



Communiqué de Presse

08 avril 2021

RENAULT COLORE LE MONDE

Les chiffres sont implacables ! Malgré une offre de plus en plus développée en matière de teintes de carrosserie colorées, ce sont les couleurs dites « neutres » comme le blanc, le noir et le gris qui sont, et de loin, les plus choisies par les clients de voitures neuves. Dans ce contexte, Renault tire son épingle du jeu puisque la marque au losange colore les routes d'Europe bien plus que ses concurrents. Un marqueur identitaire expliqué par François Farion, Chef Designer Couleurs & Matières chez Renault.

“Hello darkness, my old friend”

Blanc, noir, gris. Le constat est sans appel : comme chaque année, depuis 10 ans, les couleurs qui dominent l'industrie automobile sont plutôt ternes. À elles seules, elles représentent près de 70% des modèles vendus dans le monde d'après un rapport sur la popularité des teintes automobiles d'Axalta, un des principaux fournisseurs de peinture automobile. Si on s'y intéresse de plus près, la couleur la plus en vogue reste le blanc qui colore les carrosseries de 38% des véhicules neufs vendus aux quatre coins du monde, suivi par le noir (19%) et le gris (15%). Au milieu de cette morosité, pour François Farion, Chef Designer Couleurs & Matières Renault « Renault tire son épingle du jeu avec une offre plus colorée que la moyenne. Et cela fonctionne car nous vendons environ 10% de teintes colorées de plus que nos concurrents ! »

Renault Belgique Luxembourg - Direction Communication

Avenue Mozart 20, 1620 Drogenbos

Tel.: + 32 (0)2 334 78 51

Site : www.renault.be et <https://be-fr.media.groupe.renault.com/>

Renault & les couleurs : une idylle qui ne date pas d'aujourd'hui

Au sortir de la seconde guerre mondiale, l'automobile européenne reprend son activité sans passer à la couleur. Mais la marque Renault va faire figure de précurseur en diversifiant sa palette de coloris disponibles. Tout commence dans les années 50 avec la visite du P-DG de General Motors. Accueilli par Pierre Lefauchaux, le patron de Renault de l'époque, il n'hésite pas à exprimer le fond de sa pensée en découvrant les chaînes de fabrication : les voitures de la Régie manquent de gaieté ! Il faut dire que les Etats-Unis ont de l'avance sur la couleur dans l'automobile: du vert pomme au rose bonbon, on peut dire que les rues sont colorées... La graine était plantée !

En parallèle, Paule Marot, décoratrice talentueuse et reconnue, écrit à Pierre Lefauchaux pour lui suggérer d'ajouter de la couleur dans l'offre trop « terne » de la Régie, qui n'est plus adaptée aux envies des consommateurs de l'époque. C'est le déclic. En 1953, débute la collaboration entre Paule Marot et Renault. En plus de sa renommée dans le secteur du textile et des papiers peints, elle s'impose comme coloriste conseil automobile... un nouveau métier taillé sur mesure pour cette grande Dame. « *C'est à elle que l'on doit l'introduction de véritables couleurs différenciantes dans la gamme Renault, ce qui a notamment contribué au succès de la Dauphine, proposée à l'époque avec une palette riche de 30 teintes pastel...* » une première, affirme François Farion ! C'est également à Paule Marot que Renault doit la création de son département Couleurs & Matières. Vous l'aurez compris... Renault et les couleurs, c'est une romance qui ne date pas d'aujourd'hui.

Et si Renault mettait un peu de couleur dans votre vie ?

Au fil des ans, face à la dominante du neutre, Renault continue de se démarquer avec une offre plus colorée que la moyenne des autres constructeurs automobiles.

Tout le monde se souvient par exemple de la Twingo de première génération... À l'époque, Renault s'illustre notamment en cassant les codes couleur ! La voiture est présentée dans les concessions en mars 1993 avec quatre teintes de lancement : bleu outremer, rouge corail, vert coriandre et jaune indien. La « Grenouille » a su marquer son époque. François Farion nous apprend qu'elle n'avait même pas été proposée en blanc. Audacieux, n'est-ce pas ?

Captur doit quant à lui une partie de son succès à ses possibilités de personnalisation, comme en témoignent les 80% de ses ventes qui se font en teinte bi-ton. Il est actuellement proposé avec jusqu'à 90 combinaisons de personnalisation extérieure. Un vrai « plus » pour les conducteurs désireux d'exprimer leur personnalité à travers le choix de couleur de leur véhicule ! Et pour cause, la couleur est loin d'être un détail ! Si on en croit François Farion : « *La couleur est souvent la seconde question posée lorsque vous dites à un proche que vous avez acheté une voiture. La première c'est : quel modèle ? La seconde c'est : quelle couleur ?* »

Renault Belgique Luxembourg - Direction Communication

Avenue Mozart 20, 1620 Drogenbos

Tel.: + 32 (0)2 334 78 51

Site : www.renault.be et <https://be-fr.media.groupe.renault.com/>

Quel avenir pour les couleurs ?

Fidèle à sa philosophie, la marque Renault a choisi de miser plus que jamais sur la couleur pour ses modèles actuels. Selon François Farion : « *Renault a toujours cherché les couleurs à vivre.* » Il complète d'ailleurs cette affirmation en expliquant qu'un des buts pour la marque est de « *faire descendre la couleur dans les rues* » Mais les couleurs sont amenées à se transformer : « *A la teinte uniforme de toujours, Renault aimerait substituer plus de raffinement et de subtilité.* »

Comment ? En jouant davantage sur les associations, les textures ou les teintes interférentielles rendues possibles grâce à la technologie qui, comme la mode et les tendances, évolue !

Affaire à suivre sur les prochains modèles...