



RENAULT SVETU DAJE VEČ BARVE

Številke so neizprosne! Kljub vedno širši ponudbi karoserijskih barv kupci novih avtomobilov daleč najbolj množično izbirajo tako imenovane »nevtalne barve«, kot so bela, črna in siva. V tem kontekstu je Renault znamka, ki na evropske ceste vnaša največ barv. François Farion, glavni Renaultov oblikovalec za področje barv in materialov, pojasnjuje ta znak istovetnosti.

»Hello darkness, my old friend«

Bela, črna, siva. Ugotovitev ne dopušča dvomov: prav vsako od zadnjih deset let so bile karoserijske barve, ki prevladujejo v avtomobilski industriji, precej puste. Samo te tri barve imajo v prodaji modelov po vsem svetu skoraj 70-odstoten delež, navaja poročilo o priljubljenosti barv avtomobilov podjetja Axalta, vodilnega proizvajalca lakov za avtomobilsko industrijo. Natančnejši pregled pokaže, da je še vedno najbolj priljubljena bela barva, ki je bila na 38 odstotkih novih avtomobilov na svetovnem trgu, sledita pa ji črna (19 %) in siva (15 %).

V tej mrakobnosti, pravi François Farion, glavni Renaultov oblikovalec za barve in materiale, *»se Renault s svojo barvitostjo odreže nadpovprečno dobro, kar deluje, saj prodamo približno za deset odstotnih točk večji delež drugih barv kot naši tekmeci.«*

Renault in barve: dolgoletno sožitje

Po koncu druge svetovne vojne je evropska avtomobilska industrija obudila svojo dejavnost ne da bi se preklonila na barve. Toda znamka Renault bo postala znanilec novih časov s povečanjem raznolikosti svoje ponudbe barv. Začelo se je v zgodnjih petdesetih letih z obiskom predsednika in generalnega direktorja General Motors, ki ga je sprejel takratni prvi mož Renaulta Pierre Lefauchaux. Američan je ob ogledu proizvodnje brez oklevanja odkritosrčno povedal, kaj si misli o avtomobilih v tovarni: manjkalo jim je veselosti! Treba je reči, da so imele Združene države prednost pri uporabi barv za avtomobile: od jabolčno zelene do slaščičarsko rožnate, treba je priznati, da so bile njihove ulice barvite ... Seme je padlo na plodna tla!

Istočasno je Paule Marot, nadarjena in dobro poznana dekoraterka, napisala Pierru Lefauchauxu predlog, da vnese nekaj barv v pretirano »bledo« Renaultovo ponudbo, ki ni več ustrezala željam kupcev tistega časa. To je bilo sprožilo. Z letom 1953 se je začelo sodelovanje med Paule Marot in Renaultom. Svojemu slovesu na področju tkanin in tapet je dodala še uveljavitev kot svetovalka za avtomobilske barve, kar je

bila nova stroka po meri te velike dame. »Njej se moramo zahvaliti za uvedbo pravih raznolikih barv v Renaultovo ponudbo, kar je prispevalo k uspehu modela Dauphine, ki je bil takrat na voljo z bogato paleto 30 pastelnih barv ...,« kar je bila novost, pravi François Farion. Paule Marot je tudi zaslužna za ustanovitev Renaultovega oddelka za barve in materiale.

Kot vidite, vlada med Renaultom in barvami dolgoletno sožitje.

Kaj če bi Renault vnesel malo barve tudi v vaše življenje?

Skozi leta je Renault kljubujoč prevladi nevtralnih barv še naprej izstopal z bolj barvito ponudbo o povprečja drugih proizvajalcev avtomobilov.

Vsakdo se spominja prve generacije Renaulta Twingo ... Takrat se je znamka Renault izkazala s kršenjem ustaljenih navad za barve! Avtomobil so marca 1993 v prodajnih salonih predstavili v štirih uvodnih barvah: ultramarinsko modri, koralno rdeči, koriandrovo zeleni in indijsko rumeni. Twingo je na svojem obdobju pustil pečat. François Farion pove, da bela barva takrat sploh ni bila v ponudbi. Drzno, kajne?

Potem je tu Renault Captur, ki del svoje uspešnosti dolguje možnostim osebnih prilagoditev, o čemer priča dejstvo, da imajo dvobarvne karoserije 80-odstoten delež v njegovi prodaji. Zdaj je na voljo do 90 različnih možnih izvedb zunanosti, kar je pomembna prednost za voznice in voznike, ki želijo z izbiro barve svojega avtomobila izraziti svoj značaj. In to z razlogom, saj je barva karoserije veliko več kot le detajl. Če verjamemo Françoisu Farionu: »Vprašanje o barvi je pogosto drugo vprašanje, ki vam ga zastavijo, kadar poveste, da ste kupili nov avtomobil. Prvo je, kateri model, drugo pa, kakšne barve.»

Kakšna je prihodnost barv?

Znamka Renault ostaja zvesta svoji filozofiji in se zato bolj kot kdajkoli posveča barvam sedanjih modelov. Kot pravi François Farion: »Renault je od nekdaj iskal barve življenja.« Svojo trditev dopolni s pojasnilom, da je eden od ciljev znamke, da »na ulice in ceste vnese barvitost«.

Toda barve se bodo po njegovem mnenju spreminjale: »Enoličnost vsakdanjih barv bi pri Renaultu radi nadomestili z večjo prefinjenostjo in tenkočutnostjo.«

Kako? S poigravanjem z asociacijami, teksturami ali prepletajočimi se barvami, ki jih omogoča tehnologija, ki se, tako kot moda in težnje, razvija!

Zadevo velja spremljati pri prihodnjih modelih ...