigmente koje možete naći samo u hemijskoj industriji, ali i neke druge koji se mogu naći u svakoj radionici. Kada ih pomešam, nastane magija.“ Pigmenti su nekad bili organski, ali danas su sintetički i dolaze u pregršt raznih oblika. Uglavnom se nabavljaju iz SAD-a, Japana ili Nemačke. Uz prah aluminijum oksida i sedef, pigmenti su osnovni sastojak svake nove boje!

Boje se mogu podeliti u nekoliko osnovnih kategorija: obične, metalik, biserne, troslojne (kombinacija obične boje, biserne boje i laka) i lakirane.

„To je kao kad kuvate po receptu... Samo što na kraju ne polijete kašičicu! Da li ću dodati puno sjaja? Ili samo malo? Koje bih boje mogao da iskombinujem? A šta ako upotrebim obojeni aluminijum oksid ili lak u boji? Šta god odlučio, cilj je uvek isti: stvoriti novu i ujednačenu boju.“

Za dobijanje određene boje je dovoljno od tri do osam sastojaka, ali je za postizanje željenog rezultata ključno doziranje! To može značiti i višestruko menjanje formulacije dok se ne postigne zacrtana boja. Treba li uopšte napominjati i da je broj mogućih kombinacija



neograničen? „Ali ne mogu tek tako da idem u kojem god pravcu poželim...“ dodaje Raphael sa dozom opreza. „Dužnost mi je da stvorim nešto lepo, ali i pristupačno. Nešto što se lako proizvodi i reprodukuje. Naravno, važno je i to da se završni rezultat sviđi što većem broju kupaca, ali na kraju su troškovi onaj presudni faktor.“

Završna boja zatim se premazuje lakom, najčešće sjajnim. Dodavanjem smole u smesu, Raphael može da proizvede čitav spektar završnih obrada, od matiranih do satenskih. Među Raphaelovim briljantnim idejama se izdvajaju staklene ljuskice, sačinjene od minijaturnih staklenih perli koje, kada se dodaju osnovnom premazu ili laku, pomažu da se reflektuje svetlost.

Sedam čuda Raphaleovog sveta boja



ZAVODLJIVI OBLICI

Nakon što zameša boju i dobije zeleno svetlo od dizajnera boja i ukrasnih elemenata, Raphael kreće u tehničku fazu izrade: verno reprodukovanje boje prilikom svakog prvog sastavljanja vozila.

U ovoj fazi, koja obično traje oko osam nedelja, Raphael usko saradjuje sa dobavljačem zaduženim za usklađivanje boja prema uputstvima proizvođača. Boja se zatim nanosi na zakrivljenu ravan: prilično veliki komad lima koji, u zavisnosti od ugla i izvora svetlosti, različito reflektuje svetlost. Na osnovu toga stvara se pretpostavka o njenom konačnom izgledu.

Za kraj, da bi se uverio u dobro obavljen posao i zatražio odobrenje od projektnih timova, Raphael nanosi boju na maketu automobila u stvarnom odnosu. Nakon toga boju reprodukuju fabrički roboti uz primenu vrlo preciznih postupaka bojenja pod pritiskom.

„Proučio sam sve boje, od bele do crne, od crvene do zelene. Priroda ovog posla tera me da se svaki put iznova izrazim. U tome je tajna. Moram neprestano da tragam za novim pigmentima i da menjam način na koji radim.“

Ponekad od dizajniranja boje do lakiranja automobila može da prodje godina i po, a ponekad i duže. Na primer, Alpine crveno-narandžasta boja svetlo dana je ugledala čak osam godina nakon što je stvorena.

Kako bi svoje boje učinio večnim, Raphael im daje svestremena imena. Na primer, plava boja Zanzibar, premijerno predstavljena na Meganu Conquest, budi uspomene na praznike: *„Sam naziv pobuđuje prizore belog peska, mora i tamnog nebeskog svoda.“*

OD PREDVODNIČKE NARANDŽASTE DO PREDSEDNIČKI PLAVE

Neke Raphaelove kreacije su ušle i u legendu. Pritom mislimo na boje koje su se svojom smelošću, inovativnošću, a na kraju i lepotom, urezale u kolektivnu svest.

„Kada mi za oko zapadne boja nekog automobila, odmah se zapitam koje je pigmente konkurentni proizvođač koristio da bi je dobio. Takve situacije me inspirišu. Podstiču me da pronađem prave sastojke i zamešam boju kakvu svet još nije video.“

To je bio slučaj i sa narandžastom bojom Valencia u kojoj je predstavljena peta generacija Clija. Bio je to prvi put u istoriji automobilske industrije da je neki serijski model predstavljen u narandžastoj boji. U kombinaciji sa osnovnim premazom druge boje, završni premaz zasićuje boju pa ona deluje dublje i življe. *„Kada već spominjemo lakove u boji, dodao bih da smo sa crvenom bojom Flame i u tom području postavili određena merila“* priseća se Raphael. *„Želeli smo da takav uspeh ponovimo i na sledećem modelu. Svakako, na još bolji i originalniji način.“*



Legendarna crvena boja Flame, čija privlačnost ne bleđi već 10 godina, još uvek se upotrebljava na aktuelnim 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 Clia pristaju jarke i zasićene boje kao što je crvena Flame. S druge strane, metalik boje sa primesama 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 modelima: novi Mégane E-TECH Electric, Zoe, pa i na Espace koji je vozio francuski predsednik.



Narandžasta boja Valencia na 5. generaciji Clija



Siva Schist na novom Méganeu E-TECH Electric



Plava Midnight na modelu Zoe

DA LI JE BOJA UGROŽENA VRSTA?

„Poslednjih deset godina uglavnom sam radio na visokozasićenim i živopisnim bojama koje privlače pažnju.“ dodao je Raphael. *„Veliki sam obožavatelj boja. Što manje bele, crne i sive koristim, to sam sretniji! Štaviše, voleo bih da se naši putevi mnogo više šarene. Ali to nažalost nije tako; na njima danas prevladava jednoličnost.“*

Istraživanje koje je pre godinu dana sproveo stručnjak za automobilske boje Axalta potvrđuje da boje automobila postaju sve jednoličnije. Prema rezultatima istraživanja, 81 % vozila u svetu prodaje se u beloj (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“,* istakao je Raphael. *„Stvorene su da potraju. Uzmite za primer Renaultovu belu boju koja je stara čak 30 godina!“*

Dok se većina zapadnih proizvođača ne trudi da unese mnogo vedrine u svoju neutralnu paletu, određena tržišta već godinama zaziru od jednoličnih nijansi. U nekim kulturama je boja itekako poželjna stvar. Primer toga je Indija, gde se uz pomoć začina i tkanine dobija 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 deluje različito u zavisnosti od nivoa svetlosti i ugla iz kojeg se posmatra. Reč je kombinaciji plave i ljubičaste sa primesom neonsko zelenih detalja.



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

Kada je reč o konkurentnim proizvođačima, direktor Renaultovog Odeljenja za dizajn boja i ukrasnih elemenata, François Farion, je izjavio *„Renault ima izvesnu prednost s obzirom da nudi široku paletu boja za svoja vozila. U poredjenju sa konkurentima, marka Renault prodaje oko 10 % više modela u boji.“*

Ne tako davno, tehničari boja su imali su običaj da ukrštaju boje. Drugim rečima, marke unutar Grupe mogle su međusobno da pozajmljuju i mešaju boje. Danas svaka boja pripada isključivo marki pod čijim je okriljem nastala, a ponekad je ograničena i samo na jedan njen

model. Svaka marka ima svoj identitet i svoj jedinstveni vizuelni izraz. „*Dacia je jedina marka koja u svojoj ponudi nudi zelene nijanse, inspirisane prirodom*“ navodi Raphael. „*S druge strane, marka Alpine svoj vizuelni identitet gradi na različitim nijansama plave koje neprestano osvežava.*“

„*U Renaultu trenutno 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 sa blagim metalik odsjajem. Na kraju, naša misija je da stvorimo bogatije boje sa više dubine*“.