

Międzynarodowa marka Dulux, jeden z największych producentów farb, impregnatów oraz lakierów przeprowadziła w tym roku globalny relaunch, skupiający się wokół wspólnej idei „Let’s Colour”. Jeśli chodzi o rynek farb dekoracyjnych, przemiany te wydają się znaczącymi w branży. Począwszy od świeżego i inspirującego logo, przez nową, bardziej funkcjonalną, bogatą w innowacyjne rozwiązania stronę internetową aż po same produkty, a co za tym idzie - komunikację z potencjalnymi klientami.

Dulux wychodzi naprzeciw konsumentom, tworząc nową architekturę produktową. Paleta barw została sprawnie podzielona na cztery grupy, mające trafić do konkretnych nabywców.

Linia **Inspiration**, skupiająca produkty z serii Colours of The World (Kolory Świata) oraz Creations prezentuje odcienie dla osób odważnych, kreatywnych, ciekawych świata, szukających inspiracji, ceniących sobie indywidualność i wysmakowane wzornictwo. Dulux wprowadza konsumenta w świat kolorów Bali, Andaluzji czy Prowansji. Zwolennicy dbania o środowisko i wszelkich rozwiązań ekologicznych znajdą coś dla siebie w grupie produktów **Harmony**, skupiającej się na farbach z serii Family Zone - ze śladową ilością rozpuszczalników, jednak charakteryzujących się odpornością na zmywanie czy wysokim poziomem krycia. Dla perfekcjonistów, ceniących sobie nowinki technologiczne w tym zakresie powstała linia **Technology**. Farby Światło i Przestrzeń, Kuchnia i Łazienka oraz Dulux Latex Matt charakteryzują się wysoką jakością i funkcjonalnością zarówno jeśli chodzi o wybór jak i użytkowanie określonych produktów.

Ostatnią serią, proponowaną przez firmę jest **Basic**, a farby Dulux Acryl Matt oraz Classic White stawiają na łatwość i dostępność, skupiając wokół siebie konsumentów, pragnących wyrazić siebie poprzez najprostsze rozwiązania w aranżacji wnętrza. Dulux, wprowadzając taki właśnie podział, znacznie ułatwia wybór kolorów oraz podkreśla indywidualność każdego ze swoich klientów.

Ponadto, nie ma nic prostszego niż dopasowanie odpowiedniej barwy do swojego wnętrza, wykorzystując innowacyjne aplikacje, dostępne na stronie internetowej [www.dulux.pl](http://www.dulux.pl). Dulux Colour Owner, Dulux Mouse Painter czy Dulux Colour Click pozwalają klientowi na czerpanie inspiracji z otaczającego środowiska, komponowanie kolorów poszczególnych elementów czy sprawdzenie jak dana barwa pasować będzie do konkretnej przestrzeni.

Relaunch marki zwraca uwagę potencjalnego klienta na środowisko naturalne, wspierając globalną akcję społeczną **Let’s Colour**, zmieniającą nie tylko szare, smutne powierzchnie w pełne koloru i wigoru miejsca, ale też życie ludzi, którzy dostają szansę, by ubarwić świat dookoła siebie. Świeży, ekologiczny profil firmy promuje opakowania i kartę kolorów, nadające się do recyklingu, redukuje emisję dwutlenku węgla, pojawiła się także nowość produktowa o obniżonej emisji LZO po to, by móc dłużej cieszyć się tym, co oferuje nam nasza planeta.

Rok 2012 jest więc dla firmy czasem wielu zmian i przeobrażeń. Nowe, dynamiczne i pełne wigoru logo - ludzka postać z kolorową wstęgą - daje klientowi zastrzyk pozytywnej energii, zachęca do zmian, promuje radość i twórczą ekspresję. Dulux, dodając kolor do życia ludzi, poprzez swoją ofertę umożliwia zmianę nie tylko kuchni czy sypialni, ale też otaczającego nas środowiska.



Magdalena Leszczyńska / **newss.pl**