

STORY

RENAULT ZBARVUJE SVĚT

Jakou mají barvy budoucnost?

Značka Renault, věrná své filozofii, se rozhodla zaměřit se ještě více než kdykoliv předtím na barvy svých současných modelů. Podle François Fariona: „Renault vždy hledal barvy pro život.“ Dále toto prohlášení doplňuje a vysvětluje, že jedním z cílů značky je „nechat proniknout barvy do ulic.“ Ale barvy se musejí změnit: „Uniformní nadčasové barvy by Renault rád nahradil větší vytríbeností a jemností.“

Jak? Tak, že se zaměří více na asociace, textury nebo interferenční barvy, které je možné realizovat díky technologiím, které se stejně jako svět a směry mění!

Sledujte pokračování u budoucích modelů ...



Podle François Fariona: „Renault vždy hledal barvy pro život.“

Čísla jsou neúprosná! Navzdory stále širší nabídce barevných odstínů karosérií si zákazníci nových vozidel vybírají nejčastěji „neutrální“ barvy, jako jsou bílá, černá a šedá.

V tomto kontextu se Renault vymyká, neboť značka s diamantem ve znaku zbarvuje evropské silnice více než její konkurenti.

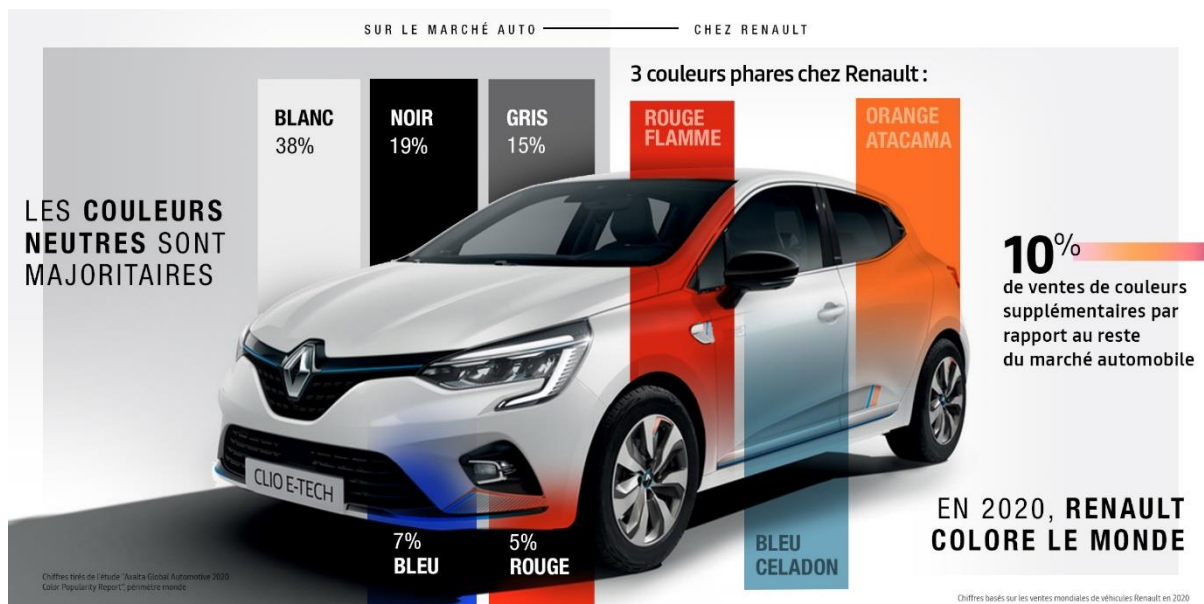
Tento znak identity vysvětluje François Farion, šéf designér oddělení Barvy & Materiály u Renaultu.

“Hello darkness, my old friend”

Bílá, černá, šedá. Tento fakt je nezpochybnitelný. Jako každý rok, a to již 10 let, převládají v automobilovém průmyslu spíše nevýrazné barvy. Tyto barvy představují podle zprávy o popularitě barev automobilů, kterou vypracovala Axalta (dodavatel laků) přibližně 70% modelů prodávaných ve světě.

Pokud se na to podíváme podrobněji, tak nejvíce v módě zůstává bílá barva, která zbarvuje karoserie 38 % nových prodaných vozidel po celém světě, za ní následují černá (19 %) a šedá (15 %).

Jak uvádí François Farion, šéfdesignér **oddělení Barvy & Materiály u Renaultu**, z této fádnosti „se vymyká Renault s více barevnější nabídkou, než je průměr. A funguje to, neboť prodáváme přibližně o 10 % více barevných odstínů než naši konkurenti!“



Renault a barvy: romance, která je tady s námi již léta

Po skončení druhé světové války obnovily evropské automobilky svou činnost, aniž by přešly k barvám. Ale značka Renault byla v tomto směru průkopníkem, když diversifikovala svou nabídku barev. Vše začíná v 50. letech návštěvou generálního ředitele a předsedy představenstva General Motors. Byl přijat **Pierrem Lefaucheuem**,



tehdejším šéfem Renaultu, a neváhal vyjádřit podstatu svých myšlenek, když spatřil výrobní linky: vozidlům firmy chybí veselost! Je třeba říci, že Spojené státy mají náskok v barvách automobilů: od jablečně zelené po bonbónově růžovou, můžeme říci, že ulice jsou zbarvené ... A semínko bylo zaseto!

Současně píše **Paule Marrot**, talentovaná a uznávaná dekorátérka, Pierru Lefaucheuovi a navrhuje mu, aby přidal barvy do příliš „nevýrazné“ nabídky firmy, která už není přizpůsobena touhám tehdejších spotřebitelů. To je spouštěcí mechanismus. V roce 1953 začíná spolupráce Paule Marrot a Renaultu. Vedle jejího věhlasu v odvětví textilu a tapet se prosazuje jako koloristka radící automobilce

... nový obor přizpůsobený na míru pro tuto velkou dámu „Je to ona, komu vdčíme za zavedení skutečně rozlišujících barev do výrobní řady Renault, která přispěla zejména k úspěchu modelu Dauphine, který byl v té době nabízen v široké paletě 30 pastelových barev ...“, jako první, prohlašuje François Farion! Renault vdčí Paule Marrot také za vytvoření **oddělení Barvy & Materiály u Renaultu**. A v tom to celé vězí... Renault a barvy, to je romance, která je tady s námi již léta.



A jestlipak Renault vnesl trochu barevnosti do vašeho života?

V průběhu let se Renault, čelící převaze neutrální barev, i nadále vyznačuje svou barevnější nabídkou oproti průměru ostatních výrobců automobilů.

Celý svět si například vzpomíná na Twingo první generace ... V této době Renault proslul zejména tím, že bořil pravidla platná pro barvy! Vozidlo bylo představeno v autosalónech v březnu 1993 ve čtyřech zaváděcích barvách: indigově modrá, korálově červená, koriandrová zelená a indická žlutá. „Žába“ dokázala poznamenat svou dobu. François Farion nám sděluje, že vozidlo se dokonce nenabízelo v bílé barvě. No posuďte sami, není to odvážné?



Captur vděčí za část svého úspěchu svým možnostem individualizace, o čemž svědčí skutečnost, že 80 % z těchto vozidel se prodává ve dvoubarevném provedení. V současné době je nabízeno až 80 vnějších individualizačních kombinací. Skutečné „plus“ pro řidiče, kteří chtějí vyjádřit svou osobnost prostřednictvím volby barvy jejich vozidla! A proto barva je daleka toho, aby byla jen detailem! O tom je přesvědčen François Farion: „Barva je často druhou otázkou, kterou dostanete, když říkáte někomu blízkému, že jste si koupili vozidlo. První je: jaký model? Druhá je: jakou barvu?“



A jaké barvy vládnou u zákazníků v České republice?

V České republice obvykle většina zákazníků mívá zájem o vyšší verze vybavení vozů, nejčastěji se rozhodují pro verze Intens (téměř 60% prodejů) a co se týká barev, volí metalické barvy.

Ačkoliv užitkovým modelům vládne bílá barva, kterou se pyšní přes tři čtvrtiny prodaných vozidel v České republice, ani v tomto segmentu se na barvy nezapomíná. Zákazníci mohou kromě standardní nabídky volit z desítek odstínů speciálních laků tak, aby vozidlo plně ladilo s jejich firemními barvami.

BARVY VYBRANÝCH MODELŮ PRODANÝCH V ČESKÉ REPUBLICE ZA ROK 2020:

CLIO

Oranžová Valencia	17 %
Červená Flamme	19 %
Modrá Céladon	8 %
Modrá Iron	8 %

CAPTUR

2barevná karoserie	58 %
Nejpopulárnější Flamme/černá	13 %
Celkem jezdí 36 barevných kombinací (nejsou započítány personalizace)	

ZOE

Fialová Blueberry	5 %
Modrá Foudre	9 %
Modrá Céladon	20 %
Červená Flamme	12 %

Rodina MEGANE

Červená Flamme	15 %
Modrá Iron	7 %
Modrá Berlin	2 %
Červená Intense	2 %
Modrá Cosmos	12 %
Hnědá Cuivre Solar	2 %
Celkem výraznější barvy	40 %
Bílá Glacier (fleet zákazníci)	37 %

KADJAR

Červená Flamme	31 %
Modrá Iron	20 %
Modrá Cosmos	9 %
Celkem	60 %