18/11/2014 - Branco e prata se mantêm como as cores preferidas pelos brasileiros para veículos

Com foco nos modelos 2017-2018, PPG lança coleção com 63 novas cores; para 2015, fabricantes automotivos disponibilizarão aos consumidores diversos acabamentos, incluindo de alta profundidade

A PPG Industries (NYSE:PPG), líder mundial em tintas e revestimentos, apresenta os dados de sua pesquisa anual de cores automotivas, baseada em dados de 2014, que mostra que o branco e o prata continuam a ser as tonalidades de carro mais populares na América do Sul (32% cada tom). Essas cores são seguidas pelo preto (13%), cinza (11%), vermelho (8%) e azul (2%). O branco é mais procurado para SUVs (28%), minivans (52%), picapes (54%) e caminhões leves (36%). Já o prata é mais popular para automóveis compactos – como hatches (32%), sedans (35%) e station wagons (30%) – e de médio porte (32%).
Segundo o estudo da companhia, o branco também fica com a primeira colocação mundial na preferência dos consumidores (aumento de 3% com relação ao ano passado, atingindo 28%), seguido pelo preto (18%), e pelo prata e pelo cinza, empatados em terceiro lugar (13% cada um). A popularidade do prata continua a diminuir pelo mundo, com queda de 7% em relação aos dois últimos anos. Já na Europa, enquanto o branco (25%), preto (15%) e cinza (14%) também figuram entre os primeiros colocados, os tons naturais, como dourados, beges, amarelos, laranjas e marrons, continuam a crescer (12%).
“Os fabricantes buscam continuamente novas formas de criar uma aparência exclusiva para os veículos. Como a seleção de cores ocorre dois ou três anos antes do ano do modelo, é importante para as companhias associarem a popularidade da cor com as tendências de consumo globais”, comenta Alex Lair Amorim, Gerente de Pigmentos do Laboratório P&D OEM Automotivo da PPG Industries. “Atualmente, as empresas podem escolher entre uma ampla gama de cores, bem como uma diversidade de variações de tons conservadores, como branco, prata, preto e cinza, e efeitos distintos, como micas, flocos de vidro, além de pigmentos finos de alumínio brilhante que mudam de tom”.

Entre os tipos de veículos fabricados na América do Norte em 2014, a PPG constatou que:
· 10% dos automóveis contavam com pintura em tons naturais, como dourados, beges, amarelos, laranjas e marrons. Os marrons, especialmente, têm aumentando sua popularidade nos modelos de porte médio e SUVs.
· Modelos esportivos continuam predominantemente nas cores vermelho, azul ou tons de verde. As três tonalidades ultrapassaram o prata e o cinza como mais populares para modelos esportivos.
· Os veículos de luxo, dentre os quais 24% eram brancos em 2014, são os que têm maior probabilidade de apresentarem pintura com efeitos, tais como metálica ou perolizada com três camadas de tinta.
Observando os modelos 2015, a PPG acredita que os motoristas continuarão a ver um crescimento dos tons naturais, como cobre, laranja e marrom. Novos modelos também podem

ser influenciados pelos tons metálicos, como bronze, chumbo e ouro rosé, que tiveram influência significativa das indústrias de moda, joias, móveis e design industrial nos últimos anos. Além disso, os consumidores terão acesso à mesma experiência em alta definição que com as plataformas de entretenimento, com acesso a cores de “alta profundidade” – uma versão mais intensa e rica de tons – especialmente em modelos de azuis, vermelhos e amarelos.

Paletas de cores automotivas da PPG para modelos 2017-2018

Em resposta à demanda contínua por inovação de cores em pinturas automotivas, a PPG introduziu 63 tons para os veículos de modelo 2017-2018. Intitulada Elements, a coleção conta com quatro paletas:

· Good Life capta a harmonia entre os elementos naturais e artificiais, destacando um espírito de respeito à natureza e à simplicidade, permitindo que os motoristas descubram seu melhor equilíbrio com a vida. A paleta inclui tons terrosos, marrons envelhecidos, amarelos dourados e verde-folha.

· I’m pulse reflete o movimento dos consumidores para assumir o controle do design por meio de suas conexões via redes sociais e da crescente popularidade do movimento de criação. A paleta inclui nuances brilhantes e fortes, tons pastel opacos e neutros urbanos.

· Co-Leidescope traduz o crescente ecletismo que faz parte de todas as etnias e culturas. A paleta conta com vermelhos quentes, verdes de pedras preciosas, ameixa e azul índigo, que criam uma aparência boêmia.

· Introsense representa uma nova direção no estilo minimalista que combina designs simples e sem exageros com a tranquilidade da natureza. A paleta inclui azuis pálidos, verdes, corais e roxos, combinados com nuances leves e sutis.

A PPG conta com uma rede de mais de 25 especialistas em cores, com foco nos mercados automotivo, arquitetônico, aeroespacial e de produtos de consumo. Esses profissionais analisam as tendências de design, as preferências dos consumidores e as prioridades entre os mercados regionais e globais, para determinar os fatores que influenciarão as futuras escolhas de cores. As novas cores e paletas introduzidas este ano para os fabricantes de automóveis refletem a evolução em todos esses mercados e influências.

A apresentação sobre as novas paletas de cores, assim como a Pesquisa de cores 2014 da PPG está disponível em http://www.ppgbrasil.com.br/

Ketchum Estratégia