



Persbericht

08 APRIL 2021

RENAULT GEEFT DE WERELD KLEUR

De cijfers liegen er niet om! Ondanks een steeds ruimer aanbod aan kleurrijke laktinten zijn het de zogenaamde “neutrale” kleuren zoals wit, zwart en grijs die veruit het meest gekozen worden door klanten van nieuwe wagens. In die context trekt Renault zich goed uit de slag. Het merk met de ruit kleurt de Europese wegen veel meer dan zijn concurrenten. François Farion, Hoofddesigner Kleuren & Materialen bij Renault, licht dit typische kenmerk toe.

“Hello darkness, my old friend”

Wit, zwart, grijs. Het valt niet te ontkennen: zoals elk jaar zijn de kleuren die de auto-industrie de afgelopen 10 jaar domineerden, nogal saai. Volgens een rapport over de populariteit van autolakken door Axalta, een van de belangrijkste leveranciers van autolak, vertegenwoordigen deze kleuren alleen al bijna 70% van de wereldwijd verkochte modellen. Nader bekeken blijft wit de meest trendy kleur, goed voor 38% van alle nieuwe wagens die wereldwijd verkocht worden, gevolgd door zwart (19%) en grijs (15%).

Te midden van deze somberheid zegt François Farion, Hoofddesigner Kleuren & Materialen bij Renault: *“Renault trekt zich goed uit de slag met een kleurrijker aanbod dan gemiddeld. En dat werkt, want we verkopen ongeveer 10% meer kleurtinten dan onze concurrenten!”*

Renault & kleuren: een harmonie die al lang standhoudt

Na het einde van de Tweede Wereldoorlog pikt de Europese auto-industrie de draad weer op, zonder over te schakelen naar kleur. Het merk Renault blijkt echter een voorloper te zijn, door zijn kleurengamma te diversifiëren. Alles begint in de jaren '50 met het bezoek van de CEO van General Motors. Hij wordt verwelkomd door Pierre Lefauchaux, de toenmalige baas van Renault, en aarzelt niet om zijn mening te delen terwijl hij de productieketens ontdekt: de wagens van “La Régie” missen vrolijkheid! Het moet gezegd worden dat de Verenigde Staten een voorsprong hebben op het gebied van kleur in de autosector: van appelgroen tot snoeproze, we mogen stellen dat de straten gekleurd zijn ... Het zaadje was geplant!

Renault België Luxemburg – Directie Communicatie

Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos

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

Websites: www.renault.be en <https://be-nl.media.groupe.renault.com/>

Tegelijkertijd stelt Paule Marot, een getalenteerde en erkende decoratrice, in een brief aan Pierre Lefauchaux voor om kleur toe te voegen aan het te "saai" aanbod van "La Régie", dat niet langer afgestemd is op de wensen van de toenmalige consumenten. Dat was het keerpunt. In 1953 begint de samenwerking tussen Paule Marot en Renault. Naast haar faam in de textiel- en behangpapiersector laat ze zich gelden als kleurspecialist voor de autosector ... een nieuw beroep op maat van deze Grande Dame. *"Aan haar danken we de introductie van echt onderscheidende kleuren in het Renault-gamma. Dat heeft onder meer bijgedragen tot het succes van de Dauphine, die destijds werd aangeboden met een uitgebreid palet van 30 pastelkleuren..."* een primeur, bevestigt François Farion! Renault heeft ook de oprichting van zijn afdeling Kleuren & Materialen te danken aan Paule Marot. U heeft het al begrepen... Renault en kleuren vormen een romance die al ver teruggaat in de tijd.

Wat als Renault uw leven wat kleur zou geven?

In de loop der jaren blijft Renault zich onderscheiden met een kleurrijker aanbod dan dat van andere autoconstructeurs.

Iedereen herinnert zich bijvoorbeeld de Twingo van de eerste generatie... Toen wist Renault zich onder meer te onderscheiden door de kleurcodes te breken. In maart 1993 wordt de wagen in de concessies voorgesteld met vier lanceringskleuren: ultramarijnblauw, koraalrood, koriandergroen en Indisch geel. De "Kikker" wist zijn stempel te drukken op zijn tijd. François Farion vertelt ons dat hij niet eens in het wit werd aangeboden. Gedurfd, toch?

De Captur van zijn kant dankt zijn succes deels aan zijn personaliseringsmogelijkheden, zoals blijkt uit het feit dat 80% ervan in een tweekleurige tint verkocht werd. Momenteel wordt hij aangeboden met tot 90 personaliseringsmogelijkheden voor het koetswerk. Een echt pluspunt voor bestuurders die hun persoonlijkheid willen uitdrukken via de kleurkeuze van hun wagen! En terecht, de kleur is geen detail! Als we François Farion mogen geloven: *"De kleur is vaak de tweede vraag wanneer u tegen een naaste zegt dat u een auto hebt gekocht. De eerste is: welk model? De tweede is: welke kleur?"*

Welke toekomst hebben kleuren?

Trouw aan zijn filosofie heeft het merk Renault ervoor gekozen om meer dan ooit in te zetten op kleur voor zijn huidige modellen. François Farion zegt: *"Renault heeft altijd gezocht naar kleuren om in te leven."* Hij vult deze uitspraak trouwens aan door uit te leggen dat een van de doelstellingen van het merk erin bestaat om *"kleur in het straatbeeld te brengen"*. Maar de kleuren zullen veranderen: *"Renault streeft naar meer verfijning en subtiliteit in de uniforme klassieke kleuren."*

Hoe? Door meer in te spelen op combinaties, texturen of interferentiekleuren die mogelijk worden gemaakt dankzij technologie die, net als mode en trends, evolueert!

Wordt vervolgd voor de volgende modellen...

Renault België Luxemburg – Directie Communicatie

Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos

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

Websites: www.renault.be en <https://be-nl.media.groupe.renault.com/>