

Biały waży za dużo... [TEMAT MIESIĄCA]

data aktualizacji: 2017.06.09



Paleta dostępnych kolorów na rynku samochodowym jest liczona w dziesiątkach tysięcy. Co roku pojawiają się nowe kolory, którymi producenci próbują zachęcić do kupna swoją unikalną, dopasowaną do modelu kolorystyką. Czy zastanawialiście się, dlaczego dana marka lub nawet model samochodu kojarzy nam się z konkretnym kolorem?

Właściwie co to znaczy, że kolor jest dopasowany do modelu?

Na przestrzeni lat wiele marek samochodów próbowało i próbuje utrzymać swój unikatowy styl. Z kolorem lakieru jest oczywiście tak samo. Czy myśląc o samochodach marki Mercedes widzimy oczyma wyobraźni kolor zielony, czy też czerwonym, a może srebrny? Nie da się ukryć w pewnym stopniu luksusowa marka samochodów najlepiej czuje się w kolorze srebrnym, szczególnie kod OEM 744 może być wielu osobom znany. Jest to najbardziej popularny kolor Mercedesu, a o mało co nie stałby się on w pewien sposób kultowy, gdyby nie fakt, że w 1934 roku Mercedes W25 miał stanąć do wyścigu, ale zanim do tego doszło, stanął na wadze. No i się okazało, że ważył 751 kg, o kilogram więcej niż dopuszczały przepisy. Ważni i zdolni do podjęcia decyzji ludzie z Mercedesu uznali więc, że zdrapią z auta biały lakier, tym samym go odchudzając. Jak wymyślili, tak zrobili, odsłaniając aluminiowe nadwozie Mercedesu, który następnego dnia miał odpowiednią masę i stanął do wyścigu.



Gdy widzimy taki samochód niewątpliwie kojarzy nam się z luksusem i sportowym

charakterem.

Mówiąc o sportowym charakterze nie możemy zapomnieć o innych kolorze, który jest niemal tożsamy z marką samochodu. Mowa tu o kolorze czerwonym i oczywiście Ferrari.

Geneza używania tego koloru dla tej marki jest w pewien sposób połączona ze wspomnianym już wcześniej Mercedesem. Tak jak w trakcie wyścigów dla odróżnienia Mercedesy miały być białe (w późniejszym czasie srebrne) tak czerwień została Włochom narzucona w trakcie organizowania pierwszych, międzynarodowych wyścigów.

Firma spod znaku czarnego konia (czarny koń to już osobna historia) została wierna barwie. Dziś każdy kojarzy czerwone, sportowe auto z Ferrari.

Charakter a kolor auta

Wybór koloru to aspekt, który daje nam do myślenia, gdy decydujemy do czego dane auto będziemy używać. Jeżeli kupujemy prestiżową limuzynę do firmy, np. dla prezesa, to najczęściej będzie ona w ciemnym kolorze, bo tylko taki kojarzy nam się z luksusem, prestiżem i powagą. Wybieramy więc czarną, granatową, mahoniową, ciemnoszarą. Obecnie jednak często, zgodnie z obowiązującą modą, podoba się prezesowi limuzyna biała lub perłowo-biała. Małe miejskie auta są zwykle w jaskrawych, optymistycznych kolorach: malinowym, limonkowym, żółtym, pomarańczowym, czerwonym, zielonym. Często użytkowane są przez kobiety, a ponieważ płeć piękna lubi się wyróżniać, to auto w tym kolorze jest jak najbardziej odpowiednie. Sportowe auta od zawsze kojarzyły się z czerwienią lub czernią, a ostatnio pojawiają się również białe. SUV-y czy duże auta terenowe wybierane są najczęściej w ciemnych kolorach, bo głównie takie są dostępne, choć często poszukiwane są barwy ciekawsze i bardziej oryginalne. Po SUV-y w kolorze białym ustawia się kolejka. Ostatnio są bardzo modne i zyskują na popularności także takie kolory, jak: szafirowy, rudobrzązowy, ciemnoczerwony, złotobrzązowy. Każda z firm samochodowych wprowadza swoje nazwy, które brzmią niezwykle egzotycznie, np. zielony Emerald (Opel Insignia), brązowy Mahogany (Zafira Tourer), Arctic White lub Titanium Flash (Mazda CX5) czy Soul Red – trójwarstwowy lakier, który jest kolorem wprowadzenia na rynek Mazdy 6. Wszystkie te lakiery są na ogół metalizowane, co czyni auto niezwykle efektownym.

Jeszcze kilka lat temu kolor biały kojarzył się wyłącznie z pojazdem firmowym. Auto w tym kolorze łatwo było okleić reklamami. Indywidualny odbiorca nie był zupełnie zainteresowany białym samochodem. Sprzedawcy często nawet obniżali cenę takich aut. Jednak od trzech lat kolor biały, lub jego odmiana perłowo-biała, jest najbardziej pożądanym, najczęściej kupowanym i najmodniejszym kolorem w salonach samochodowych. Potwierdzają to dane producentów lakierów samochodowych m.in. marki Profix.

Ten kolor modny jest nie tylko w Polsce, ale na wszystkich kluczowych rynkach świata. Co dziwne, w bieli podobają się nam auta różnych segmentów: małe, klasy średniej, luksusowe limuzyny, SUV-y, a co najdziwniejsze, również auta sportowe. Kilka lat temu nikt nie wyobrażał sobie Ferrari w kolorze innym niż czerwony, teraz białe Ferrari jest na topie. Drugie miejsce w tym rankingu zajmuje kolor czarny i trudno dopatrzeć się tutaj praktycznego nastawienia do zakupu, bo i biały, i czarny to najmniej praktyczne barwy aut. Trzecie miejsce zajmuje już od lat kolor srebrny. Dalsze miejsca przypadają szaremu, czerwonemu, niebieskiemu, brązowemu i pomarańczowemu. Istnieją również inne rankingi, ale na pierwszym miejscu zawsze jest biały, kolejność popularności kolorów pozostaje ta sama, są tylko niewielkie procentowe różnice.

Niesłabnąca popularność powyższych kolorów i ich ponadczasowa uniwersalność potwierdza się, jeśli przyjrzymy się najczęściej wyszukiwanym kolorom w programach

recepturowych lakierów renowacyjnych. Rankingi kolorów tworzone przez użytkowników systemów doboru kolorów marki Profix pokrywają się z trendami panującymi na rynku.

Już w 2012 roku kolor biały i perłowy był najpopularniejszy nie tylko w Europie, ale także w Ameryce Północnej (od sześciu lat na czele rankingów), Japonii, Korei Południowej, Rosji, RPA. W związku z popularnością bieli zaczęto produkować luksusowe limuzyny w tym kolorze, co wcześniej było nie do pomyślenia. Również w innych segmentach pojazdów był na czele i dlatego producenci w biel zaczęli „ubierać” auta wszystkich segmentów: małe, klasy średniej, SUV-y, sportowe, a nawet ciężarówki. Natomiast czarne auta najchętniej wybierają kierowcy w Chinach. Srebrny najbardziej podoba się w Ameryce Południowej i Brazylii. Czerwony, szary, brązowy i jego odmiany to kolory, które ciągle zyskują na popularności. Natomiast kolor niebieski od kilku lat utrzymuje się na tej samej pozycji, czyli ma kilkuprocentowy udział w Polsce i na świecie. Nad kolorem w studiach samochodowego designu pracują całe zespoły projektantów, które starają się wybrać ten najbardziej odpowiedni dla danego modelu. Potem promują go specjaliści od marketingu. Bardzo ważny jest tzw. kolor wprowadzenia (na rynek), czyli taki, który według ekspertów najlepiej sprawdzi się na danym modelu i który będziemy oglądać na różnego rodzaju reklamach. Zdarzało się bowiem, że źle dobrany kolor kosztował „życie” samochodu – po prostu dany model w nieodpowiednim kolorze zupełnie się nie sprzedawał (nic nie pomoże Multipli) jak przykładowo Dodge Charger w kolorze Pale Yellow (fuj!).

Jakub Tomaszewski
Specjalista ds. receptur i kolorysta
Multichem Sp. z o.o. producent
lakierów marki Profix

Źródło: