



VOICE OF COLOUR[®]



INSPIRATION BOOK

SOMMARIO

- 3** | SIGMA. IL TUO RISULTATO VALE.
- 4** | VOICE OF COLOUR. IL PROGETTO.
- 6** | LIFE IS BETTER IN COLOUR.
- 7** | COLORE DELL'ANNO 2019.
- 8** | COLOUR SELECTION.

- 10** | AMBIENTAZIONI E SUGGERZIONI. IL COLORE COME ARCHITETTURA.
 - 13.** LIVING
 - 16.** WORKING
 - 21.** EDUCATION
 - 24.** HOSPITALITY
 - 29.** RETAIL
 - 32.** WELLNESS
 - 37.** CULTURE
 - 40.** URBAN

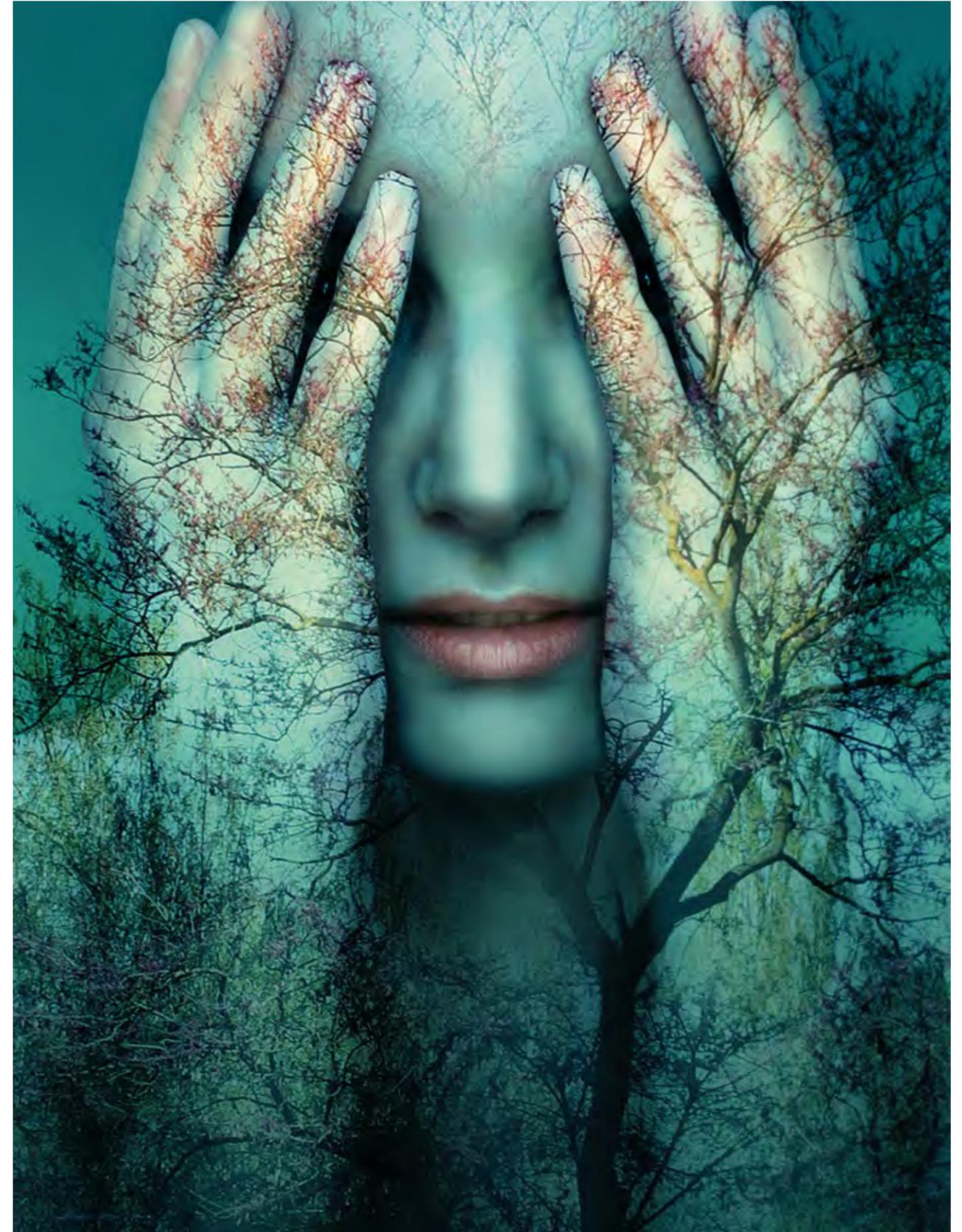
- 44** | CENNI DI FISICA E FISILOGIA DEL COLORE.
- 45** | CENNI DI PSICOLOGIA DEL COLORE.
- 46** | COMPOSIZIONE DEL COLORE.
- 47** | METODOLOGIE DI USO DEL COLORE.
- 48** | LA SOSTENIBILITÀ DI SIGMA COATINGS.
- 50** | PITTURE MURALI PER INTERNI ED ESTERNI.
- 54** | CREDITS.

SIGMA. IL TUO RISULTATO VALE.

L'innovazione è parte del DNA Sigma e si traduce in una gamma di prodotti altamente tecnologici in ogni categoria. Pitture nanotecnologiche per facciate e autopulenti, pitture murali immunizzanti, smalti a base acqua e solvente particolarmente versatili, proposte per il legno e per l'isolamento termico a cappotto. Tutti i prodotti sono formulati per garantire il raggiungimento di eccellenti risultati qualitativi, estetici e di durabilità, migliorando lo stato conservativo degli ambienti interni ed esterni. Nei processi di Ricerca & Sviluppo è di primaria importanza l'utilizzo di materie prime con elevate prestazioni in termini di sicurezza e impatto ambientale, al fine di rendere i prodotti conformi alle più attuali e rigide normative nazionali e internazionali. La sostenibilità non è solo un tratto distintivo dei prodotti: è un approccio quotidiano all'attenzione verso le persone, dentro e fuori l'Azienda, e alle Comunità che la circondano. Per questo da anni Sigma Coatings supporta attivamente la riqualificazione dei luoghi della collettività, facendo leva sulla sua distintiva specializzazione nel mondo del colore.

VOICE OF COLOUR. IL PROGETTO.

Il colore ha sempre avuto universalmente un ruolo fondamentale sia nella vita individuale che nella vita sociale. Toni e sfumature raccontano storie, luoghi, stili di vita, personalità e stati d'animo, rappresentando un vero e proprio codice di comunicazione carico di significati e simbologie che trascendono i soli aspetti decorativi. Con questa consapevolezza nasce **Voice of Colour**, la nuova strategia del colore ideata dal gruppo di esperti di PPG. Un incubatore di contenuti in grado di proporre un nuovo approccio all'uso del colore, arricchendo quest'ultimo di possibilità interpretative e conoscitive, per un suo utilizzo più appropriato. **Voice of Colour** vuole proporsi come un osservatorio in grado di monitorare, analizzare e soddisfare con le tecnologie più avanzate i progressivi sviluppi stilistici in tutti gli ambiti dell'architettura, dall'interior design al lifestyle, creando ispirazione e identità in ogni progetto.



LIFE IS BETTER IN COLOUR.

Ogni anno, il nostro team globale di "stilisti del colore" provenienti dai diversi ambiti del Gruppo si incontra per discutere e sviluppare i futuri trend legati allo stile e al colore. È nato così il colore dell'anno 2019 che vi presentiamo: **Quiet Clearing**, ricco, lussuoso, ispirato alla natura.

Una tonalità classica e rilassante di verde intenso, che invita a riconnettersi con la natura stessa e a trovarvi rifugio. **Quiet Clearing** apre le porte al potere rigenerante degli spazi aperti, con sfumature profonde che aiutano a ritrovare il benessere interiore, proponendo un accento di colore versatile e adatto a personalizzare ogni ambiente, da quelli tradizionali fino ai più contemporanei.

PPG, inoltre, si propone come partner autorevole in termini di tecnologia e innovazione per l'intero ciclo di vita del colore, grazie a costanti approfondimenti e strategie di esecuzione finalizzate a migliorare i processi di applicazione e resa estetica finale. Una scelta innovativa di fare colore oggi, per presentare ai nostri clienti tutta la bellezza e la diversità di un mondo più vivo e colorato.



COLORE DELL'ANNO 2019

QUIET CLEARING
PPG1145-7



COLOUR SELECTION.

Una selezione che diventa un vero e proprio percorso esperienziale nel mondo del colore, declinato secondo variazioni di luminosità e saturazione. Le tinte non sono posizionate in modo adiacente, ma volutamente sfalsate per stimolare l'occhio a una ricerca progressiva sulla cartella, favorendone prima l'individuazione e successivamente la scelta. Le colorazioni sono tutte rappresentative di ambiti naturali al fine di accogliere e avvolgere cromaticamente al loro interno anche le saturazioni più alte.



A cura dell'Architetto Gianni Cagnazzo

AMBIENTAZIONI E SUGGERZIONI.
IL COLORE COME ARCHITETTURA.

LIVING

WORKING

EDUCATION

HOSPITALITY

RETAIL

WELLNESS

CULTURE

URBAN



LIVING

La casa, cuore delle relazioni intime familiari, è uno degli ambienti in cui si rende necessaria un'indagine cognitiva del colore, al fine di ottenerne un corretto impiego cromatico funzionale. Gli spazi interni si dividono in spazi individuali, di utilizzo personale, e in spazi di uso comune. Questa ripartizione rappresenta uno dei criteri in base ai quali selezionare le scelte cromatiche: tinte calde e avvolgenti in soggiorno per agevolare la vita comune e sociale, una camera da letto di un blu profondo per chi ha bisogno di molto riposo, un colore più acceso per chi ha il risveglio lento. Nelle camere dei ragazzi il colore dovrebbe essere calibrato sulle loro attitudini caratteriali. Negli ambienti dedicati ai bambini evitare tinte forti come il rosso, il viola e le tinte acromatiche. I bianchi e i grigi possono essere usati, se tonalizzati con pigmenti caldi, come fondi neutri per la sovrapposizione di elementi colorati. In ogni caso l'abitazione deve essere un contenitore flessibile anche dal punto di vista cromatico, un work in progress in grado di soddisfare percettivamente lo stato psicofisico dei residenti nelle varie tappe evolutive della loro vita.



WORKING

Nel contesto lavorativo il colore è in grado di regolare l'umore delle persone che vi operano. Tutte le aziende che hanno effettuato interventi di miglioramento della qualità ambientale interna, tra cui il cambio di colorazione, hanno avuto notevoli riscontri positivi in termini di aumento della produttività e della qualità operativa, calo dell'assenteismo e delle richieste di trasferimento. È quindi importante usare il colore come strumento efficace per migliorare la qualità di permanenza nei luoghi di lavoro, offrendo ai dipendenti un tangibile incentivo con l'aumento del loro benessere psicofisico. Banditi per questo motivo uffici totalmente bianchi, un colore certamente luminoso ma che, utilizzato a scatola per grandi superfici, risulta percettivamente freddo, affatica la vista, e ha potere destabilizzante provocando insicurezza psicologica. È quindi consigliabile, ove strettamente necessario, l'utilizzo di tinte acromatiche solo se tonalizzate e come sfondi per la sovrapposizione di colori più saturi e altri complementi colorati, altrimenti è preferibile l'uso di tinte calde di maggiore comfort ambientale.





EDUCATION

"Il colore a scuola facilita l'apprendimento, non è soltanto un elemento decorativo, ma condiziona in modo determinante l'umore e influisce sulla salute. L'inserimento del colore negli ambienti scolastici facilita il benessere psicofisico e le motivazioni dei fruitori in generale. Per studenti e insegnanti migliora la socialità e l'entusiasmo nello studio e nel lavoro, accresce la competenza operativa e la capacità di concentrazione".

(Accademia di Formazione dell'Università degli studi di Trento)

Negli edifici adibiti ad attività educative e formative diventa prioritario progettare ambienti confortevoli, all'interno dei quali gli studenti possano sentirsi protetti, accolti e stimolati. Per questo motivo seguire le prestazioni funzionali dei diversi ambiti cromatici rappresenta il giusto approccio per effettuare scelte mirate, orientandosi tra tinte più o meno calde o fredde oppure saturazioni e luminosità più o meno accentuate. Atrii e hall di ingresso sono preferibili nei toni degli azzurri turchesi o degli arancioni, entrambi socializzanti e aggreganti; le aule potranno essere anch'esse arancioni se necessiteranno di maggior forza espressiva o nei toni dei gialli, stimolando l'attenzione e il ragionamento logico ed evitando senso di noia e sonnolenza, o dei verdi, dove si ricerchino preferibilmente calma, riflessione e armonia. I nidi e gli asili dovrebbero puntare su maggiori contrasti cromatici con tinte meno tonalizzate e più pure, in quanto i bambini nei primi anni di vita sviluppano capacità percettive, come attenzione e curiosità, grazie a colori primari e secondari quali giallo, blu, rosso, verde, arancione. Risultano sconsigliati bianco assoluto e nero, al fine di evitare problemi alla vista e al sistema psicofisico.

31



HOSPITALITY

Il concetto di lusso e ospitalità oggi supera gli aspetti prettamente materiali e si orienta verso fattori psicologici, in quanto tende a trasformarsi da offerta di un semplice ambiente a offerta di un'esperienza. Questo fenomeno lo si può riscontrare sia nell'ambito della ristorazione sia in quello dell'hotellerie. Sono valide tutte le possibilità cromatiche a disposizione, con un uso calibrato del colore a seconda del posizionamento e del target di riferimento: generico, business, turistico. Una stanza in cui i colori siano inaspettati e perfettamente coordinati con gli altri elementi interni compositivi, affascina al primo colpo d'occhio. Valgono tutte le modalità di applicazione indicate a seconda degli effetti più o meno forti che si vogliono ottenere: ricercatezza, eleganza, serietà, contemporaneità, espressione artistica e trasgressiva, iper decorativismo o minimalismo. La stanza di un albergo o la sala di un ristorante sono luoghi a permanenza ridotta, quindi ogni soluzione può essere quella giusta, purché in linea con la filosofia del brand di appartenenza. Una raccomandazione: moderare l'uso dei verdi in ambito di somministrazione e ristorazione. Se non bilanciati da una buona compensazione di temperatura di colore e di intensità della luce, queste tonalità possono falsare i colori dei cibi.







RETAIL



Nell'ambito commerciale il colore è utilizzato in maniera completamente libera ed è in grado di generare ambienti ricercati, eleganti, stimolanti, eclettici, innovativi, estasiati e a volte esagerati. Il suo compito è quello di contribuire alla trasmissione di sensazioni che lascino il segno o ricordi indelebili a chi visita lo spazio. Alle percezioni derivanti dal colore si aggiungono anche quelle proprie delle essenze materiche e delle loro texture che possono accompagnare o amplificare le scelte cromatiche impiegate. Quindi il colore, in qualsiasi modo venga usato, cromatico o acromatico, sarà sempre un palcoscenico di piacevole accoglienza e di vendita, uniche determinanti e discriminanti della sua buona riuscita.



WELLNESS

Appartengono a questa categoria i luoghi per la cura estetica del corpo, spa, palestre, studi estetici e simili. Ambienti dove normalmente ci si priva dei vestiti e quindi devono essere utilizzati colori avvolgenti e caldi, che permettono di percepire fisicamente, alle stesse condizioni climatiche interne, una temperatura di $3/4^{\circ}$ in più rispetto alle tinte fredde. Qui diventa primario il senso di accoglienza e di benessere interno, obiettivi perseguibili attraverso una corretta gestione cromatica. I colori hanno in questi luoghi un vero ruolo di risonanza emotiva nella percezione della qualità ambientale e devono essere calibrati in assonanza con materiali naturali e luci particolarmente calde e soffuse.



CULTURE



Sono poliedrici i luoghi adibiti a spazi culturali, ovvero adatti a manifestazioni, esposizioni, rappresentazioni, esecuzioni e quindi con destinazioni, parametri architettonici e spaziali differenziati a seconda delle forme culturali contenute e delle sue necessità espressive. Un unico aspetto fa da comune denominatore a tutti questi contenitori: la necessità di essere, dal punto di vista cromatico e dello spazio, la situazione scenografica adatta alla rappresentazione contenuta. Teatro, cinema, museo, galleria d'arte, auditorium, devono avere colori di fondo che accolgano, esprimano e raccolgano le emozioni di chi in quei luoghi vede una rappresentazione teatrale, ascolta musica o ammira quadri, installazioni artistiche o fotografie. Nei vari casi i colori devono essere eccitanti, stimolanti, con saturazioni che avvolgano e compensino le colorazioni delle rappresentazioni, più neutre se vi si sovrappongono colori vividi e brillanti, più intense e luminose se vi si sovrappongono elementi meno accesi e con meno accenti cromatici, intonati alle epoche di fattura in caso di quadri antichi o addirittura spesso acromatici in caso di opere moderne variopinte e di grande effetto scenico. Si può lavorare con tinte complementari delle cromie in esposizione. Una particolare e grande attenzione va riposta nell'allestimento della luce che può amplificare o annullare il risultato cromatico ottenuto.



URBAN

PORTA FURBA QUADRARO

Il colore nell'area urbana è un argomento di grande interesse e importanza. L'immagine della città e dell'ambiente antropico è infatti intimamente connessa all'aspetto dei suoi edifici, a sua volta strettamente dipendente dai materiali, dalle tecniche costruttive e dalle tradizioni culturali del luogo. Anche oggi si dovrebbe avere la consapevolezza collettiva che il patrimonio edilizio storico e urbano in genere, costituisce un elemento fondamentale per l'immagine della città. Il colore va quindi usato non casualmente, ma possibilmente correlato a un piano del colore di intervento globale urbano, inteso come progetto di riqualificazione dell'immagine della città, che regoli il corretto svolgimento delle operazioni di coloritura, pulitura e restauro delle facciate, o di parti di esse, e dei manufatti di arredo urbano, nel rispetto dei parametri culturali e cromatici locali. E in questo caso tutte le tinte vanno bene, purché siano quelle della città. A tutto ciò si aggiungono altre forme di intervento cromatico nel contesto urbano, dalle facciate degli immobili di recente e nuova costruzione, alle aree periferiche da riqualificare, agli interventi artistici della street art che possono rigenerare e ridare significato a intorni deteriorati dal tempo e dall'abbandono.





CENNI DI FISICA E FIOLOGIA DEL COLORE.

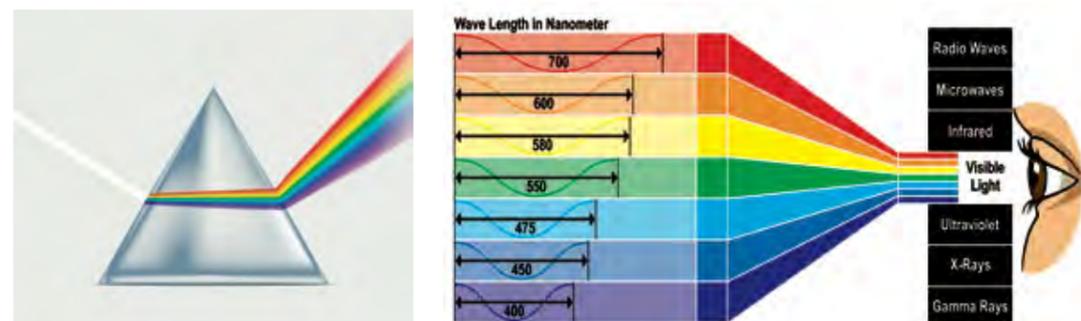
IL COLORE NON ESISTE.

Il colore viene generalmente utilizzato in modo spontaneo e inconsapevole, cioè operando le scelte in base ai gusti personali o alle tendenze del momento generate dal mercato. Al fine di riaffermare conoscenza e consapevolezza dell'importanza che il colore riveste in tutti gli ambiti della nostra vita, trascorsa per la maggior parte all'interno e all'esterno di luoghi costruiti e colorati, abbiamo pensato di ricordare, sia a chi necessita di usare il colore per sé stesso sia a chi lo usa professionalmente, alcuni fondamenti in merito alle sue meno esplicite e apparenti potenzialità di utilizzo e di espressione.

Il colore non esiste solo nel modo in cui siamo abituati a immaginarlo e identificarlo. Il nostro punto di partenza risiede nella fisica, ed è la consapevolezza che il colore è la luce, o meglio lo spettro della luce visibile, cioè quella gamma di onde elettromagnetiche comprese tra i raggi infrarossi e i raggi ultravioletti, invisibili invece all'occhio umano. Questa scoperta la si deve allo scienziato Isaac Newton, che nel 1666 fece il famoso esperimento del raggio di luce che attraversando un prisma di vetro, si scompose in sei componenti cromatiche diverse, rosso/arancio/giallo/verde/azzurro/viola - definiti i colori spettrali - ai quali se ne aggiunse successivamente un settimo, l'indaco, compreso tra l'azzurro e il violetto, per questione di cabala numerologica. (img.1)

Fu il primo a teorizzare che ad essere colorata non è la materia ma i raggi luminosi che la colpiscono. Senza luce dunque ci sono buio e assenza di colore. Per tradurre quindi, in modo sintetico, la complessità del sistema che ci permette di vedere i colori tramite la radiazione luminosa, ci addentriamo nella fisiologia, la disciplina che spiega come la luce, quando colpisce una qualsiasi superficie, viene trattenuta e in parte riflessa - sotto forma di lunghezze d'onda - da quest'ultima, arrivando ai nostri occhi come stimoli luminosi. Tramite poi un altrettanto complesso sistema di conversione fotochimica, questi stimoli tra retina, nervo ottico, coni e bastoncelli, arrivano al nostro cervello che produce in noi la visione del colore e dell'oggetto. (img.2)

img.1

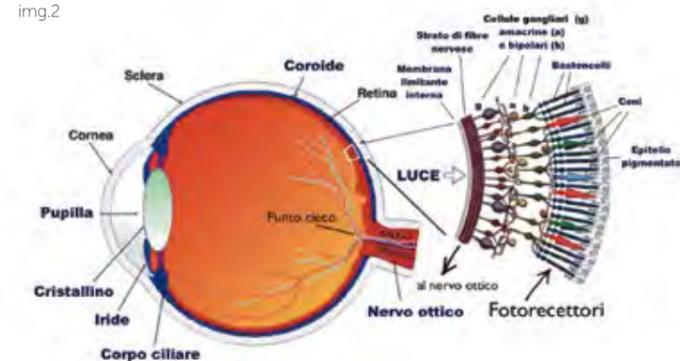


CENNI DI PSICOLOGIA DEL COLORE.

Un qualsiasi ambiente fisico, esterno o interno, agisce su di noi con un costante e continuo invio di stimoli, che vengono recepiti e raccolti dalla molteplicità dei nostri sensi in sinestesia percettiva. I recettori sensoriali elaborano questi stimoli e generano altrettante e corrispettive reazioni positive o negative, che determinano il nostro stato di salute psicofisica. Impossibile quindi pensare che gli ambienti in cui trascorriamo il nostro tempo siano composti da elementi neutri. Forme, materiali, luce, colori, hanno tutti una componente attiva sul nostro sistema percettivo e determinano in tal modo il maggiore o minore comfort abitativo di ogni ambiente.

Fu Goethe che alla fine del '600 definì la sua teoria dei colori, basandola non solo sulle proprietà fisiche del colore, ma soprattutto sui suoi effetti sulla percezione dell'essere umano. Queste prime ricerche sulle componenti psicologiche, espressive ed emozionali attivate dai vari ambiti cromatici, sono state oggi ampiamente dimostrate da una ricca sperimentazione scientifica.

img.2



GLI STIMOLI ESPRESSIVI ED EMOZIONALI GENERATI POSSONO ESSERE MOLTEPLICI:

- **Rosso:** pulsione, forza, energia, calore, eccitazione, sensualità, appetito;
- **Arancio:** allegria, ottimismo, socialità, condivisione, fiducia, appetito;
- **Giallo:** luminosità, allegria, ragionamento, attenzione, intuizione, leggerezza;
- **Verde:** freschezza, naturalezza, tenerezza, rilassamento, calma, tranquillità;
- **Azzurro:** profondità, stabilità, riposo, serietà, riservatezza, accoglienza, sicurezza;
- **Viola:** malinconia, fantasia, profondità, misticismo, introspezione, magia;
- **Bianco:** purezza, castità, assenza, vuoto, astaticità, indecisione, incertezza;
- **Grigio:** indifferenza, freddezza, neutralità, durezza, depressione, abulia;
- **Nero:** chiusura, rinuncia, paura, negazione, violenza, inibizione, distinzione.

COMPOSIZIONE DEL COLORE.

La ruota dei colori, sviluppata dallo svizzero Itten ai primi del 900, esemplifica con estrema chiarezza la composizione del sistema cromatico fondamentale (img.3):

- 3 colori giallo / rosso / azzurro, detti primari in quanto non ottenuti da miscela di altri colori, che mescolati tra di loro a coppie, giallo-blu / giallo-rosso / rosso-blu danno origine ai
- 3 colori secondari, verde / arancio / viola che mescolati ciascuno con i primari adiacenti in corrispondenza dei vertici dell'esagono sulla ruota esterna danno origine ai
- 6 colori terziari.

Si identificano facilmente in tal modo anche i colori tra loro complementari, che risultano essere quelli posizionati rispettivamente in posizione opposta sulla ruota esterna. Ogni colore della ruota, mescolato con il suo opposto complementare genera il grigio.

Tutti i colori della ruota hanno gradi diversi di luminosità per cui vengono definite anche le specifiche percentuali di compensazione cromatica per fini armonici di utilizzo in rapporto alle saturazioni e alla luminosità. Ad esempio i colori primari, giallo / rosso / azzurro, e i loro complementari, viola / verde / arancio, quando usati insieme hanno contrasti di quantità, ben determinati, giallo / viola 20-80% , arancio / azzurro 35-65% , rosso/verde 50-50%. (img.4).

La ruota di Itten è, quindi, una esemplificativa guida pratica per ottenere combinazioni di colori armoniche e piacevoli, di due o più colori, in base ai diversi rapporti di tinta, saturazione e luminosità.

img.3



img.4



METODOLOGIE DI USO DEL COLORE.

Il colore può essere codificato e definito, inoltre, secondo le sue diverse caratteristiche di impiego:

- 1. Generico:** quando oggetti singoli o prodotti in serie vengono colorati in diverse cromie per offrire una numerosa possibilità di scelta cromatica.
- 2. Funzionale:** quando si utilizzano specifici colori per finalità funzionali, sfruttandone le diverse e particolari caratteristiche espressive e/o emozionali.
- 3. Iconico:** quando il colore di un oggetto o di una serie di oggetti, per particolari accadimenti o per effetto temporale, ne diventa rappresentativo e/o identificativo.
- 4. Imitativo:** quando il colore viene utilizzato per rappresentare in modo imitativo altri materiali.
- 5. Decorativo:** quando il colore viene utilizzato liberamente al fine di ottenere effetti decorativi per caratterizzare o connotare oggetti o spazi.

METODOLOGIE DI APPLICAZIONE DEL COLORE.

Il colore inoltre ha diverse possibilità di composizione armonica applicando diverse metodologie:

- 1. Fondali cromatici:** quando i piani di applicazione e gli elementi costruttivi vengono utilizzati come fondali colorati per la sovrapposizione di elementi neutri o a impatto cromatico ridotto.
- 2. Sovrapposizione cromatica:** quando i piani di applicazione e gli elementi costruttivi vengono utilizzati come fondali neutri per la sovrapposizione di elementi colorati.
- 3. Integrazione cromatica:** quando sia i piani di applicazione e gli elementi costruttivi che gli elementi in sovrapposizione sono colorati.
- 4. Naturalezza cromatica:** quando i piani di applicazione e gli elementi costruttivi e in sovrapposizione mantengono le tinte proprie materiche naturali.
- 5. Astrazione cromatica:** quando i piani di applicazione e gli elementi costruttivi sono in tinte acromatiche con sovrapposizione di elementi anch'essi acromatici.
- 6. Esagerazione cromatica:** quando i piani di applicazione, gli elementi costruttivi e sovrapposti sono tutti volutamente e fortemente utilizzati a scopo decorativo per ottenere effetti particolari.

LA SOSTENIBILITÀ DI SIGMA COATINGS.

Tutti i prodotti sono studiati e formulati per garantire il raggiungimento di alti standard qualitativi, estetici e di durabilità, migliorando temporalmente lo stato conservativo degli ambienti interni ed esterni. L'azienda è certificata UNI EN ISO 9001:2015 e molti dei prodotti per interni sono conformi ai protocolli BREEAM, DUBOKEUR e LEED, programmi internazionali di valutazione e certificazione della sostenibilità dell'edificio in tutto il suo ciclo di vita.

PITTURE MURALI PER INTERNI.



FRESH AIR. ARIA PIÙ SANA DENTRO CASA.

Innovativa pittura all'acqua a base di materie prime rinnovabili con **Indoor Air Technology** che filtra e neutralizza la formaldeide accumulata negli ambienti interni fino al 70%* garantendo tale risultato per un periodo di 7 anni. Fresh Air è in grado di abbassare il livello di formaldeide sotto la soglia raccomandata dall'OMS (10 µg/m³)**. Certificata Eurofins, Beta e Dubokeur.



* Fonte: Eurofins ISO 16000-23 report test di riduzione della formaldeide, 2018

** Fonte: World Health Organisation (WHO), Guidelines for Indoor Air Quality, 2014.

PITTURE MURALI PER INTERNI.



SIGMARESIST IMMUN. LA DIFESA DELLA SALUTE PASSA ANCHE DALLE PARETI.

Pittura murale all'acqua, opaca e ad effetto immunizzante, con l'innovativa **tecnologia a base d'argento**. Grazie alle proprietà antibatteriche naturali dell'argento è in grado di esercitare una protezione attiva e duratura contro la formazione di muffe, funghi e microrganismi dannosi per la salute. Pittura E.L.F., totalmente esente da emissioni di sostanze nocive e solventi. Certificata IMSL.



SIGMAPEARL CLEAN. SEMPLICEMENTE PULITO.

Pittura murale opaca ad elevata pulibilità. La **tecnologia Easy Clean** permette un'estrema resistenza al lavaggio e una facilità di pulizia anche per le macchie più difficili, come ketchup, cola e pennarelli ad acqua. Pittura E.L.F., totalmente esente da sostanze nocive e solventi. Certificata ISEGA per l'utilizzo in ambienti alimentari e certificata Dubokeur.

DUBOKEUR



SIGMAPEARL PLAFOND. BELLO OGGI, BELLO SEMPRE.

Pittura murale antipolvere con ottima copertura. La **tecnologia Dust Proof** contrasta l'assorbimento della polvere che si deposita sulle superfici, evitando l'antiestetico "effetto grigio". Idonea per pareti e soffitti, dove dona un effetto opaco profondo. Pittura E.L.F., totalmente esente da emissioni di sostanze nocive e solventi.

PITTURE MURALI PER INTERNI.



RENOVA ISOTOP. PIÙ FORTE DELLE MACCHIE.

Pittura acrilica antimacchia ad elevato potere isolante e coprente, altamente performante grazie all'innovativa **Stain Blocking Technology™**. È particolarmente indicata per coprire le macchie più ostinate, come fumo, ruggine o segni dovuti a infiltrazioni d'acqua.

PITTURE MURALI PER ESTERNI.



FAÇADE TOPCOAT SELF-CLEAN. L'INQUINAMENTO NON ABITA PIÙ QUI.

Finitura all'acqua nanotecnologica per facciate, autopulente e anticarbonatazione con **Self Clean Technology** che le conferisce la straordinaria capacità di creare un film liscio, compatto rendendo difficile l'accumulo dello sporco e il proliferare di muffe e alghe. Grazie alle nanoparticelle lo sporco rimane in superficie e viene rimosso facilmente dalla pioggia.

SMALTI ALL'ACQUA.



SIGMA CONTOUR AQUA-PU. DURO COME LA ROCCIA.

Una linea di smalti all'acqua con resistenza mai raggiunta prima. Grazie all'innovativa **tecnologia LTA+ e White Shield** il film di smalto, il colore e la brillantezza restano perfetti a lungo, resistendo alla penetrazione dello sporco e del grasso depositati dalle mani. Certificata Dubokeur.

DUBOKEUR



OTALIS LIGHT. DAI UNA MANO DI LEGGEREZZA AL TUO LAVORO.

Pittura ad alte prestazioni, grazie alla specifica resina a base di Hydro Pliolite®, è applicabile direttamente sulle superfici murali senza l'utilizzo di primer. Dotata della speciale **tecnologia Light&Easy**, Otalis Light risulta più leggera in latta (meno 9kg per ogni latta da 15 Lt rispetto alle pitture tradizionali) e notevolmente più scorrevole nell'applicazione a rullo e pennello, proteggendo il lavoratore dal logorio fisico. La maggiore maneggevolezza della latta ne facilita inoltre la movimentazione, riducendo i rischi in cantiere.

CREDITS.

Le palette colori sono puramente esemplificative e non fanno specifico riferimento alle immagini contenute.

LIVING



Studio: Studio Laviani
Progetto: Casa privata
Anno: 2017
Foto: Ferruccio Laviani

WORKING



Studio: WTL Design
Progetto: Headquarters, Beijing, China
Anno: 2014
Foto: WTL Design

RETAIL



Studio: Studio Laviani
Progetto: Paula Cademartori
Anno: 2017
Foto: Henrik Blomqvist



Studio: Studio Laviani
Progetto: Massimo Piombo
Anno: 2015
Foto: Ferruccio Laviani



Studio: Bozarthornell
Progetto: Acne Studios Store Pilestræde
Anno: 2012
Foto: Annabel Elston

EDUCATION



Progetto: Scuola Holden, Torino
Anno: 2013
Foto: Federico Botta



Progetto: Scuola Holden, Torino
Anno: 2013
Foto: Federico Botta



Progetto: Scuola Holden, Torino
Anno: 2013
Foto: Federico Botta

WELLNESS



Studio: DJA Architects and Lilianne Steckel Interior Design
Progetto: Austin Bouldering Project (Austin, TX USA)
Anno: 2015
Foto: Andrea Calo



Studio: VOX Architects
Progetto: World Class Olympic / Swimming pool
Anno: 2017
Foto: Sergey Ananiev

HOSPITALITY



Studio: Patricia Urquiola Studio
Progetto: W Vieques Island
Anno: 2010



Studio: Patricia Urquiola Studio
Progetto: Room Mate Giulia
Anno: 2016
Foto: Ricardo Labougle



Studio: Patricia Urquiola Studio
Progetto: Room Mate Giulia
Anno: 2016
Foto: Ricardo Labougle

URBAN



Studio: Porto d'Arte e Takeawaygallery
Progetto: Vuoti di Memoria
Anno: 2018
Foto: Stefano Esposito

Art direction: **Architetto Ferruccio Laviani**

Testi capitoli e sezione scientifica: **Architetto Gianni Cagnazzo**

Progetto grafico e coordinamento: **DHARMAcomunicazione - Milano**



PPG UNIVER S.P.A.
VIA MONTE ROSA, 7
28010 CAVALLIRIO (NOVARA), ITALY
TEL: +39.0163.806611
FAX: +39.0163.806696
INFO@SIGMA-NEWS.COM
WWW.SIGMACOATINGS.IT



SIGMA COATINGS ITALIA