



COMMUNIQUÉ DE PRESSE / Juillet 2016

INFINI COLORS & DESIGN

« LA COULEUR DÉCLENCHE LA DÉCISION D'ACHAT »



Alors que 78% des voitures neuves vendues en Europe sont de teintes achromatiques, les marques élaborent des couleurs toujours plus audacieuses, prouesses technologiques répondant à une nécessité d'identification et de personnalisation. À l'occasion du lancement de la 3e édition du concours Infini Colors & Design en partenariat avec l'école de design Créapole, R-M décrypte le langage de la couleur et révèle le poids toujours plus conséquent de la peinture dans le design automobile et la décision d'achat.

Il n'est pas si loin le temps où le choix de couleurs pour sa voiture était noir ou... noir ! Grâce aux innovations technologiques, la palette s'est étendue de 1 à 300 000 teintes aujourd'hui, en intégrant des nuances et des effets.

Les fonctions de la peinture dans le design automobile sont ainsi devenues multiples : l'esthétisme, l'expression de tendances, un vecteur de communication, la personnalisation et la mise en avant des véhicules.

La recherche de nouvelles couleurs et effets de carrosserie occupe une place centrale au sein du style Couleurs & Matières du constructeur car il est un moyen intrinsèque de faire parler de la voiture, de rendre visible l'objet parmi les autres, de différencier une marque, de catégoriser les modèles d'une même marque.

Texturées, vernis teintés rouge/bleu/jaune/vert, nouveaux bi-ton type coupe-franche, nouveaux pigments à effets, motifs ... Les tendances sont aujourd'hui multiples et infinies.

*“La couleur est un critère très important au niveau commercial mais aussi pour se différencier au sein d'une même Marque, entre versions VU/VP, entre niveaux classiques ou haut de gamme. Elle permet aussi d'identifier des séries comme les GT Line, les Roland Garros ou les Style chez Peugeot”,* **Benoît Morin, Responsable Style Couleurs & Matières Peugeot**

Même si ce n'est pas le premier, la couleur est un facteur d'achat. L'option couleur est la plus valorisée et valorisable de toutes les options. D'où la nécessité de renouveler les couleurs, de proposer des versions tri-couche, vernis colorés, vernis texturés, des bi-tons, coupe-franche... encore plus techniques, plus belles, pour donner de la personnalité aux véhicules et monter en gamme.

**Popularité des couleurs 2015**

- Blanc : 30%
- Noir : 19%
- Gris : 16%
- Argenté : 13%
- Bleu : 9%
- Rouge : 6%
- Brun : 4%
- Beige : 2%
- Vert : 1%

**Popularité des effets 2015**

- Mat : 29%
- Métallique : 55%
- Perlé/Nacré : 16%

Sources : [BASF European Color Report For Automotive OEM Coatings](#)



Perfection made simple\*



\* La perfection en toute simplicité

Les couleurs vives vont créer l'envie mais la raison va privilégier l'achat de véhicules aux teintes achromatiques (noir, gris, blanc). Il n'en demeure pas moins que le constructeur attend de la couleur qu'elle crée un style, une marque de fabrique.

C'est là qu'intervient l'art combiné du designer automobile, du designer couleur et de l'ingénieur chimiste pour créer des effets, de la profondeur avec des couleurs basiques, pour concevoir à l'infini de nouvelles teintes.

*“Aujourd'hui, un basique ne suffit plus, les marques se doivent de rendre un noir plus profond, un blanc plus nacré, un gris jouant avec les ombres et la lumière. L'innovation nous permet de jouer avec de plus en plus d'effets ”, Frédéric Delbecque, Responsable grand compte, BASF Coatings.*

Initié par R-M (marque de peinture premium de BASF) en partenariat avec Creapole, le concours Infiniti Colors&Design, qui lance aujourd'hui sa troisième édition, est une expérience inédite. Il permet de sensibiliser les jeunes designers au pouvoir de la couleur, de faire émerger de nouvelles idées et de montrer l'influence de la couleur dans le design et la perception d'un modèle, d'une marque.



Des étudiants de Créapole au Refinish Competence Center R-M de Clermont de l'Oise



Trouver la teinte parfaite, et faire en sorte qu'elle dure dans le temps, le challenge d'aujourd'hui



Le vainqueur du concours, Raphaël de Macedo, et Erwan Baudimant, responsable national des ventes

### Dossiers en annexes

#### “LE LANGAGE DE LA COULEUR”

- La discrétion oui, mais avec éclat !
- L'éclat, oui mais longtemps !
- La technologie au service de l'identification
- Design auto & couleur : partenariat indissociable

**Dossier réalisé à partir des informations recueillies auprès des spécialistes du design et de la couleur chez les constructeurs et BASF.**

#### “INFINI COLORS&DESIGN R-M 2016”

- Infiniti colors & design R-M, l'école de la couleur des futurs designers
- Principe du concours
- Edition 2016

2016 : 20 maquettes en lice



\* La perfection en toute simplicité

Perfection made simple\*



[Lire le dossier “Le langage de la couleur”](#)

[Lire le dossier “Infini Colors & Design R-M 2017”](#)

[Accéder à la Photothèque R-M](#)

[Accéder à la salle de presse R-M](#)

### R-M Peintures Carrosserie : une part importante des activités de BASF Coatings

Sous la marque R-M, BASF commercialise une gamme complète de peintures pour carrosserie automobile, un domaine où R-M s'est tout particulièrement spécialisé dans les peintures hydrodiluable et à haute densité pigmentaire, deux technologies respectueuses de l'environnement. Leur utilisation permet à R-M d'être en parfaite conformité avec les dispositions réglementaires mondiales en matière de réduction des émissions de solvants, tout en garantissant les mêmes qualités de résistance et de finition que les peintures traditionnelles. Pour les soutenir dans leur activité, R-M propose à ses clients une gamme complète de services. R-M est homologué par la plupart des principaux constructeurs automobiles pour le marché de la réparation et choisi par les plus prestigieuses entreprises automobiles pour son expertise en matière de couleur.



[www.rmpaint.com](http://www.rmpaint.com)

[www.youtube.com/rmpaint](http://www.youtube.com/rmpaint)

[www.facebook.com/rmpaint](https://www.facebook.com/rmpaint)

<http://www.worldskills-france.org>



Perfection made simple\*



\* La perfection en toute simplicité