

## Percepcja kolorów – warsztaty firmy Gabriel-Chemie Polska

Barwa otacza nas w codziennym życiu z każdej strony. Kolorowe są opakowania, sprzęt RTV i AGD, zabawki itd. Jednak ich barwa nie jest przypadkowa, ponieważ każdy kolor niesie ze sobą pewną informację. Na tych zagadnieniach koncentrowały się warsztaty, które zorganizowała firma Gabriel-Chemie Polska w dniu 9 czerwca br. w Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie. Ich tematem przewodnim była percepcja kolorów.

Przybyłych powitał Uwe Schmidt, dyrektor handlowy Gabriel Chemie Polska, który pochwalił się otwarciem nowego laboratorium i salonu wystawowego firmy w Łodzi. Stwierdził, że jest to inwestycja dalekosiężna, która zakończy się wraz z wybudowaniem zakładu produkcyjnego.

Celem warsztatów było przybliżenie zrozumienia znaczenia kolorów, dlatego też jako prelegent został zaproszony prof. Axel Venn, znawca kolorów. Wykłada on na Uniwersytecie Nauk Stosowanych i Sztuki (University for Applied Sciences and Arts) w Hildesheim w Berlinie.

Na początku uczestnikom warsztatów przybliżono tematykę znaczenia barw oraz ich klasyfikację. Starano się odpowiedzieć na pytanie, jakie znaczenie ma koncepcja barw, a także przybliżyć ich rolę w lepszym wyeksponowaniu towaru na półce sklepowej, co przyczynia się do zwiększenia jego sprzedaży.

Prof. Venn poruszył również zagadnienie iluzji, jaką mogą stwarzać kolory. Zajął się także trendami i megatrendami w kolorach.

Aby łatwiej zobrazować postrzeganie przekazu kolorów uczestnicy warsztatów zostali zaproszeni do wzięcia udziału w zabawie - eksperymencie. Polegał on na tym, iż każdy uczestnik otrzymał arkusz, na którym były dwa pola. Należało je wypełnić kolorami, z którymi kojarzyły nam się przeciwstawne pojęcia, takie jak bogaty, biedny, łagodny, dynamiczny itp. Po czym prof. Venn omówił wyniki „działalności artystycznej” uczestników warsztatów. Opowiedział również, z jakimi barwami kojarzą się „malowane” poję-

cia uczestnikom podobnych prelekcji w innych krajach. Na podstawie prac uczestników warsztatów prof. Venn stworzył zakres pojęć i kolorów, jakie się z nimi kojarzą Polakom. Będzie się można z nimi zapoznać na jego stronie internetowej: <http://www.colortrend.de/artikel/workshop-in-warschau-gabriel-chemie/>

Wśród tematów poruszonych przez prof. Venna była także rola barw w marketingu, czyli jak za ich pomocą podnieść atrakcyjność produktów. Zaznaczył, że istotne jest również odpowiednie ich dostosowanie do sektora, dla którego ma być przeznaczony produkt.

Warsztaty firmy Gabriel-Chemie Polska stanowiły swoiste kompendium wiedzy o kolorach, ich postrzeganiu, jak również roli w kształtowaniu wizerunku produktów, a przy okazji samemu można było sprawdzić, z jakimi kolorami kojarzą się nam różne pojęcia.

