

La Comunicazione Diffusa

strumenti

I colori: tra antropologia, psicologia, arte e semplificazioni varie

E veniamo allora all'uso che oggi facciamo del colore.
In una società basata ormai completamente sull'immagine il colore ricopre un ruolo fondamentale.

Parliamo un po' di marketing

La scienza dei colori applicata al marketing è sicuramente uno studio affascinante di come la scelta di un colore, piuttosto che un altro possa influenzare le azioni o il pensiero delle persone.

Sembra infatti che la scelta dei colori per un brand abbia una grande importanza nella percezione da parte dei potenziali clienti, addirittura da alcuni recenti studi pare che il colore del prodotto possa avere un'influenza fino all'80% sulla scelta di acquisto.

Si capisce bene quindi quanto questa scelta sia determinante nel decretare il successo o meno di un marchio. Scegliere un colore per la propria azienda può sembrare semplice, ma in realtà una decisione errata potrà compromettere il futuro anche sul lungo periodo.

Quali sono effettivamente i colori più utilizzati dalle aziende?

I migliori marchi per il 33% usano il colore blu (e già potranno venirvi in mente alcuni esempi nel settore dei social network), il 29% il rosso, il 28% il nero e solo il 13% il giallo. I marchi che utilizzano al massimo uno o due colori sono la maggioranza (95%) quelle che usano più di due colori invece solo il 5%.

I colori quindi hanno la loro importanza e un significato preciso che i brand devono conoscere per poter scegliere il colore che incarna davvero i propri valori e ciò che si vuole trasmettere al consumatore.

La Comunicazione Diffusa

strumenti

Proviamo ad applicare le definizioni a fare qualche nome...

l'arancione è pensato come il colore della fantasia, derivante dalla forza del rosso e dalla luminosità del giallo, produce un senso di gioia e di entusiasmo. Lo troviamo diffuso fra i prodotti alimentari, ma non solo, basti pensare a Wind che lo utilizza per trasmettere un senso di dinamicità e di felicità.



ARANCIONE

Il bianco, simbolo della purezza, della pulizia, la scelta più adatta per i brand che producono prodotti legati alla sanità. Ma lo troviamo anche in ambito alimentare come sinonimo di "light" e di leggerezza. In ambito tecnologico pensiamo al grande colosso Apple, che ha fatto del bianco il suo standard.



BIANCO

il verde è di solito abbinato ad un senso di calma e di salute, spesso infatti viene utilizzato per marchi energetici, alimentari. Pensiamo ad esempio a Bonduelle o a Levissima, entrambi marchi alimentari che utilizzano il verde nel loro logo evocando leggerezza e bontà.



VERDE

il giallo evoca immediatamente la solarità, il calore, stimola la creatività e l'energia. Si tratta del colore che per eccellenza attira l'attenzione. Ultimamente utilizzato anche nell'abito bancario: CheBanca! utilizza il giallo nel proprio marchio, sottolineandolo negli spot televisivi con il claim "Scegli il giallo!".



GIALLO



VIOLA

il viola è un colore misterioso, che evoca regalità ed eleganza, lusso; per questo lo si trova spesso abbinato alla finanza, ma anche alla tecnologia, come per esempio in Yahoo o per la telefonia di Tiscali.



NERO

il nero è sempre sinonimo di raffinatezza ed eleganza, di solito usato per prodotti costosi e di alto livello: settore tecnologico, abbigliamento, automobilistico. Ricordiamo alcuni marchi famosi come L'Oréal o Cartier, che utilizzano il nero per esprimere prestigio ed eleganza.



ROSSO

il rosso è un colore passionale, che aumenta il battito del nostro cuore e accelera il respiro. Lo troviamo spesso usato nei prodotti di moda, nella cosmesi, per le automobili, adatto in particolare per trasmettere un senso di energia: come non pensare alla "Rossa" per eccellenza?



BLU

il blu trasmette sicurezza, evoca il cielo e quindi serenità; è fra i colori più scelti dai brand, particolarmente gettonato fra i social network, pensiamo a Facebook, Twitter, Skype.

La Comunicazione Diffusa

strumenti

Ma siccome il marketing ci annoia, chiudiamo con qualche citazione:

Ogni elemento ha un suo colore: la terra è azzurra, l'acqua verde, l'aria gialla, il fuoco rosso; poi vi sono altri colori casuali e commisti, appena riconoscibili.

Ma tu bada con cura al colore elementare che predomina, e giudica secondo quello.

Paracelso

Paracelsus, Il Tesoro dei Tesori, scritti magici, alchemici ed ermetici, a c. di P. L. Pierini, Ed Rebis, Viareggio.

"Tutta la luce è nei muretti azzurri..."

(J. L. Borges : Ultimo sole, Tutte le opere, vol. 1 pg. 129)

Leggere, roride, melodiose, oscure linee viola

sono un grido di marzo,

un sortilegio d'ali nascenti nella tepida aria"

(Luis Cornuda: Violette)

"Quando i torelli sognano veronicas di violacciocche....

e questa pelle impastata d'uliva e gelsomino"

(F. Garcia Lorca: In morte di A. El Camborio)

"Ah sì... Ah così... Spara... frantuma.... mescola...

perle gialle nel giallo ovest...

cielo giallo alla Cina"

(J. Kerouack: Big Sur pag. 204)

"Ogni oggetto mi è noto in questo

vecchio edificio, quella testa di leone

che morde un anello e quei vetri colorati

che rivelano al bimbo la bellezza di

un universo rosso e di uno verde"

J. L. Borges: Adrogué, Tutte le opere, vol. 1, pag. 1245)