

Barva narekuje počutje

GT

ambient

Barva, ki nas obdaja, je prav gotovo med tistimi elementi, ki s svojim karakterjem in psihološkimi lastnostmi bistveno vplivajo na naše počutje. Nič ne definira notranjega ambiena tako zelo kot to naredi pravilna izbira barv. Zato je pri načrtovanju gostinskega interijera poznavanje psihologije barv zelo pomembno. Barva je, kot vsak drug element v prostoru – sporočilo.

Če se ozremo po barvnih kombinacijah gostinskih prostorov v zadnjih desetletjih pri nas, večinoma ugotovimo, da ustvarjalci v glavnem niso bili barvno osveščeni, vsaj ne v tem smislu, da bi barvo uporabljali v korist pozitivne tržne atmosfere. Večinoma so prevladovali popolnoma bele stene, temno pohištvo in subjektivno, naključno izbrani dekorativni materiali, ki niso imeli nobene zveze s sporočilom, ki naj bi bilo namenjeno gostom – določenim uporabnikom.

Ker ima vsak element (prav tako barva) neko poslanstvo, sporočilo, nalogo, je pač veli-

ko bolje, da je ta element usklajen z ostalim interierjem in da deluje v smislu koordiniranega sporočila. Govorim o stenah, zavesah, prtih, pogrinjalih, slikah, itd. Kadar vsi ti elementi barvno med seboj delujejo harmonično, to opazimo kot ravnotežje in se v prostoru prijetno počutimo, ne da bi to vedeli oziroma posebej analizirali. V odsotnosti te harmonije in ob neusklajenih barvah dobimo lahko različne občutke, ki jih iz prakse gostinskih interierjev poznamo kot nedomiselne, dolgočasne, neuravnovešene, vsiljive, negativne, bleščeče, neintimne, neprijetne. Nedvomno to vpliva neposredno na promet v določenem gostinskem lokalu.

Barvne zakonitosti

Bela barva je barva akcentov, je bleščeča in vsiljiva, nikakor ne definira prostora, daje občutek neskončnosti. Kadar je uporabljena na največjih površinah, zaradi svoje dominacije prevladuje in v prostoru ne more ustvariti ravnotežja z drugimi elementi. Svetloba se popolnoma odbije od belih sten, za-

Tekst in foto: Darja Hughes

to sence niso prijetne, temveč sive in hladne. Popolnoma bel prostor je hladen in nedomač. Kadar so vse stene in stropi popolnoma beli, to daje občutek sterilnosti in nelagodja. V kolikor projekt zahteva belo (npr. stare kmečke gostilne, ipd.), jo je treba nadomestiti z rahlo tonirano bež barvo. Popolnoma bela naj ostane samo za akcente, npr. kot ozadje slik ali podobno.

Rumena: odtenki, ki segajo v širokem spektru od svetlo rumenkastih do oranžne in celo do rjavkaste v jedilnem ambientu, imajo pozitiven vpliv, saj človeka navdajo z občutkom vedrine, sonca, radosti. Seveda se bolje obnesejo topli rumeni toni kot hladni, ki lahko delujejo v močni intenzivnosti zelo ceno in za restavracije (razen hitre prehrane) niso primerni. V premočni intenzivnosti pigmenta pri barvanju velikih površin lahko rumena deluje živčno in bo pripomogla k temu, da bo gost kmalu odšel. Zelo močna rumena pa je vedno dobrodošla v uporabi dekorativnih elementov (npr. prtov).



Uspešna barvna kombinacija.



Neuspešna barvna kombinacija.

Zelena: zelena je primerna barva pri uporabi hrane, vendar samo v določenih odtenkih. Pri tem se je treba izogibati svetlih, rumenkasto-zelenih in rjavo-zelenih tonov, pa tudi nekatere pastelne barve za v restavraciji niso primerne. Najboljša je temna, lovska ali pa tudi olivna barva, vendar je potrebno paziti na kombinacije z ostalimi elementi, ki morajo biti dovolj močni, da barva ne prevzame glavne vloge v prostoru.

Rdeča: zelo primerna v jedilnicah, saj daje energijo, je prisposodba ljubezni, življenja. Bolje jo je uporabiti kot akcent ali ozadje in ne kot glavno igralko. Kot močna rumena, je tudi rdeča lahko nevarna, če nima dovolj protiuteži v drugi barvi, zato je potrebno vedeti kdaj, kako in kje.

Modra: v gostinstvu naj se uporablja samo, kadar nastopa v zelo temni, močno pigmentni obliki, ki je ozadje pisanemu dekorju. Pri tem je treba paziti, da protiutež ni snežno bela. Kadar so modri tudi prti, je potrebno pravilno izbrati barvo tal in namiznega pribora, saj lahko kaj hitro ustvarimo temačno in turobno ceneno »menzo«, predvsem pa zelo hladen prostor. Svetlo modri odtenki v gostinstvu v nobeni obliki niso zaželeni in ne vzbujajo teka.

Roza: ni barva, ki bi pozitivno vplivala na razvoj apetita, zato naj se v gostinstvu ne uporablja.

Vijolična: vijolična, lila in vsi odtenki te barve v gostinskih lokalih pomenijo isto, kot bi pomenila rdeča na pogrebu. Nikakor ni primerna za stene in še manj za prte. To je barva, ki v sebi nosi posebne značilnosti, ki ne vzbujajo dobrih občutkov ob prehranjevanju in tudi barvno ni v harmoniji prav z nobeno hrano. Zato teh odtenkov v gostinstvu ni priporočljivo uporabljati. Res pa je, da je lahko zelo temna vijolična tudi zelo bogata, sofisticirana in celo pozitivna v določenih barvnih kombinacijah. A za to je potrebno precej znanja in poguma, zato se je je bolje kar izogniti. ■

V Parizu odprt turistično informativni urad STO

Slovenska turistična organizacija (STO) se v letošnjem letu na več načinov odziva na izredno pozitivna gibanja povpraševanja s francoskega trga. V skladu s tem potekajo intenzivne aktivnosti STO na tem trgu, med njimi tudi najpomembnejša, otvoritev turističnega informativnega urada v Parizu. STO uvršča Francijo med izredno zanimive in perspektivne trge slovenskega turizma, zaradi česar tam načrtuje številne promocijske aktivnosti. S 1. marcem 2005 je tako v Parizu že pričel delovati slovenski informativni turistični urad, ki deluje v prostorih slovenskega nacionalnega letalskega prevoznika Adrie Airways (na naslovu: Office du tourisme de Slovénie, 38, Avenue de l'Opéra, 75002 Paris, tel.: +33 (0)1 47 42 85 55, fax.: +33 (0)1 47 42 00 67, e-mail: info.slovenia@wanadoo.fr).

Slovenski informativni turistični urad v Franciji bo skrbel za izvajanje turistično-informativne dejavnosti za javnost, za vzdrževanje stikov s predstavniki turističnega gospodarstva v državi gostiteljici (agencijami, organizatorji potovanj, prevozniki, novinarji...), ter le-te oskrboval s turistično informativnimi in propagandnimi materiali, vzdrževal redne stike s slovenskim turističnim gospodarstvom ter spremljal raziskave trga in analize turističnih trendov na francoskem trgu. Več informacij: livija.kovac@slovenia.info

Oblikovan končni predlog vzpostavitve centralnega rezervacijskega sistema za Slovenijo

Slovenska turistična organizacija (STO) je letos februarja predstavnikom Direktorata za turizem Ministrstva za gospodarstvo predstavila končni predlog vzpostavitve centralnega rezervacijskega sistema za Slovenijo (CRS).

V zadnjem času je bilo na Slovensko turistično organizacijo (STO) naslovljenih več vprašanj posameznikov, podjetij in organizacij o tem, ali je začel delovati slovenski spletni rezervacijski sistem. V javnosti je namreč prišlo do zamenjave oziroma do zavajajočih podatkov glede delovanja spletnega

mesta www.hotel.si – hotelskega spletnega rezervacijskega sistema in centralnega rezervacijskega sistema za Slovenijo (CRS). STO je 11. februarja predstavnikom Direktorata za turizem Ministrstva za gospodarstvo predstavila končni predlog vzpostavitve centralnega rezervacijskega sistema za Slovenijo (CRS). Predlog je pripravljen na podlagi preteklih aktivnosti v okviru načrtovanja CRS in pridobljenih pravnih mnenj o možnostih vzpostavitve CRS. Predstavljena rešitev predpostavlja razpis s strani Ministrstva za gospodarstvo in sicer za izbor ponudnika rezervacijskega sistema in posrednika, ki bo z rezervacijskim sistemom upravljal. Z opredeljenimi pogoji, tehničnimi in vsebinskimi zahtevami bo razpis podpiral nacionalni interes, to je omogočil vključitev v CRS vsem slovenskim turističnim namestitvam in ne le hotelom. Razpis bo predvidoma razpisan v letošnjem maju. V kolikor bo razpis uspešen, se bodo lahko prvi ponudniki v rezervacijski sistem vključili že konec leta 2005.

Vzpostavitev in delovanje CRS kot centralne rezervacijske točke in dodatnega prodajnega kanala za slovensko turistično ponudbo je podprto tudi v Programu vlade za leto 2005 in opredeljeno kot eno od prioritarnih projektov Ministrstva za gospodarstvo. Projekt CRS temelji na raziskovalnih aktivnostih, vezanih na rezervacijske sisteme, analize trga, mednarodne trende in poznavanje pravnih vidikov vzpostavitve CRS. Tako strategija vzpostavitve CRS posebej zagovarja gospodarnost in smotrnost vzpostavitve enotnega rezervacijskega sistema za Slovenijo in ne številnih posamičnih rezervacijskih sistemov. Z vključitvijo CRS na Slovenski informacijski turistični portal (STIP) se bo turistično gospodarstvo izognilo razdrobljenosti in nepreglednosti razpoložljivosti turistične ponudbe ter nepovezanosti rezervacijskih sistemov, kar povzroča zmedenost na strani uporabnikov.

V začetku marca je na spletnem mestu www.hotel.si začel poskusno delovati hotelski spletni rezervacijski sistem, ki ga je razvilo zasebno podjetje. Spletni portal je v prvi vrsti namenjen hotelom, ki tudi sicer uporabljajo hotelski rezervacijski sistem istega ponudnika. V medijih se je omenjeni rezervacijski sistem mestoma pojavljal kot »prvi slovenski spletni rezervacijski portal«, kar je do neke mere zavajajoče. Ne gre namreč za portal, ki bi združil in ponujal vse slovenske turistične kapacitete, ampak le tiste hotele, ki se bodo vanj vključili. Več informacij: livija.kovac@slovenia.info ■