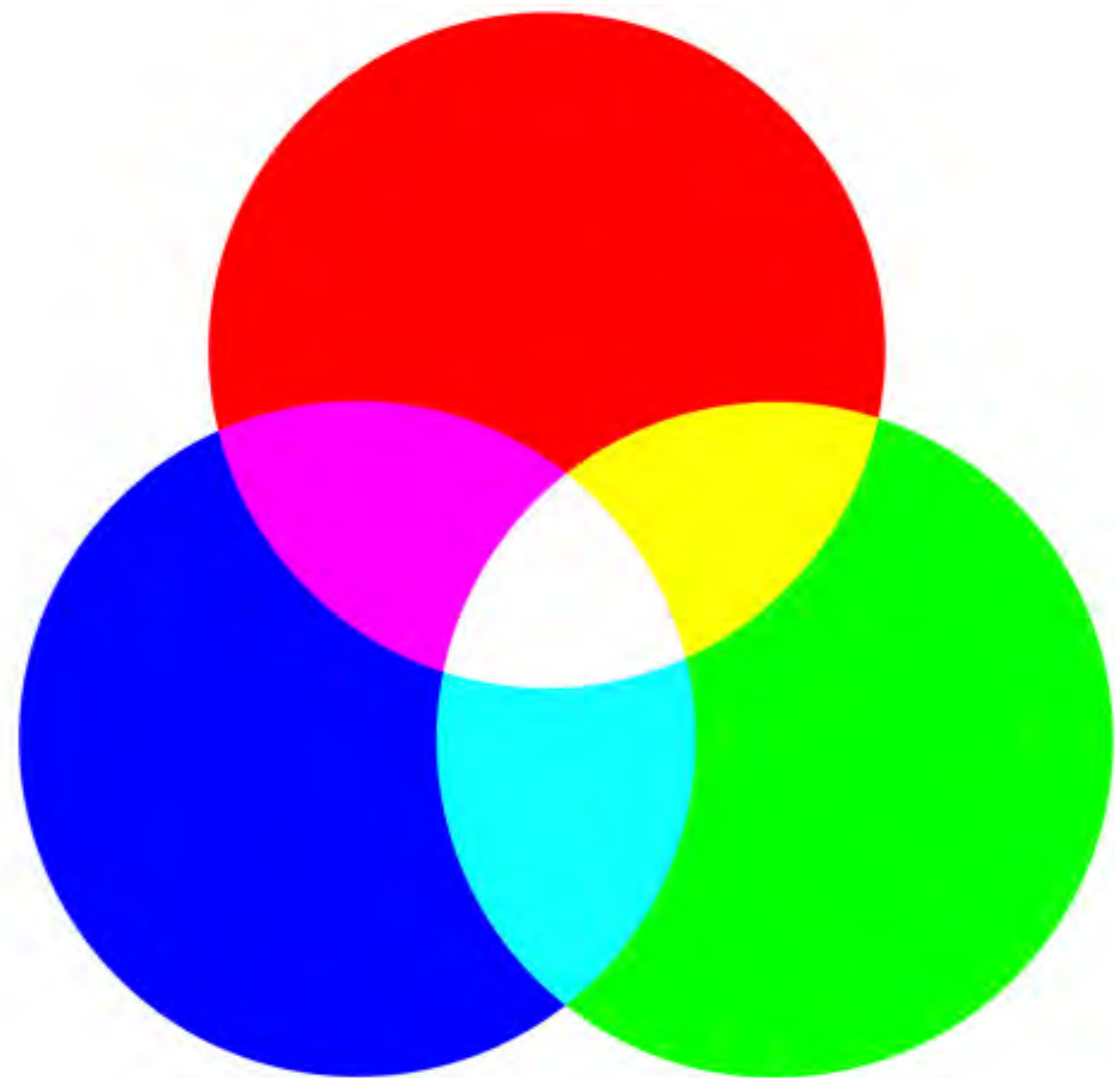


**COLORE**

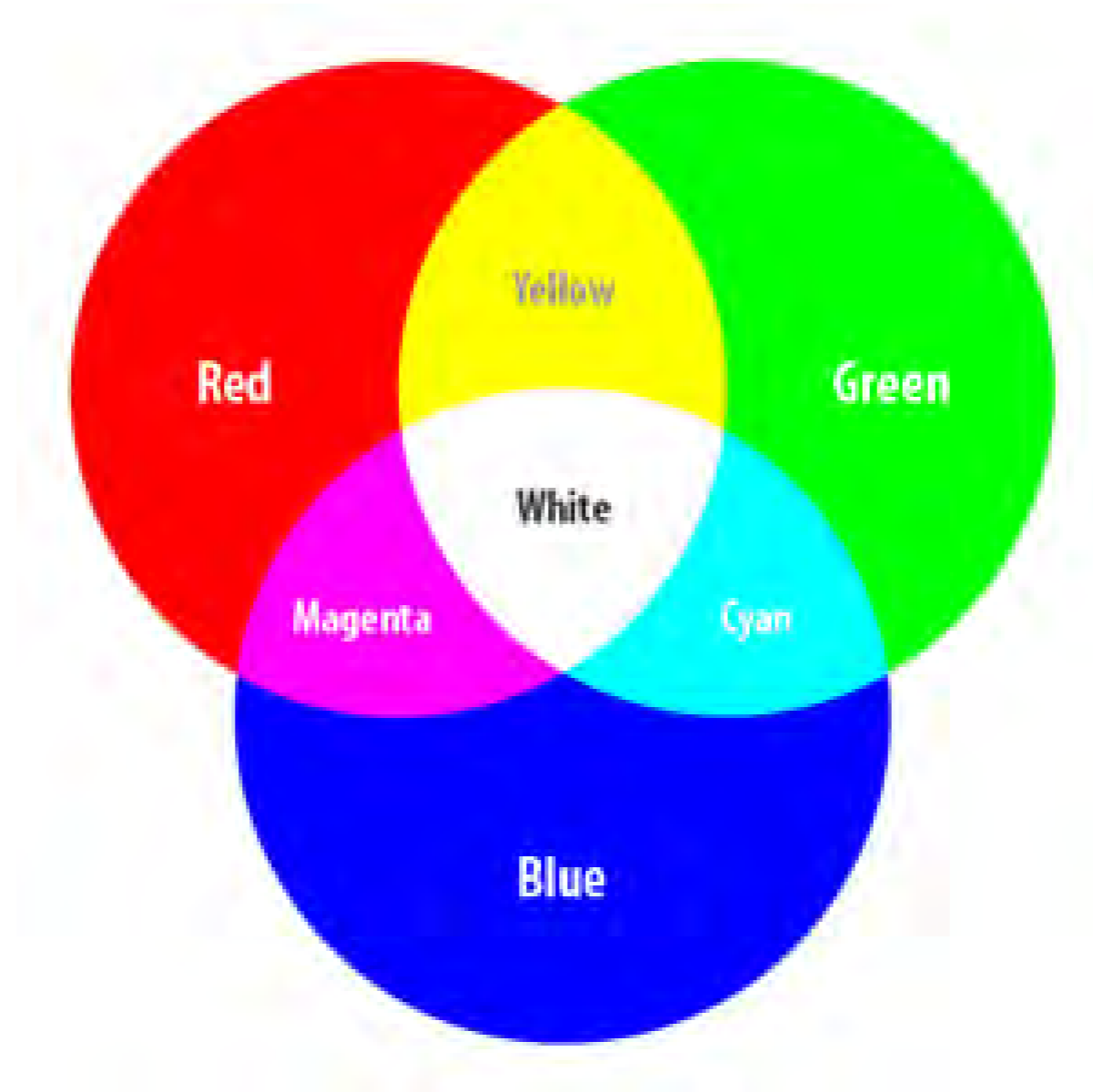


# **IL COLORE RGB**

## IL MODELLO RGB

I colori visualizzati sullo schermo del nostro computer (quelli quindi che dobbiamo utilizzare nella progettazione grafica di un layout) si basano su un modello di colore additivo, in cui i colori vengono visualizzati – e misurati- in percentuali di rosso, verde e blu (a questo dobbiamo l'acronimo RGB).

Nel caso della grafica web o di una qualsiasi rappresentazione digitale visualizzabile a video o a monitor è necessario adottare un **profilo colore RGB**.



**RGB** sta dunque per Red (rosso) Green (verde) e Blue (blu).

Questo modello rappresenta il modo secondo il quale il computer 'vede' i colori. Ciascun pixel dello schermo può essere acceso come una piccola lampadina attraverso un 'raggio di luce' prodotto da un cannone elettronico (si chiama proprio così) presente all'interno del monitor.

Questo raggio può essere di una sfumatura di rosso, una sfumatura di verde oppure una sfumatura di blu.

Per questa ragione il pixel colpito dal raggio può assumere a sua volta una sfumatura di rosso, di verde o di blu. Secondo il modello RGB, ciascuna sfumatura di ciascuno dei 3 colori (rosso, verde e blu) è rappresentata da un numero che va da 0 a 255.

Per esempio, il colore **nero** è rappresentato dal valore **RGB '0 0 0' (R=0, G=0 e B=0)** mentre il colore **bianco** è rappresentato dal valore **RGB '255 255 255' (R=255 G=255 e B=255)**.

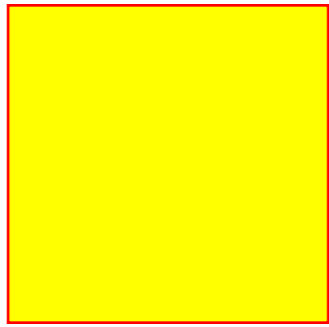
Così il modello RGB può rappresentare più di 16 milioni di colori. **RGB è un modello additivo**, perché il rosso, il verde ed il blu sono colori additivi. **In altre parole quando vengono mischiati insieme il rosso, il verde ed il blu, viene creato il colore bianco.** Rosso verde blu = bianco.

In definitiva, per rappresentare numericamente un colore col modello RGB abbiamo bisogno di una tripletta di valori, dove ciascuno indica l'intensità di colore, in ordine, di rosso, verde e blu (ad esempio 0,255,0 equivale al verde pieno).

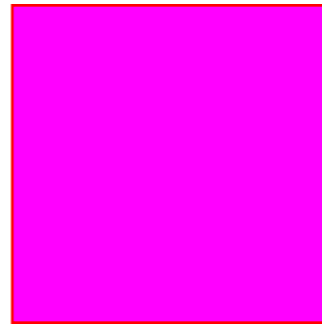
Soprattutto nel mondo del web tuttavia, indicare un colore in triplette e ben nove cifre complessive, può risultare scomodo. Per tale motivo si è soliti convertire i tre valori decimali dell' RGB in formato

**esadecimale**. L' esadecimale è un sistema numerico in base 16, che utilizza cioè 16 simboli invece dei 10 del sistema numerico decimale tradizionale. Per l'esadecimale si usano simboli da 0 a 9 per le prime dieci cifre, e poi le lettere da A a F per le successive sei cifre, per un totale di 16 simboli (il colore bianco ad esempio viene convertito da 255,255,255 in decimale a **#ffffff in esadecimale**).

Poiché questa notazione può comprendere sia cifre che lettere, per evitare che possa essere fraintesa è sempre preceduta da #



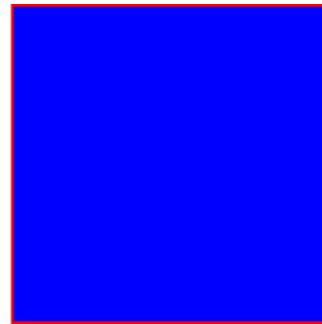
**giallo**



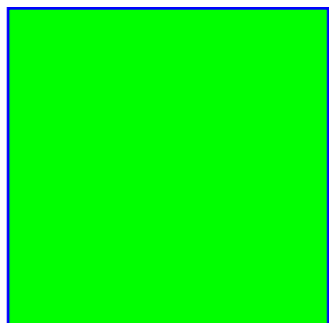
**magenta**



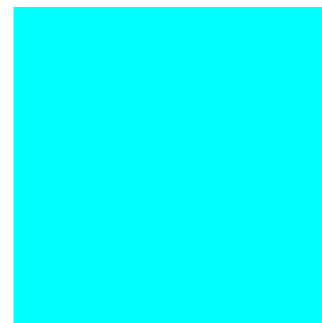
**rosso**



**blu**



**verde**



**ciano**

# **TEORIA DEL COLORE**



**colori primari**



**colori secondari**



## IL COLORE: TONALITA', LUMINOSITA', SATURAZIONE

Ogni "colore" e' costituito da tre componenti: Tonalita', Luminosita', Saturazione.

**Tonalita'** (Hue) e' un colore "puro", cioe' con una sola lunghezza d'onda all'interno dello spettro ottico della luce. In pittura il colore "puro" e' senza aggiunta di pigmenti bianchi o neri.

La **Luminosita'** (Brightness) (o Valore) specifica la quantita' di bianco o di nero presente nel colore percepito.

La **Saturazione** (Saturation) e' la misura della purezza, dell'intensita' di un colore.

**colori primari** sono il rosso, il giallo e il blu,

**colori secondari**, ottenuti mescolando due colori primari adiacenti, sono il verde, l'arancione e il viola.

**colori terziari**, sono ottenuti mescolando tra loro un colore primario e un colore secondario (sempre adiacenti nella scala dei colori).

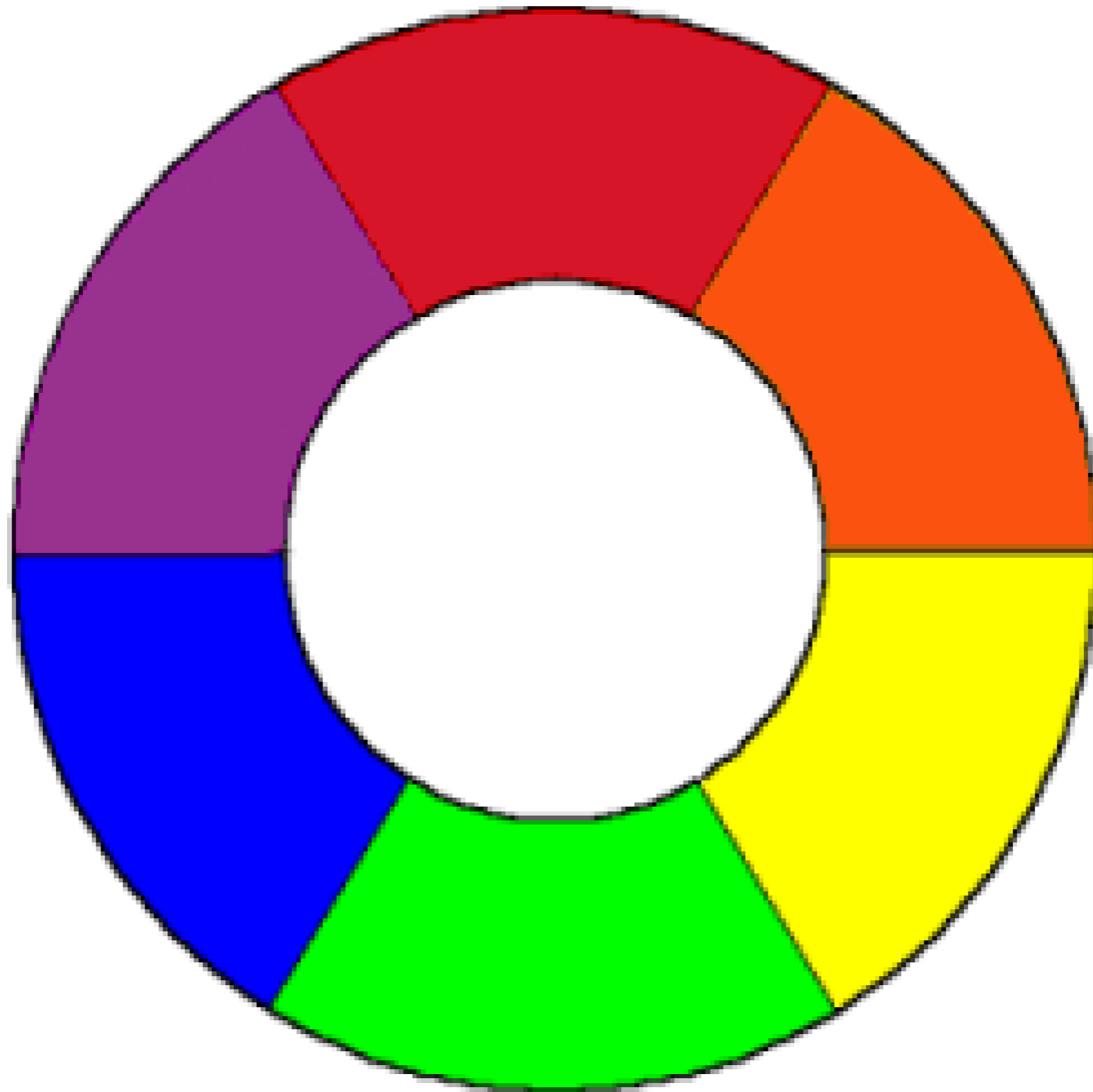
**Colori complementari** Sono due colori uno di fronte all'altro sulla ruota dei colori, ad esempio, blu e arancio, giallo e viola, rosso e verde

Sulla base di questa dialettica dei colori, **Goethe** (Johann Wolfgang Goethe 1749-1832- Della teoria dei colori, pubblicato a Tubinga nel 1810 ) costruisce il suo cerchio cromatico, **disponendo i colori complementari l'uno di fronte all'altro**, e collocando il rosso in cima; ognuno dei tre colori primari inoltre, cioe' il rosso, il giallo e il blu, hanno il loro complementare nella somma degli altri due.

Si ottengono così due tipi di accoppiamenti:

- Tre «coppie armoniche»: quelle costituite dai colori complementari, cioe' il porpora-verde, il giallo-violetto, il blu-arancione.

- Sei «coppie caratteristiche»: il porpora-blu, il violetto-verde, il blu-giallo, il verde-arancione, il giallo-porpo-



**RUOTA CROMATICA DI GOETHE**

ra e l'arancione-violetto.

I colori confinanti, come il rosso e l'arancione, formano invece coppie «prive di carattere».

Alle varie coppie Goethe attribuì dei significati peculiari di natura psicologica e anche terapeutica, come indicazioni per una cromoterapia, l'antica scienza che si serviva dei colori per la cura delle malattie.

E i colori bianco, nero, grigio?

Quest'ultimi sono definiti colori "neutri" in quanto sono ottenuti mescolando parti uguali di ciascuno dei tre colori primari.

## **COLORI FREDDI E COLORI CALDI**

Sempre prendendo come riferimento la nostra ruota dei colori, possiamo parlare di colori caldi e colori freddi: cosa significa?

I **colori caldi** racchiudono i colori dal rosso al giallo, incluso l'arancione, il marrone e il bordeaux.

Sono i colori della terra, del sole e del fuoco,

I **colori freddi**, invece, sono i colori che vanno dal verde al blu (includendo anche alcune tonalità di viola). Si tratta di colori che sono estremamente riposanti per l'occhio.

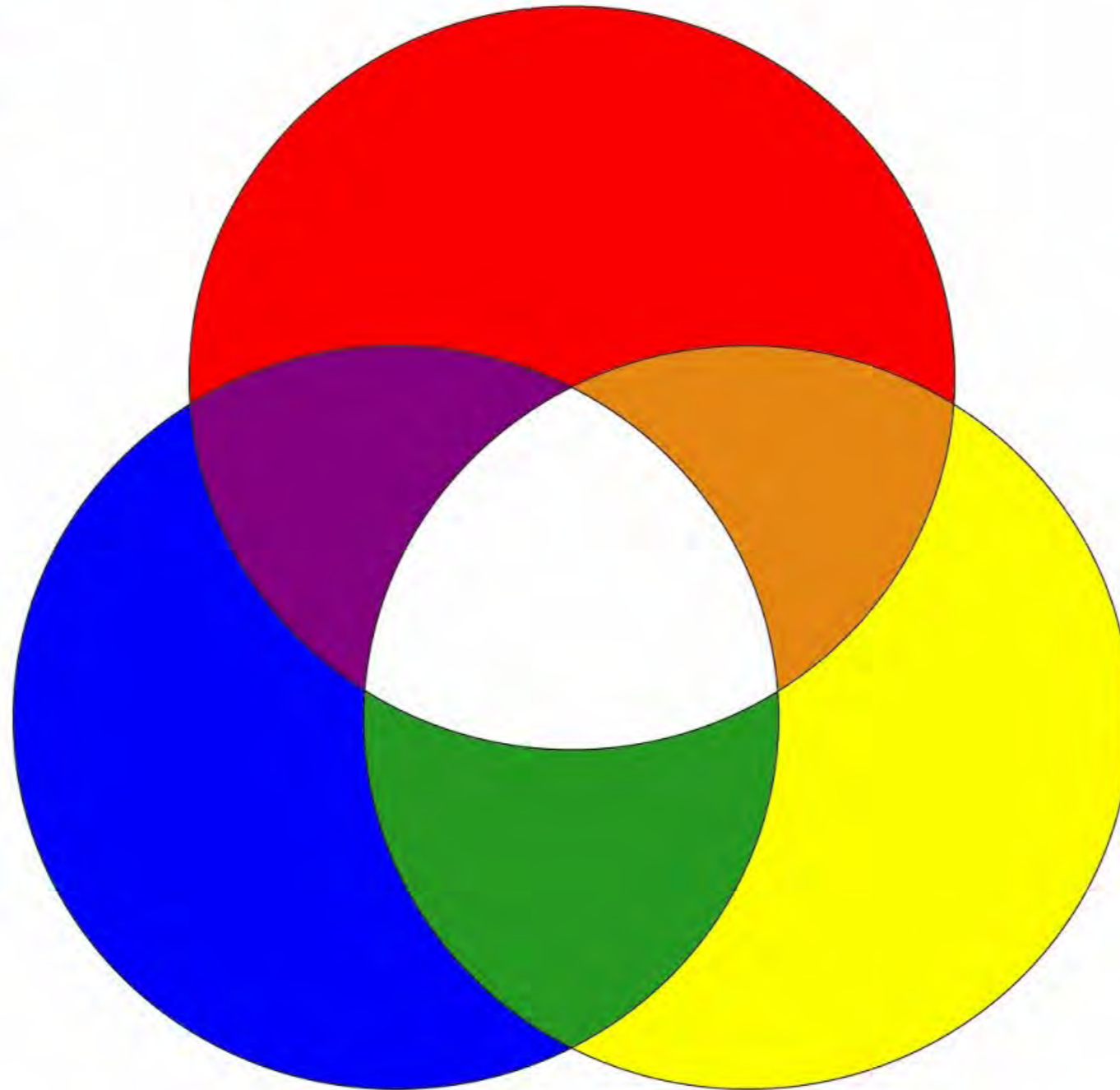
**I colori freddi sono quelli che contengono il blu e il verde. I colori caldi sono quelli che contengono il giallo e il rosso.**

Siamo influenzati dai colori che ci circondano, anche sotto l'aspetto termico. Infatti se ci troviamo in una stanza tinteggiata con colori blu-verdi avremmo una sensazione di freddo. Mentre in una stanza tinteggiata con colori giallo-rossi avremmo una sensazione di caldo.

Nella ruota dei colori il giallo, l'arancio, il rosso, il rosso fragola, il magenta, e il violetto sono colori caldi, mentre i colori freddi sono il verde mela, il verde, il turchese, il ciano, il blu elettrico, e il blu.

I colori caldi sembrano muoversi in avanti, mentre i colori freddi sembrano retrocedere.

COLORI PRIMARI



$$\text{Red} + \text{Yellow} = \text{Orange}$$

$$\text{Red} + \text{Blue} = \text{Purple}$$

$$\text{Yellow} + \text{Blue} = \text{Green}$$

COLORI SECONDARI





rosso

+

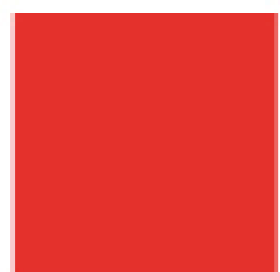


blu

=



VIOLA



rosso

+

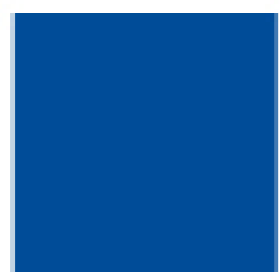


giallo

=



ARANCIO



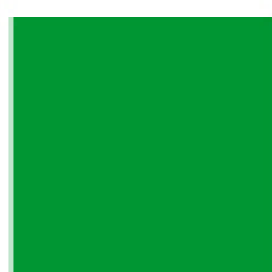
blu

+



giallo

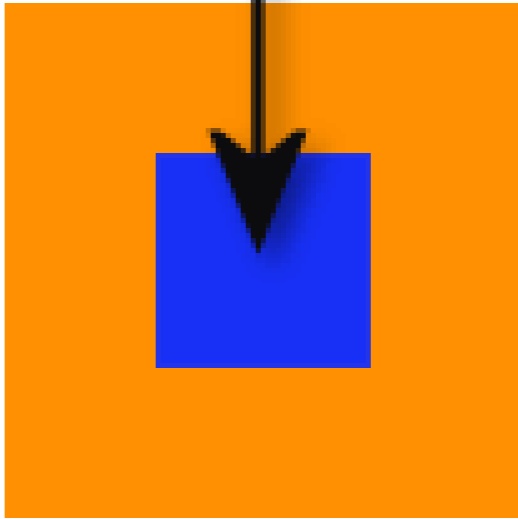
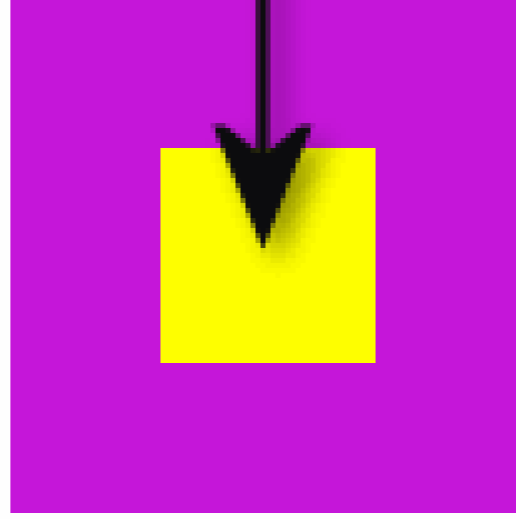
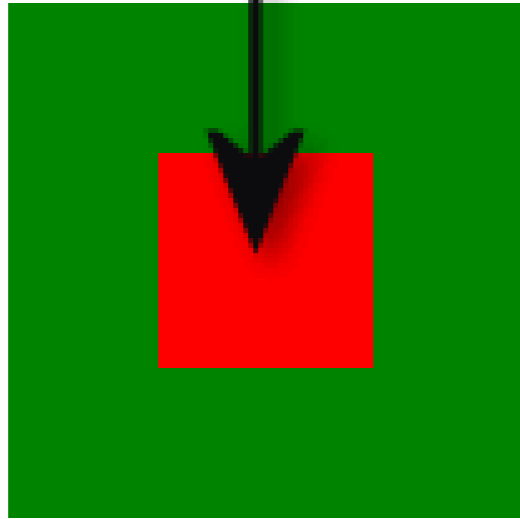
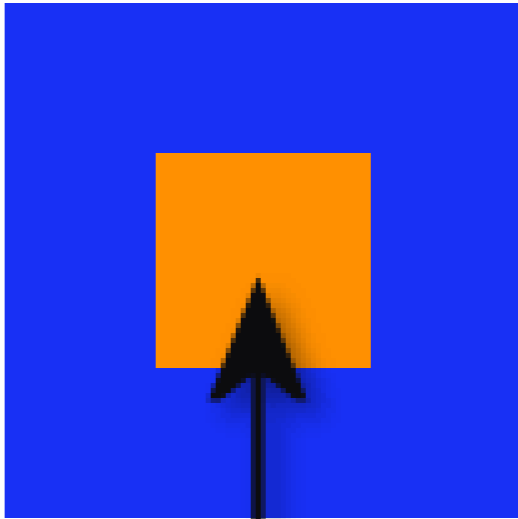
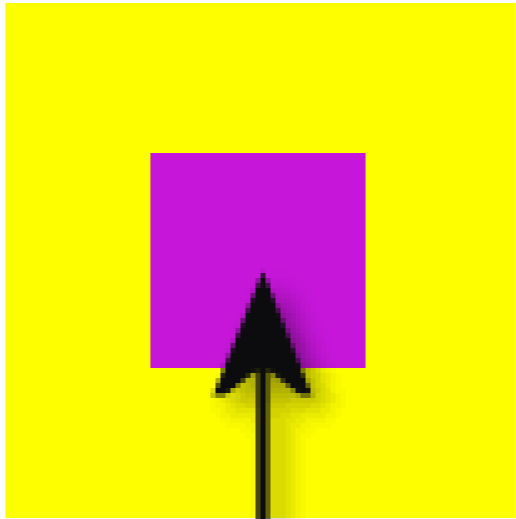
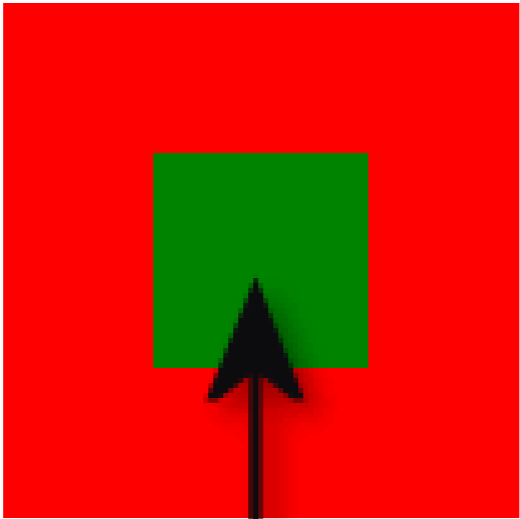
=

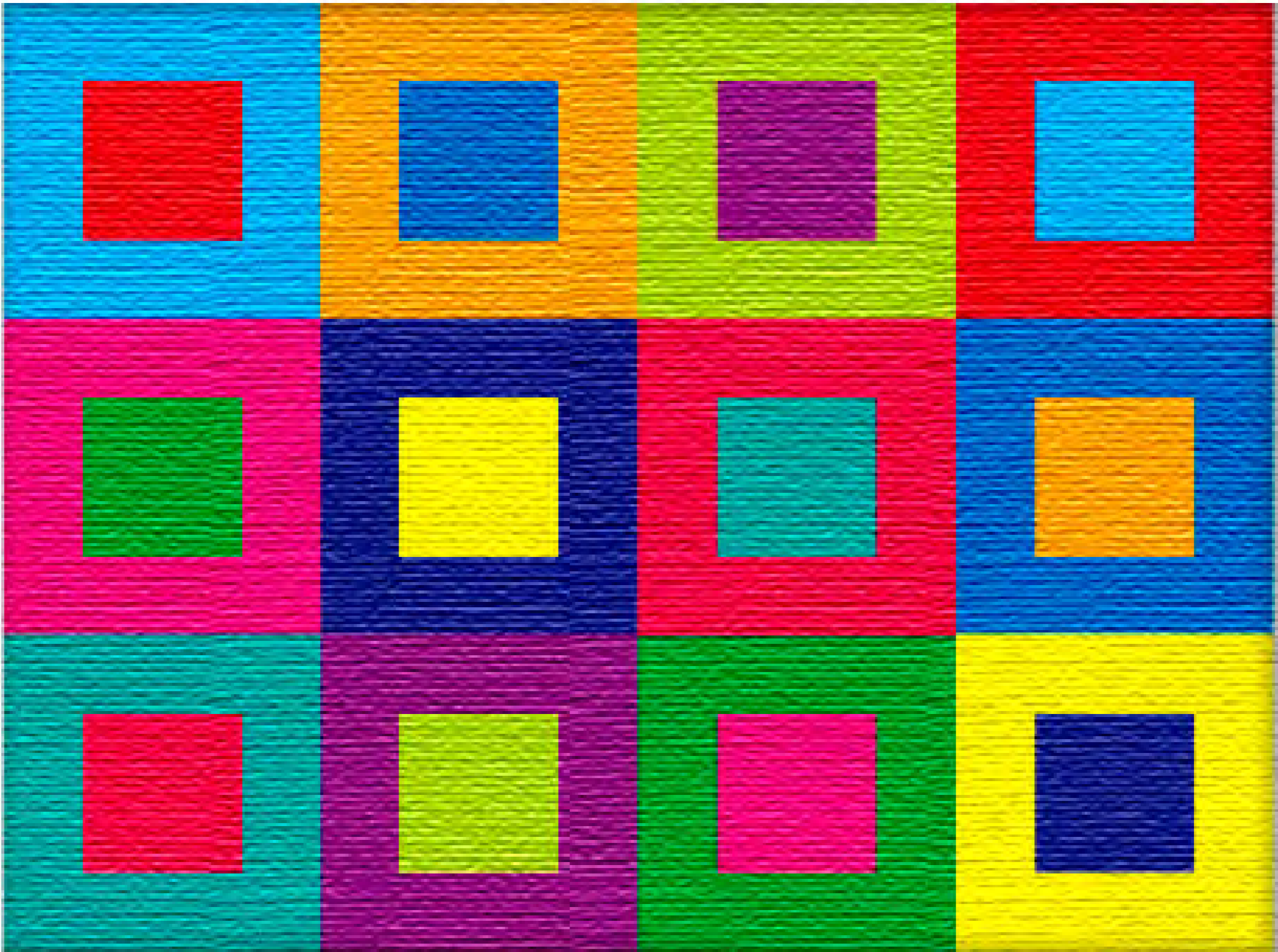


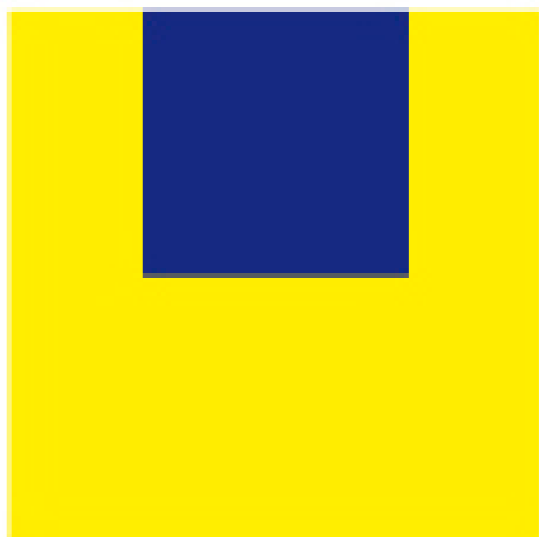
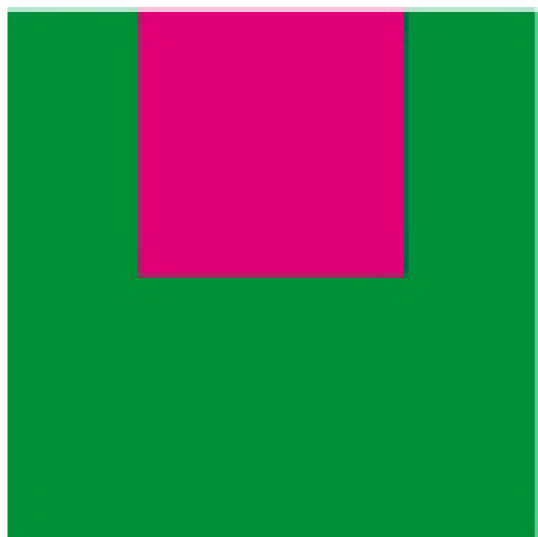
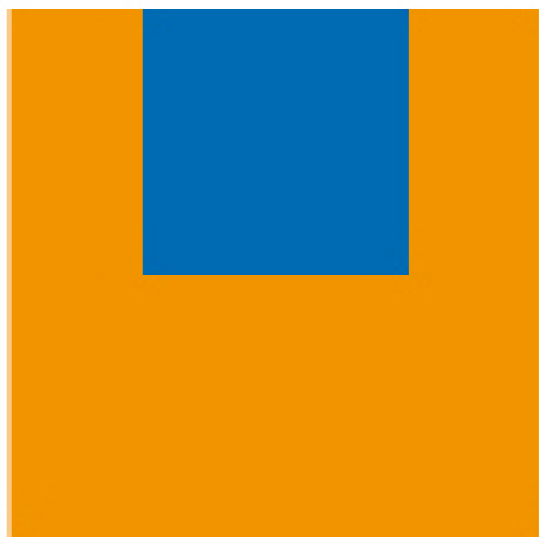
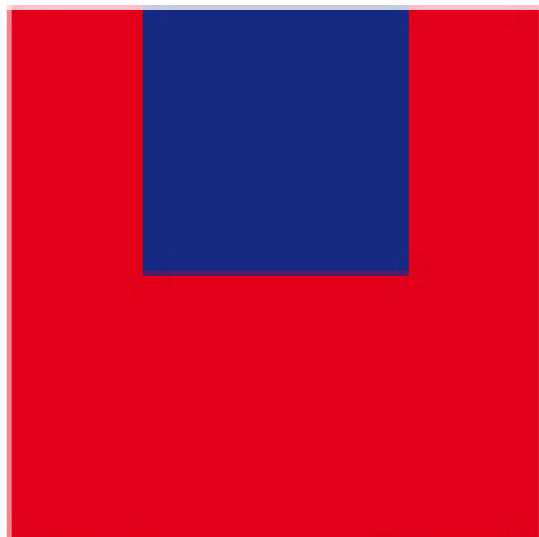
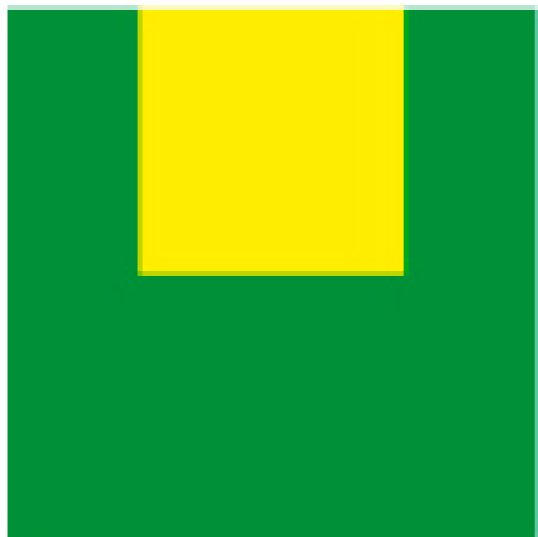
VERDE

—

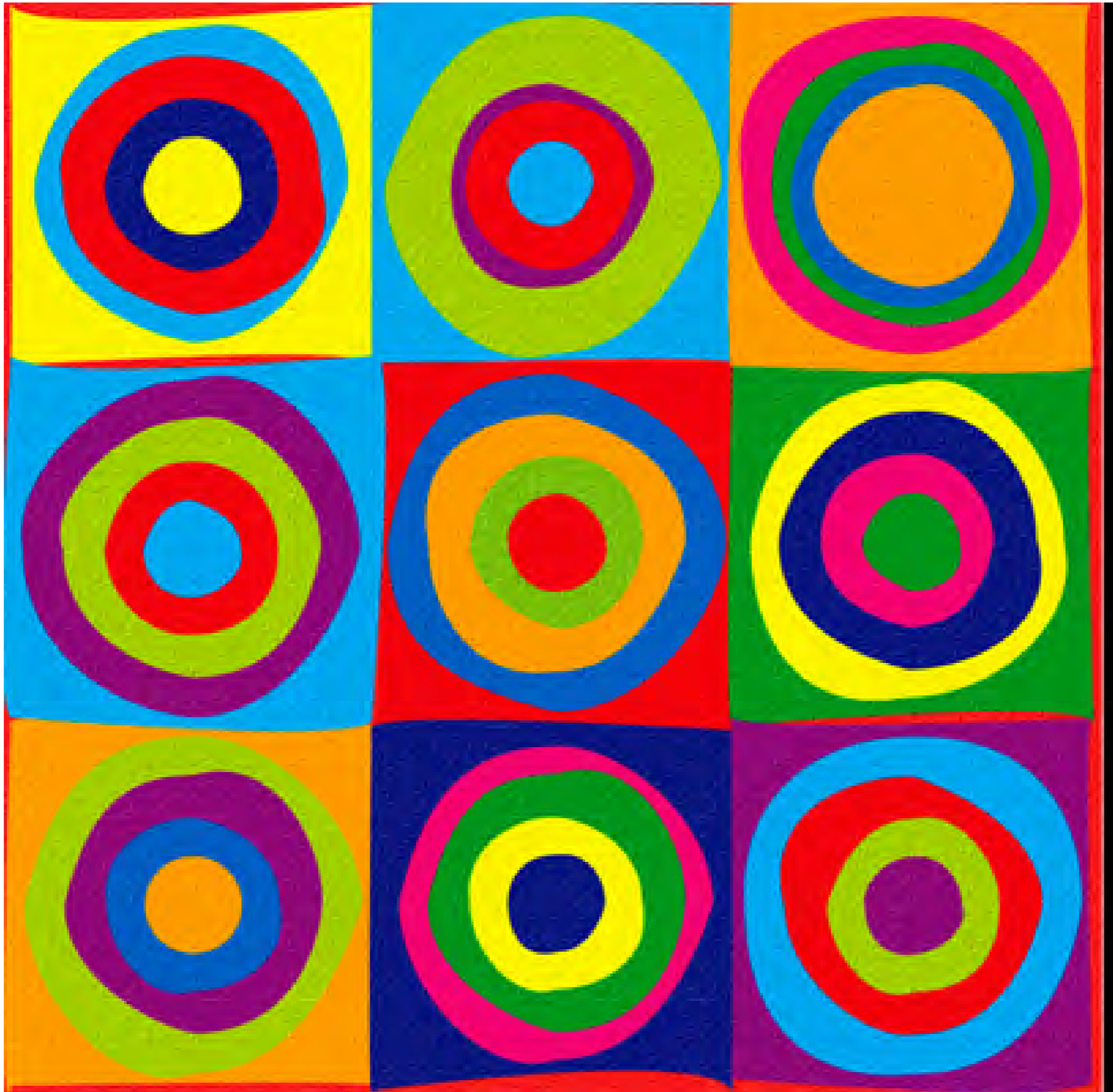
COLORI  
SECONDARI











# GLI SCHEMI DI COLORE

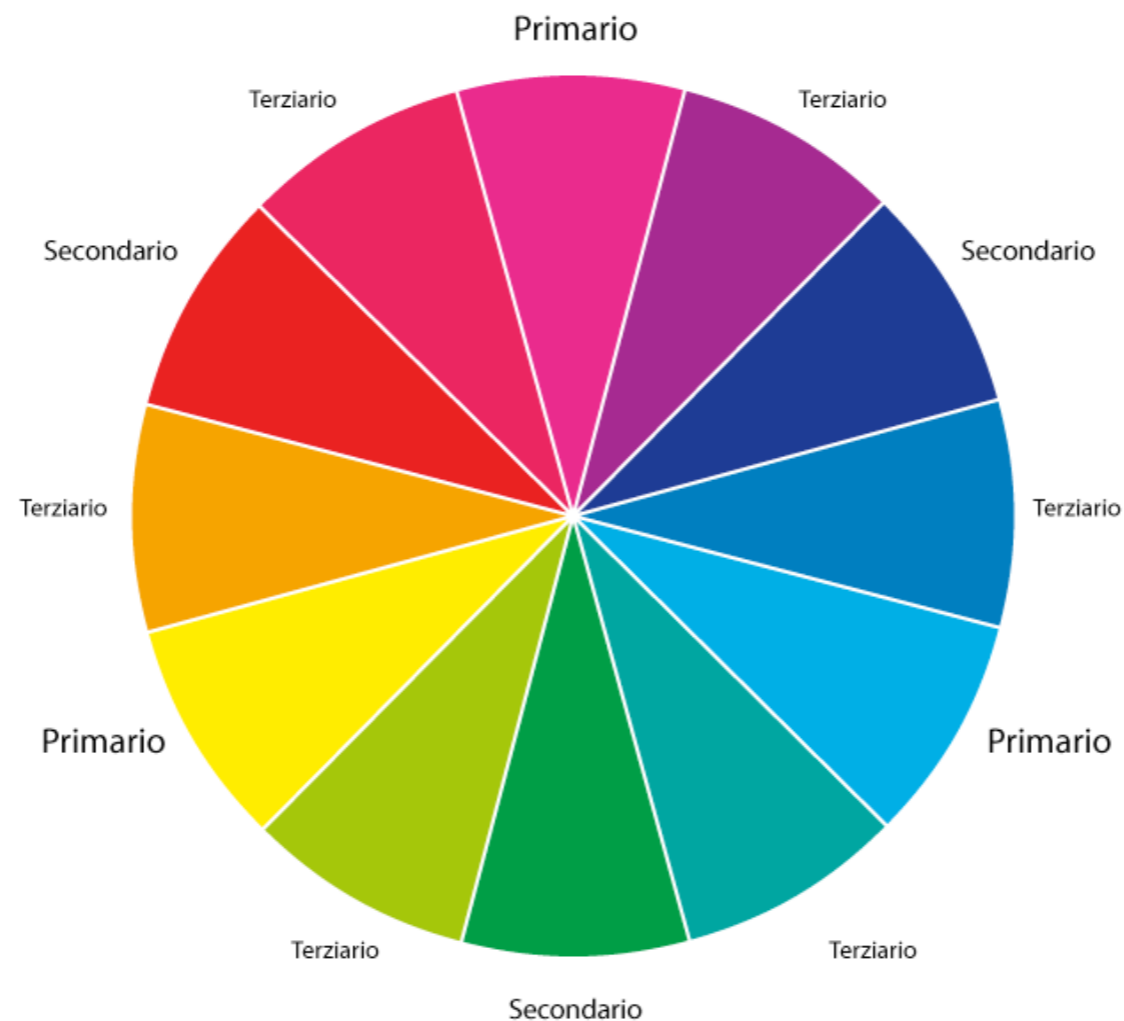
Uno schema di colore è una combinazione armoniosa e visivamente gradevole di colori, abbinati tra loro sulla base della loro posizione nella ruota che abbiamo analizzato qualche pagina addietro.

Esistono numerose combinazioni di colore , queste sono quelle più comuni.

**Schema MONOCROMATICO** colori che si trovano accanto nella ruota

**Schema COMPLEMENTARE** colori diametralmente opposti nella ruota

**Schema CONTRASTANTE** colore immediatamente accanto a quello diametralmente opposto nella ruota



## MONOCROMATICO

Lo schema monocromatico, fa uso di una **sola tinta**, con tutte le sfumature e le tonalità che ne conseguono: per esempio, uno schema monocromatico blu avrà una palette di colori che andranno dal blu più scuro al celeste, senza manifestare colori appartenenti ad una scala cromatica differente.

Molti designer preferiscono lavorare attingendo ad una palette tendenzialmente monocromatica: il layout appare più minimal, non c'è il rischio di scegliere colori che fanno a pugni tra di loro ed è più facile enfatizzare i contenuti veramente importanti, visto che non ci sono fonti di colore a distrarre l'occhio dell'utente.

Molto usato nel web design è il colore monocromatico in combinazione con il bianco e nero. Il più utilizzato è il blu, ma anche il nero, il grigio o il rosso per i buttons o i calls to action.

Un'altra opzione è quella di creare un effetto monocromatico con lievi variazioni di colore ad esempio dal blu si arriva gradatamente al verde.

Con una scelta grafica simile, c'è però il rischio di progettare un layout piatto, poco accattivante e comunicativo, e incapace quindi di generare punti focali in quelli che saranno i contenuti della pagina.

Realizzarne una palette monocromatica è molto semplice, basta scegliere una tinta e utilizzarla in tutte le sue sfumature.

Foundation


Features Add-ons Case Studies Docs Training [Getting Started](#)

# Foundation

The most advanced responsive front-end framework in the world.

[Download Foundation 4](#)

★ 11.0k GitHub stars    @foundationzurb



**M**inimal

[Products](#) | [Services](#) | [Contact](#)



APP OF THE YEAR

## MY APPS SHOECASE

Lorem Ipsum is simply dummy text ...

[Buy now](#)

PIROPIXEL

AGENCIA HIPERACTIVA  
piropixel no se autodefine,  
porque en ese tiempo podría hacerse  
una web, y eso es mucho más rentable.

QUIERO  
UNA EXPLOSIÓN EN  
CADENA

QUIERO  
APAGAR UN FUEGO

QUIERO  
ENCENDER  
UNA LLAMA

QUIERO  
QUEMADURAS DE  
GRADO 360

QUIEN ERES Y QUE QUIERES  
elige qué es lo que quieres que  
hagamos por ti

Lipton  
Green Tea  
Mint

DESPRE LIPTON GREEN

ADAUGA MENTA

NOUTATI

MULTIMEDIA

VERDE, STOP

Lipton  
Green Tea  
Mint

PREMII

Green Village

Vacanta de 4 zile la  
Green Village

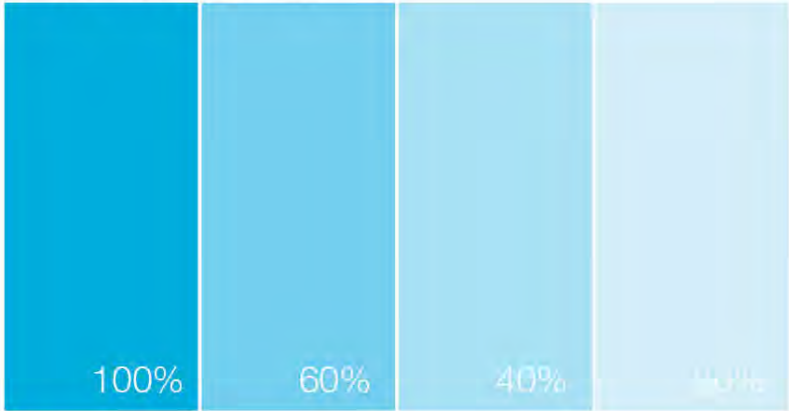
vezi ultimele inscrieri

**INTRA IN  
CONCURS**

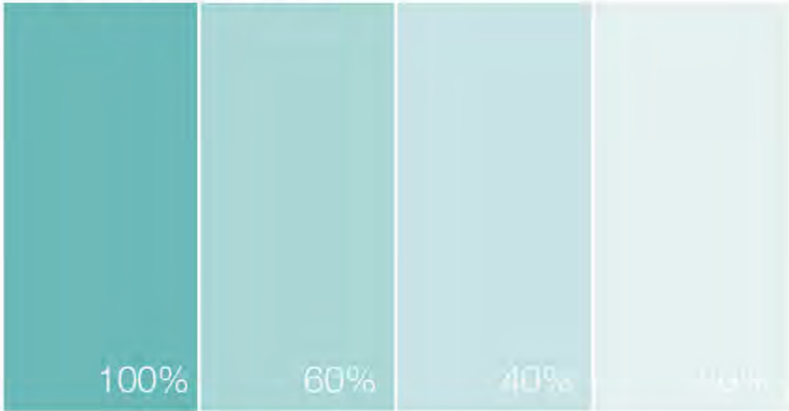
**Verde, stop**  
**1, 2, 3 - n-ai voie sa iei!**  
Ai vizitat un loc atat de plin de verdeata si  
culoare si atat de curat, incat nu iti mai  
doreai sa pleci? Arata-ni-l trimitand o  
fotografie cu tine in acel loc.

# PALETTE MONOCROMATICHE

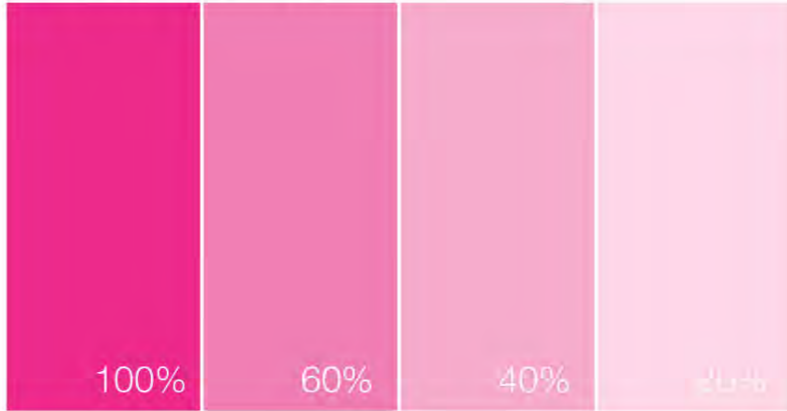
C100- M0 - Y0 - K0



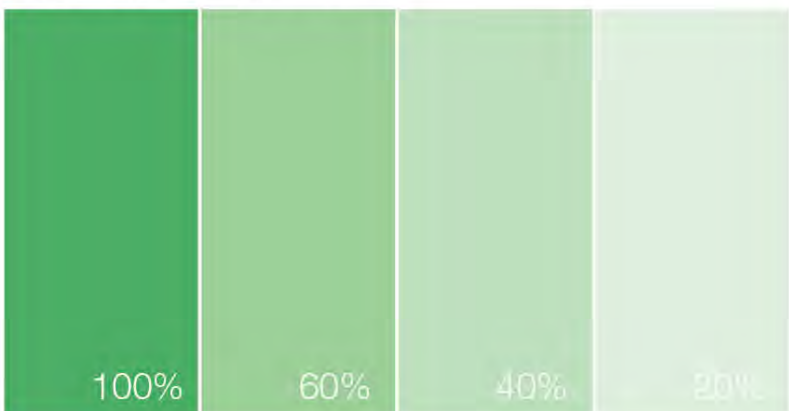
C65 - M14 - Y33 - K0



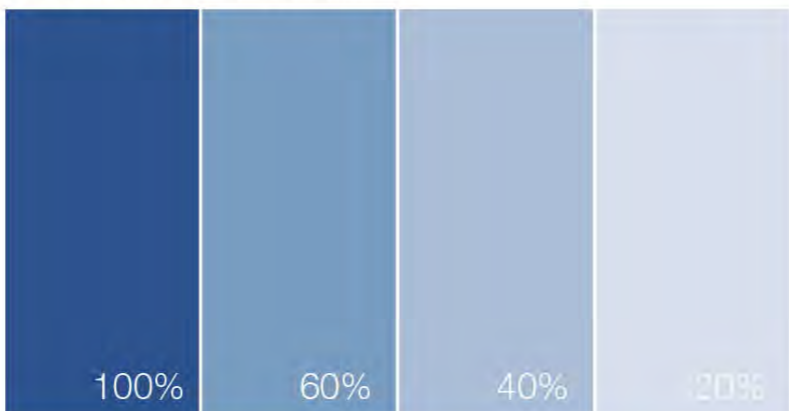
C0 - M100 - Y0 - K0



C75 - M5 - Y100 - K0

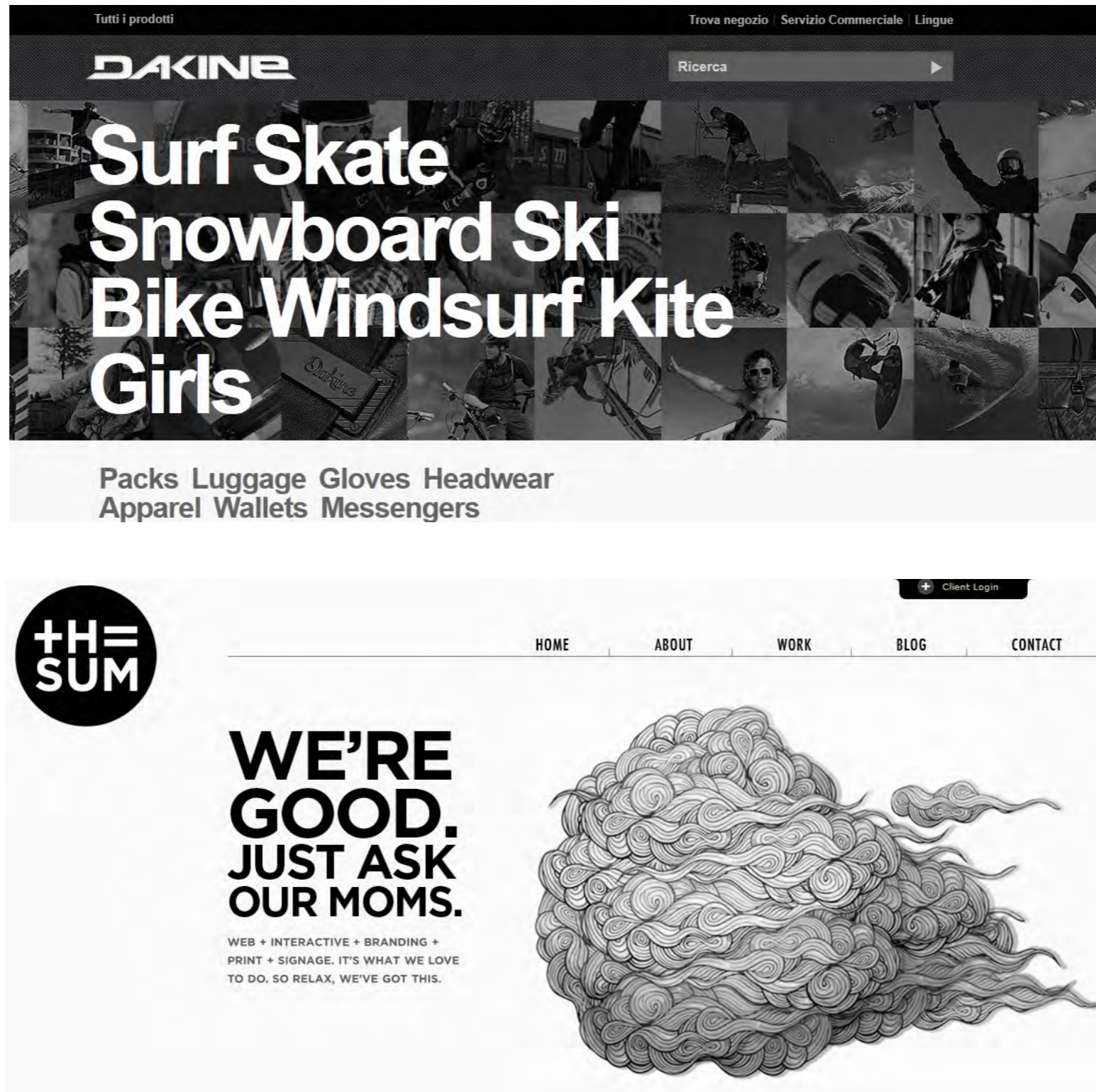


C100 - M90 - Y10 - K0



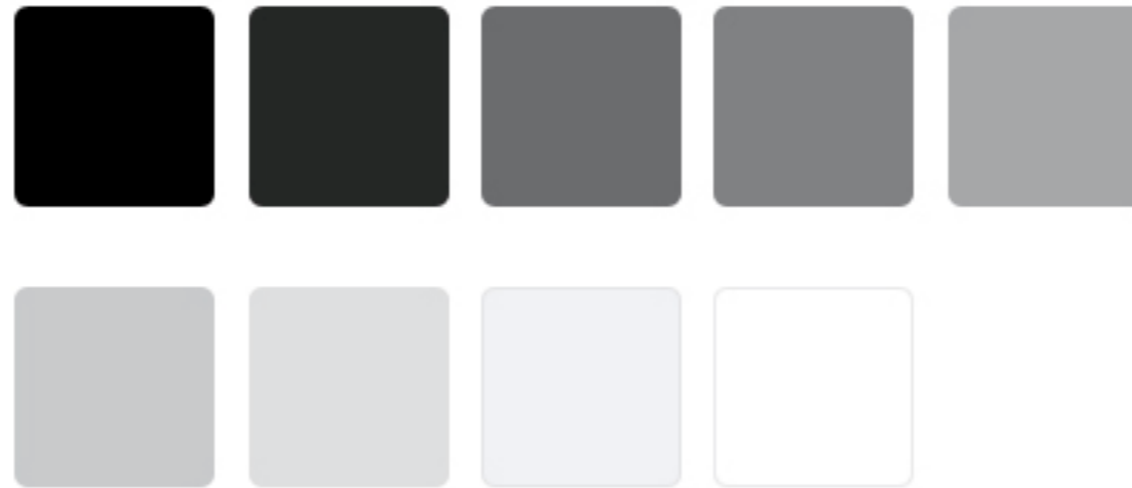
## ACROMATICO

Lo schema acromatico è quello più facile da mettere in pratica: si tratta di uno schema che si basa sul nero, il bianco, e i grigi.



Elegante e sofisticato il connubio tra il bianco e il nero rimane un must have intramontabile di numerosi progetti di design. Anche in questo caso le tonalità sono molto semplici da riprodurre, dato che non contengono altri colori all'infuori del bianco, del nero e di diverse sfumature di grigio.

## PALETTE ACROMATICHE



## COMPLEMENTARE

Lo schema complementare, molto frequente nel web design, accosta colori nettamente in contrasto tra loro. L'effetto è interessante: gli abbinamenti sono armoniosi, accattivanti e particolarmente efficaci.

Utilizzare uno schema complementare è molto semplice: basta scegliere dalla ruota dei colori **due colori diametralmente opposti**: per esempio il colore complementare del rosso è il verde, e quello del blu è l'arancione. . Quando una coppia di complementari ad alta intensità sono collocati fianco a fianco, sembrano vibrare e richiamare l'attenzione.

Non tutte le combinazioni di colori, basate su colori complementari sono forti e impegnative, se i colori sono di bassa intensità il contrasto non è troppo duro.



L'intensita' puo' essere modificata solo mescolando un colore con il suo complemento, che ha l'effetto di neutralizzare visivamente il colore. Cambiando i valori dei colori, con l'aggiunta di bianco o nero, si otterra' un effetto di ammorbidimento.

L'elevato contrasto di colori complementari, crea un look vivace soprattutto quando usato a piena saturazione. Questa combinazione di colori deve essere gestita con attenzione per non risultare stridente. Schemi di colori complementari sono difficili da usare in dosi massicce, ma funzionano bene quando si desidera qualcosa di risaltante. I Colori complementari non vanno bene per i testi.





HOME

POSIZIONE

LE CAMERE

OFFERTE

GALLERY

PREZZI

ITINERARI

CONTATTI

PRENOTA

luxury &  
hospitality



Residenza Megaride si trova nel **centro di Napoli** a pochi passi da Piazza Municipio **punto di partenza ideale** per visitare la città, i suoi dintorni e le località turistiche del golfo.

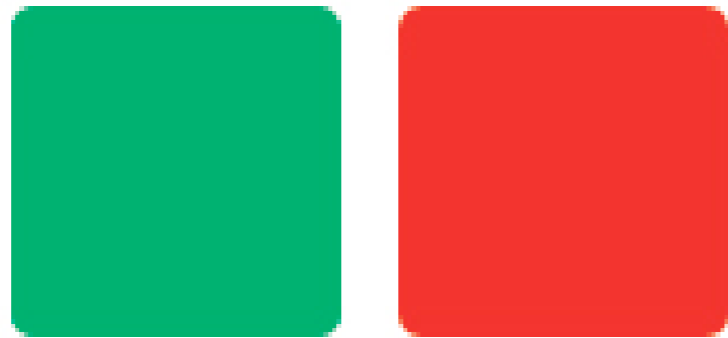
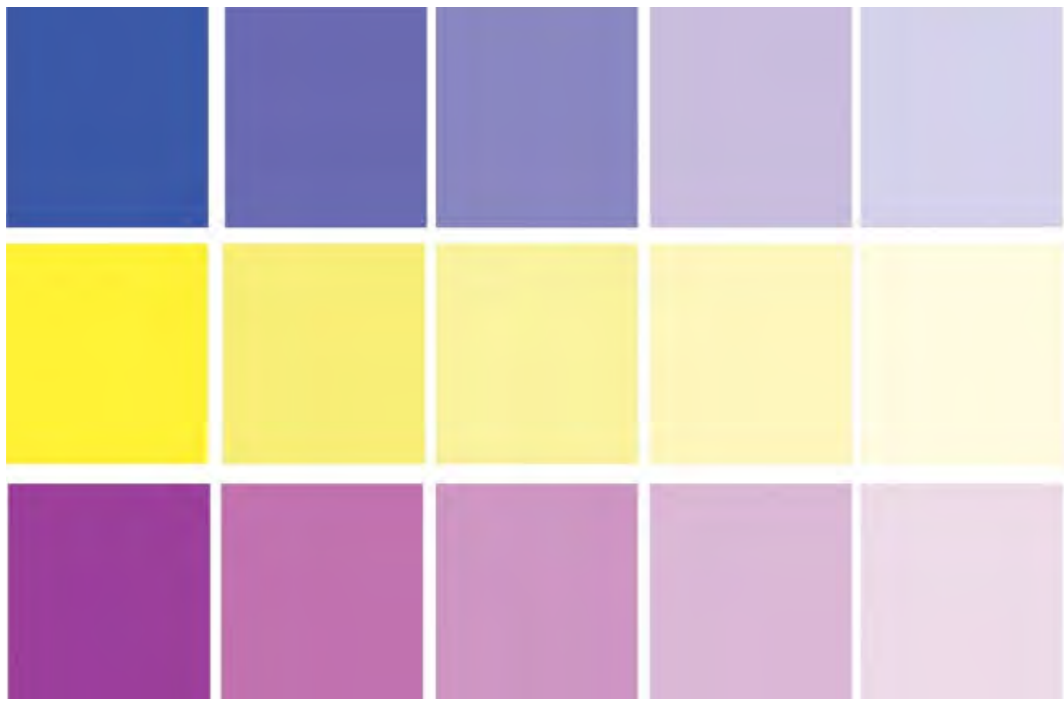
Al **6° piano** di un elegante palazzo d'epoca recentemente ristrutturato e dotato di ascensore, **lontano dai rumori della città**, Residenza Megaride dispone di ampie e luminose camere di nuova realizzazione, rifinite in stile mediterraneo con le famose ceramiche di Vietri, con porte e infissi insonorizzati, arredi classici e tappezzeria dai colori caldi.

Nella sala centrale viene **servita la prima colazione**. E' disponibile il servizio in camera.

**Personale di servizio residente** e sempre disponibile per qualsiasi esigenza.

**Dotazioni e comfort categoria de-lux.**

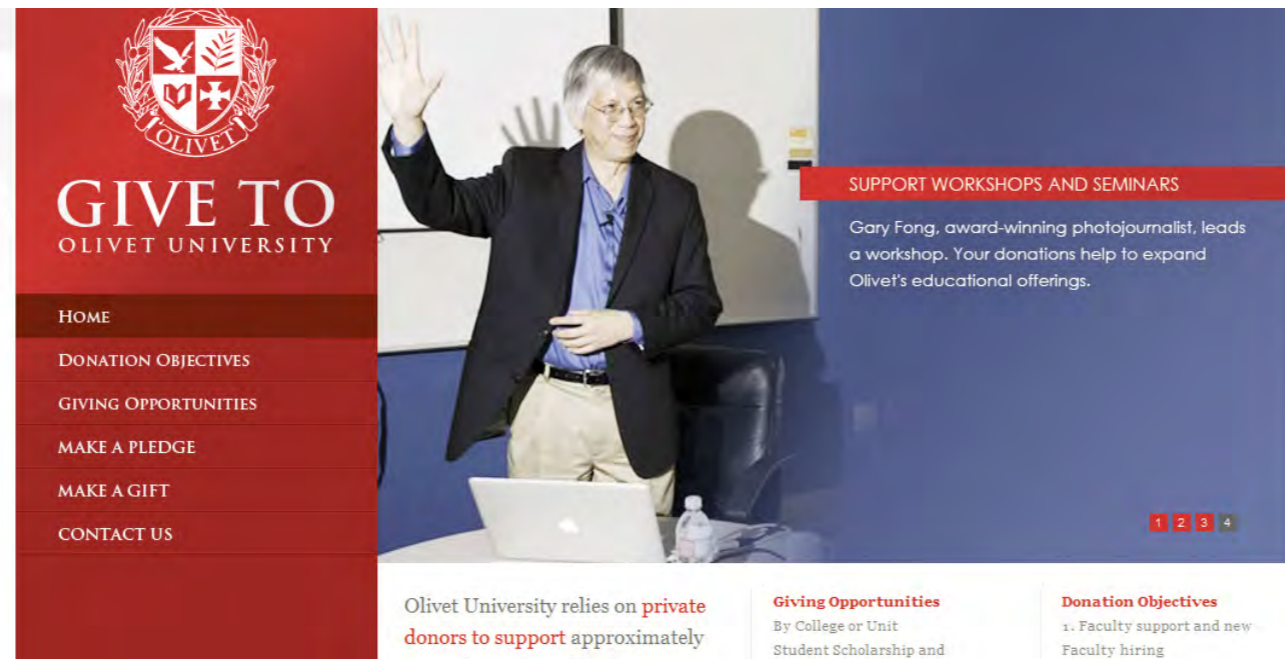
Free internet point;  
Garage convenzionato;  
Animali non ammessi;  
All'interno della Residenza Megaride è vietato fumare.

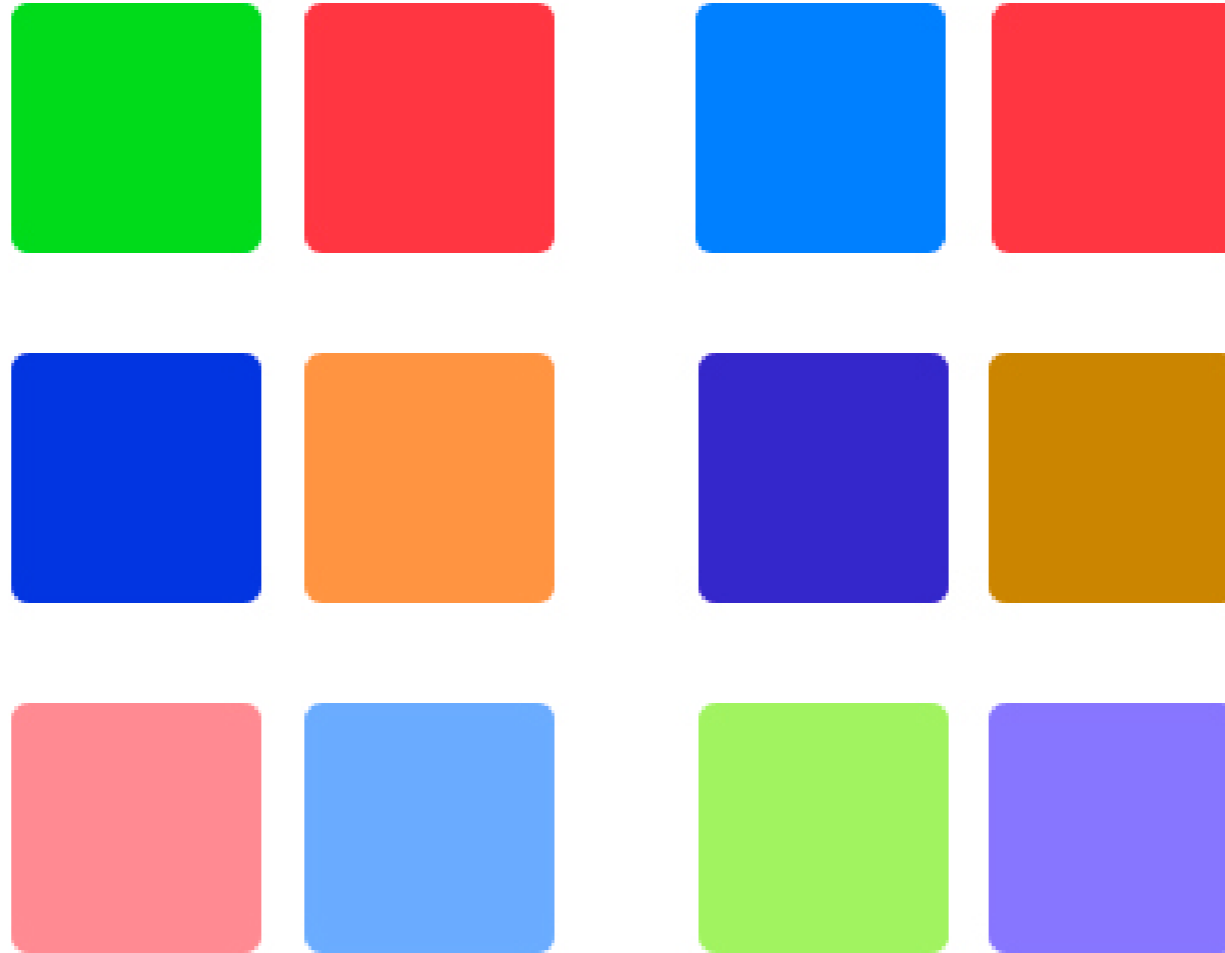


## CONTRASTANTE

In uno schema contrastante si combina un colore con una **tinta posizionata a destra o a sinistra del suo complementare nella ruota dei colori.**

Il colore complementare del rosso è il verde; il suo colore contrastante è invece il blu, che è per l'appunto posizionato immediatamente a destra del verde nella ruota dei colori.





consiglio la lettura del “**Libro completo di Armonia Cromatica**” di Tina Sutton e Bride M.Whelan: in ogni capitolo troverai anche una raccolta di palette con cui sbizzarrirti nelle tue composizioni grafiche. Un sito è a tutti gli effetti uno strumento di marketing: rappresenta l’azienda, i suoi prodotti, i suoi servizi ed è un riflesso della personalità del brand.

Una volta entrato nel tuo sito, il visitatore elaborerà immediatamente una prima impressione basata su ciò che vede e che condizionerà la sua scelta di continuare la navigazione o meno. Il lavoro del Web Designer, in questo caso, consiste nel far sentire immediatamente benvenuto l’utente, trasmettendogli al contempo l’immagine aziendale e i sentimenti connessi al brand.

Il set di colori del vostro sito può quindi incidere notevolmente sul suo potenziale successo.

## Colori Analoghi

Sono quelli che contengono un colore comune e si trovano uno accanto all'altro sulla ruota dei colori, ad esempio, viola, rosso-viola, rosso e creano un senso di armonia. I colori adiacenti sulla ruota sono simili e tendono a fondersi insieme. Schemi di colori analoghi si trovano spesso in natura risultando armoniosi e piacevoli per l'occhio. Di solito si accostano bene creando composizioni serene e confortevoli. Bisogna assicurarsi di avere sufficiente contrasto quando si scelgono colori analoghi. Di solito si sceglie un colore come dominante e il secondo di sostegno. Il terzo colore è usato (insieme con il nero, bianco o grigio) come un accento.



# GLI EFFETTI DI COMPOSIZIONE DEI COLORI

**Effetti spaziali** - I colori che sono più leggeri al massimo della saturazione (giallo, arancio) sembrano più grandi di quelli che sono più scuri a saturazione massima (ad esempio, blu e porpora).

Quando un colore si espande visivamente, può anche sembrare più vicino. Generalmente i colori più caldi appaiono più vicini mentre i colori freddi sembrano più lontani.

Gli artisti possono portare qualsiasi colore avanti o spingerlo indietro, utilizzando alcuni trucchi spaziali. In aggiunta, una forma di grandi dimensioni sembra essere più pesante di una piccola forma. Diverse forme di piccole dimensioni possono equilibrarne una grande.

Un oggetto con un contorno complicato è più interessante e sembra essere più pesante, di uno con un contorno semplice. Un oggetto piccolo e complesso è in grado di bilanciare un grande oggetto semplice.

Ricordo che la saturazione è la brillantezza relativa o il dinamismo di un colore. Più saturo è un colore, meno nero contiene.

## Equilibrio e proporzione

Si usano colori altamente saturi o ad alta intensità (un colore puro senza altri colori miscelati) o zone molto dettagliate per attirare l'attenzione, e quindi dare l'impressione di portare un peso maggiore rispetto a zone meno saturate, a bassa intensità o visivamente più semplici.

## Equilibrio di quantità:

colori diversi sono in equilibrio quando coprono aree diverse. Il giallo, per esempio, è espansivo e quindi sembra che occupi più spazio. Questa illusione ottica porta ad assegnare al colore complementare, il viola,

una area proporzionalmente maggiore per avere l'equilibrio.

Secondo Goethe, le proporzioni tra le aree sono 1:1 per la coppia rosso-verde, 2:1 per la coppia blu-arancio, 3:1 per la coppia viola-giallo. Infatti basta una piccola quantità di giallo per dare luce ad una composizione.

## **Enfasi**

E' la zona che attira per prima l'attenzione degli spettatori. L'elemento notato subito si chiama dominante; gli elementi notati in seguito sono chiamati subordinati.

L'Enfasi è uno dei principi della grafica.

## **L'unita'**

Permette allo spettatore di vedere una combinazione di elementi nel suo complesso. E' possibile utilizzare la ripetizione di uno schema di colori per unificare una composizione. Un altro modo per unificare una composizione e' quello di semplificare la combinazione di colori, consentendo a un colore di dominare il lavoro. Questo e' chiamato **tonalita'**. Tonalita' non deve essere monocromatica, anche se l'effetto complessivo risulta come quello di un solo colore.

## **Movimento**

Il colore puo' creare un senso di movimento. Quando i valori di un colore saltano rapidamente da molto alto a molto basso, si crea una sensazione di eccitazione e di movimento. Quando tutti i valori sono vicini tra loro il lavoro sembra molto piu' calmo. Quando si desidera creare il movimento con il colore bisogna utilizzare i valori di colori puri come pure quelli di tinte e sfumature. Il movimento crea l'illusione di azione e del cambiamento fisico in posizione.

## **Ritmo**

L'uso di elementi ripetuti crea l'illusione del movimento. Il ritmo visivo e' percepito attraverso gli occhi ed e' creato da ripetuti spazi positivi separati da spazi negativi. Esistono cinque tipi di ritmo: casuale, regolare, in alternanza, che scorre e progressivo.



## **USI ED EFFETTI PSICOLOGICI**

### **Effetti fisiologici**

I mistici hanno sostenuto a lungo che ogni persona emana una luce colorata, o aura, che pensano sia l'effetto dello stato di salute e della personalità di un individuo. Oggi la cromoterapia è usata per guarire attraverso l'utilizzo dei colori. Questa forma di trattamento risale a migliaia di anni fa con le antiche "sale di colore" di Egitto, Cina e India. Un uso più importante della terapia del colore si ha nella progettazione ambientale (l'effetto del colore sulla salute e il comportamento).

### **Simbolismo dei colori**

Le nostre risposte ai colori, non sono solo biologiche. Sono influenzate dalle associazioni simboliche della nostra cultura con i vari colori.

### **Uso locale ed espressivo del colore**

Ci sono due modi opposti di utilizzare il colore nella pittura figurativa. Ad un estremo il colore locale - il colore che appare guardando da vicino un oggetto in condizioni di luce media. Pensiamo al colore locale di una banana, come giallo, per esempio. All'altra estremità c'è l'uso espressionistico del colore, quando un artista usa il colore per esprimere un'emozione, piuttosto che una verità visiva.

Colore locale significa usare colori realistici, così come appaiono in natura (erba verde, cielo blu, cavalli marrone, ecc).

# LA SIMBOLOGIA DEI COLORI

## Rosso

E' il primo colore dell'arcobaleno che i neonati imparano a riconoscere, il primo colore a cui tutti i popoli hanno dato un nome. Incarna movimento e attivita', la luce rossa infatti ha l'intervallo di lunghezze d'onda piu' ampio e per tale motivo le sue vibrazioni possono avere un effetto stimolante.

L'esposizione al rosso accelera i battiti cardiaci e stimola la produzione d'adrenalina aumentando il metabolismo del corpo. Per questo stimola l'appetito e a questo proposito viene usato nei ristoranti.

Il rosso e' stato abbinato a Marte, il dio della guerra e il pianeta rosso, per la sua natura aggressiva e per la sua associazione al colore del sangue. E' anche simbolo del cuore e dell'amore, del dinamismo e della vitalita', della passione e della sensualita', dell'autorita' e della fierezza. Nell'arte paleocristiana si dipingevano di rosso gli arcangeli e i serafini.

## Giallo

Il colore del carattere solare, dell'idealista, dell'amore intellettuale, dell'illuminazione e della redenzione.

Rimanda alla radiosita' che risveglia e da' calore. Suscitando una sensazione d'espansione e spingendo al movimento, il giallo corrisponde ad una condizione di liberta' e sviluppo.

Simbolo del sole e dell'oro e della saggezza, appartiene alla sfera dell'espansione, dell'idealismo e dell'azione.

In Oriente il giallo e' il colore del sole, della fertilita' e della regalita'. Le associazioni che si ritrovano in tutte le religioni relativamente al colore giallo sono: oro, luce e parola. Puo' avere alcuni effetti negativi sui bambini. Quando si invecchia si tende a non gradire il giallo perche' puo' farvi sentire ansiosi o arrabbiati. Il giallo migliora la concentrazione e la velocita' del metabolismo. Simboleggia anche caldo, codardia, cautela, paura.

## **Blu**

Il blu e' il colore del cielo perche' le molecole di gas che compongono l'atmosfera rifrangono solo la luce blu che ha lunghezza d'onda minore, mentre le lunghezze d'onda maggiori vengono riflesse.

L'acqua delle grandi distese (mare, laghi ecc.) e' blu perche' riflette il colore del cielo

La scelta numero uno come colore introspettivo. Il blu fa si' che il cervello produca ben 11 tranquillanti chimici quindi e' un colore estremamente calmante.

Motiva le persone, aumentandone l'energia. Gli addetti alla produzione lavoreranno meglio in una stanza blu. Non e' un buon colore per gli ospedali.

Responsabilita', affidabilita', compassione, questi sono gli attributi del royal blu.

## **Arancione**

L'arancione puo' benissimo avere anche uno spettro non monocromatico, in quanto si puo' ottenere, ad esempio, per sintesi additiva di verde e rosso o per sintesi sottrattiva di magenta e giallo. Il suo colore complementare e' il ciano.

Non e' un colore che piace a tutti, chi lo apprezza solitamente apprezza la vita sociale e il divertimento. Fiducioso, creativo, avventuroso.

## **Verde**

Un colore intermedio nello spettro tra il giallo e il blu. Si trova in natura come colore di erba, foglie, di alcuni frutti, e del mare.

Un buon colore per le persone in transizione. Il verde e' il colore di Madre Natura, gli amanti del verde possono essere volubili.

E' il colore di denaro.

Nei miti celtici l'uomo verde era il dio della fertilita'.

Simbolismo universale: natura e freschezza  
Simbolismo moderno: positivo per l'ambiente

## **Viola**

Ogni colore che sia composto da rosso e blu, come ad esempio la lavanda.  
E' il colore della fantasia. La maggior parte degli uomini non amano viola.  
Regalita', intelligenza, ricchezza, bellezza, ispirazione, sofisticazione, alto rango, esaltatazione, eccessiva retorica ornamentale.

## **Grigio**

Colore tra il bianco e nero, con una tonalita' neutra.  
Un buon colore per gli uffici. Promuove la produttivita' e stimola la creativita'.  
Neutro, ambiguo, intermedio, apatico, opaco, monotono, maturo, sobrio, cupo.

## **Nero**

Manca di tonalita' e luminosita', assorbendo la luce, senza riflettere nessuno dei raggi che la compongono. Il colore a un estremo della scala di grigi, di fronte al bianco

Produce un sentimento di solidarieta' e di formalita'. Il nero e' un colore classico naturale.

E' il colore dell'autorita' e del potere, ma implica anche la sottomissione.

Simboleggia l'oscurita' primordiale, l'inconscio, il vuoto, il male, le tenebre della morte, vergogna, disperazione, distruzione, corruzione, dolore, tristezza, umiliazione, rinuncia, solennita', costanza,. Rappresenta anche il tempo, duro, spietato e irrazionale. E' il colore del caos. Associato anche al lutto, alla stregoneria e alla magia nera

## **Bianco**

Un colore senza tonalita' a un estremo della scala dei grigi, di fronte al nero. Una superficie bianca riflette

la luce di tutte le tonalita' completamente e diffusamente. La maggior parte dei cosiddetti bianchi sono grigi molto chiari: la neve fresca, per esempio, riflette circa l'80 per cento della luce incidente, ma per essere rigorosamente bianca, la neve dovrebbe riflettere 100 per cento della luce incidente. E' il limite ultimo di una serie di sfumature di qualsiasi colore

Mai sottovalutare la potenza di questo super neutrale. Funziona con qualsiasi altro colore, in qualsiasi contesto, ovunque. Un colore piu' il bianco e corrisponde ad uno schema di colore quasi infallibile

In oriente e' il colore del lutto.

Sinonimo di innocenza, purezza verginale, sterilita', equita', neve, gelo, latte, vuoto, trasparenza, onesta', affidabilita', buon auspicio, fortuna, non pericolosita'.

## **Rosa**

Un colore che varia dal cremisi chiaro al rosso pallido viola  
Fa sentire ricchi, un po' 'viziati.

Il rosa "Baker Miller" e' utilizzato nelle celle delle carceri per calmare i prigionieri. In alcuni stadi gli spogliatoi delle squadre ospiti sono in rosa per stemperare la grinta dei giocatori. Il rosa e' anche usato per trattare pazienti affetti da cefalee.

Implica femminilita' e la dolcezza.

## **Marrone**

Un colore terziario scuro con una tonalita' di giallo o rosso

Solido e affidabile il marrone e' il colore della terra ed e' abbondante in natura. Marrone chiaro implica genuinita' mentre marrone scuro e' simile al legno o al cuoio. Questo colore puo' anche essere triste e malinconico. Gli uomini sono piu' inclini a sceglierlo come uno dei loro colori preferiti.

# SCEGLIERE I COLORI DA USARE NEL SITO

## 1 - Analisi del personal branding del cliente

La prima cosa da fare è un'analisi accurata di tutto il materiale promozionale del cliente, cominciando dal logo e dagli eventuali colori aziendali. E' preferibile che anche il sito web su cui stai lavorando richiami i colori utilizzati dall'azienda negli altri canali per mantenere la sensazione di "familiarità" del target, che potrebbe sentirsi spiazzato di fronte ad un cambiamento troppo radicale.

Il colore "fa brand", ovvero che è parte integrante della immagine aziendale. Sarebbe impensabile utilizzare una scala cromatica completamente diversa per il sito web, a meno che non si voglia volutamente confondere i clienti, specialmente quelli fidelizzati.

## 2 - Analisi del materiale fornito dal cliente

In fase di briefing con il cliente sicuramente avrai reperito il materiale necessario alla progettazione del layout, magari uno schema dei contenuti, la struttura delle pagine, le immagini dei prodotti da inserire eccetera eccetera.

Concentriamoci sulle immagini che il cliente vuole inserire nel sito (slider, testata, pagina dei servizi o dei prodotti e cose simili)

Scegliere prima le immagini da usare e poi i colori e il tipo di layout. Se abbiamo foto ad alta risoluzione, professionali, dall'impatto visivo molto forte, possiamo "osare" con uno slider molto grande, o inserendo la foto in background, dandogli così un ruolo più "attivo" nella grafica della pagina. Se invece abbiamo a disposizione foto di dimensioni ridotte, e di qualità di dubbio gusto, sicuramente opteremo per dare loro un ruolo più marginale all'interno della progettazione grafica. Analizzare le immagini ci è utile per capire che tipo di schema colore è più adatto per l'attività di cui dobbiamo disegnare il sito.

Anche se non c'è alcuna regola che impone quanti colori puoi utilizzare nella grafica di un layout, a meno che tu non debba progettare un sito particolarmente estroso o rivolto ad un target particolare, **è consiglio comune di limitarsi a massimo tre colori e di seguire il principio del "60-30-10"**:

Il colore principale del sito dovrebbe riempire uno spazio del 60% e dovrebbe, nei limiti del possibile, essere una tonalità “neutra” (bianco, grigio, nero e così via);

Il colore secondario del sito dovrebbe occupare il 30% dello spazio rimanente. Questo colore dovrebbe essere “di contrasto” al colore principale.

Infine nel 10% del layout, dovremmo usare un terzo colore, che ovviamente si combini in modo adeguato con i due colori già utilizzati. Quest’ultimo sarà usato principalmente in alcuni dettagli, quali testi, slogan, pulsanti e così via.

Di questi tre colori puoi usare diverse gradazioni, per dare un effetto più corposo alla pagina.

Questo tool vi permette di estrapolare i colori dalle foto e creare palette armoniche.

<https://colors.co/>

### **3 - Analisi della concorrenza**

Un altro fattore di analisi che può venirti in aiuto quando siamo alla ricerca del colore giusto riguarda lo studio della concorrenza

### **4 - Sensazioni e psicologia del colore**

Dopo un’analisi del personal branding fornitoci dal cliente e del materiale che utilizzeremo nella fase di design, fermiamoci un attimo a pensare alle sensazioni che vogliamo manifestare attraverso la grafica, ai concetti chiave su cui il nostro cliente intende far leva, al tipo di target che dobbiamo colpire.

Prendiamo carta e penna e cominciamo a mettere giù parole, aggettivi, verbi, tutto ciò che concettualmente ci richiama l’attività protagonista della nostra analisi.

# THE 10 COMMANDMENTS OF COLOR THEORY

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
KNOW THE COLOR WHEEL WELL! DO YOU KNOW WHAT EACH COLOR SIGNIFIES?	MATCH IT. DO NOT OVERLOOK THE AUSTERITY OF ANALOG COLORS!	CAN'T MATCH IT? CLASH IT WITH COMPLEMENTARY COLORS!	IS CONTRAST TOO INTENSE? THEN, SPLIT IT!	NEED MORE VARIATIONS? GO DOUBLE COMPLEMENTARY!	GO TRIAD WITH 3 DIFFERENT HUES... CHOOSE FROM A GREATER VARIETY!	SOMETIMES, MONOCHROME IS THE WAY TO GO...	OTHER TIMES, AN ACHROMATIC SCHEME SERVES BEST!	KNOW YOUR HUES, TINTS, SHADES AND TONES... WHAT WORKS WHERE?	AND LASTLY, RGB, CMYK AND PANTONE ARE NOT THE SAME!
<b>RED</b> LOVE. ENERGY. INTENSITY.	<i>Barber</i>	<i>Barber</i>	<i>Barber</i>	<i>Barber</i>	<i>Barber</i>	<i>Barber</i>	<i>Barber</i>	<i>Barber</i>	CupCake
<b>YELLOW</b> JOY. INTELLECT. ATTENTION.	wheelchair	wheelchair	wheelchair	wheelchair	wheelchair	wheelchair	wheelchair	wheelchair	CMYK
<b>GREEN</b> FRESHNESS. SAFETY. GROWTH.	CupCake	CupCake	CupCake	CupCake	CupCake	CupCake	CupCake	CupCake	CupCake
<b>BLUE</b> STABILITY. TRUST. SERENITY.	Sandals	Sandals	Sandals	Sandals	Sandals	Sandals	Sandals	Sandals	RGB
<b>PURPLE</b> ROYALTY. WEALTH. FEMININITY.	Television	Television	Television	Television	Television	Television	Television	Television	CupCake