



# Tlačová správa

8. apríl 2021

## Farebnejší svet vďaka automobilom Renault

Čísła sú neúprosné. Napriek čoraz širšej škále farieb karosérii sú to najmä „neutrálne farby“ ako čierna, biela a sivá, ktoré sú pre kupujúcich automobilov najobľúbenejšie. A práve Renault je značkou, ktorá na cesty v Európe prináša najviac farieb. François Farion, riaditeľ pre farby a štýl značky Renault, vysvetľuje túto identitu značky.

### „Hello darkness, my old friend“

Biela, čierna, sivá. Výsledky pozorovania sú jasné: za posledné desaťročie sú farby, ktoré dominujú v automobilovom priemysle pomerne fádne. Podľa správy o popularite farieb od Spoločnosti Axalta, popredného dodávateľa automobilových farieb, práve biela, čierna a sivá tvoria takmer 70 % predaných modelov na svete. Ak sa na to pozrieme zblízka, najpopulárnejšia farba je stále biela a používa sa až u 38 % nových predaných vozidiel na svete. Ďalej nasleduje čierna s 19 % a sivá s 15 %. Uprostred tejto pochmúrnosti sa podľa F. Fariona „*darí značke Renault s farebnejšou ponukou než je priemer. A funguje to, pretože predávame asi o 10 bodov viac farieb než zvyšok odvetvia.*“

### Renault a farby: dlhoročný románik

Na konci 2. svetovej vojny obnovil svoju činnosť európsky automobilový priemysel bez zmeny farby. Značka Renault však bude predchodcom v spestrení ponuky dostupných farieb. Všetko sa to začalo v 50. rokoch 20. storočia návštevou generálneho riaditeľa Spoločnosti General Motors. Privítal ho v tom čase šéf značky Renault – Pierre Lefauchaux. Vtedy generálny riaditeľ GM neváhal povedať svoj názor, keď uvidel výrobné linky: týmto autám chýba veselosť! Je treba povedať, že v USA mali vo farebnosti automobilov náskok. Americké ulice boli veľmi farebné, nebolo nezvyčajné vidieť paletu od jablko zelenej po sladko ružovú. A semienko bolo zasiate!

V rovnakom čase Paule Marot, talentovaná a známa dekoratérka napísala Pierrovi Lefauchauxovi a navrhla mu, aby pridal farbu do príliš „nudnej“ ponuky Renault, ktorá podľa nej nebola úplne prispôbena želaniam spotrebiteľov. A toto bol spúšťač. V roku 1953 sa začala spolupráca medzi P. Marot a značkou Renault. Okrem jej reputácie v textilnom a tapetárskom priemysle sa presadila aj ako konzultantka v oblasti automobilových farieb. A toto povolanie jej bolo šité na mieru.

„Práve Paule vďačíme za zavedenie skutočne odlišných farieb v rade Renault, ktoré prispeli k úspechu modelu Dauphine. Tento model sa v tom čase ponúkal s bohatou paletou 30 odtieňov pastelových farieb,“ hovorí F. Farion. Paule Marot tiež vďačíme za vytvorenie oddelenia Renault Color & Trim. Ako môžete vidieť, Renault a farby majú spolu dlhoročný románik.

### Čo ak Renault pridá trošku farieb do vášho života?

V priebehu rokov čelil Renault neutrálnym farbám, a pritom naďalej vynikal farebnejšou ponukou než priemerný výrobca automobilov. Napríklad, každý si pamätá prvú generáciu Renault Twingo. V tom čase značka Renault porušila zaužívané farebné kódy. Vozidlo predstavili v marci 1993 v obchodných zastúpeniach so 4 farbami: ultramarínová modrá, koralová červená, koriandrovo zelená a indická žltá.



A žaba – ako sa stihol nazývať model, poznačila svoju dobu. François Farion hovorí, že model neponúkali ani v bielej farbe. Smelé, však?

Pokiaľ ide o Renault Captur, ten za svoj úspech vďačí najmä možnostiam prispôsobenia sa zákazníkom, o čom svedčí aj to, že 80 % predaných modelov bolo v dvojfarebných kombináciách. Aktuálne ponúka až 90 kombinácií prispôsobenia exteriéru. Skutočné plus pre vodičov, ktorí chcú vyjadriť svoju osobnosť aj výberom farby vozidla. A ak máme veriť Françoisovi Farionovi: „Farba je často druhou otázkou, ktorú niekomu položíte ak vám povie, že si kúpil nové auto. Prvá otázka je: aký model, druhá je: aká farba?“

### **Aká je budúcnosť farieb?**

Značka Renault je verná svojej filozofii a viac než kedykoľvek predtým sa rozhodla zamerať sa na farby svojich súčasných modelov. Podľa Fariona: „Renault vždy hľadal farby, podľa ktorých žije.“ Ďalej toto tvrdenie dopĺňa vysvetlením, že jedným z cieľov značky je priniesť farby do ulíc. Tie sa však podľa neho určite zmenia: „Budúcnosť spočíva skôr v práci na iných prvkoch, ako iba na celom tele farby. Ideme do niečoho, čo je trochu jemnejšie a trochu sofistikovanejšie..“

Ako? Ak sa budeme venovať viac asociáciám, textúram alebo interferenčným odtieňom, ktoré umožňujú technológie, ktoré sa rovnako ako móda a trendy vyvíjajú.

Pokračovanie na ďalších modeloch....

### **Média kontakt:**

**Ivana Obadalová**

PR manažérka Renault Slovensko

0905 210 315

[ivana.obadalova@renault.sk](mailto:ivana.obadalova@renault.sk)