

AKZONOBEL
DECORATIVE
PAINTS

HET GLOBAL
AESTHETIC CENTER
PRESENTEERT

COLOURFUTURES™ 2018



INHOUD

VOORWOORD	06-07
HET GLOBAL AESTHETIC CENTER	08-09
DE GESCHIEDENIS VAN COLOURFUTURES™	10-13
ONTMOET DE EXPERTS	14-15
TRENDS VERTALEN NAAR KLEUREN VOOR 2018	16-17
TIJDSGEEST	18-19
HOE CONSUMENTEN REAGEREN (PERSONA'S)	20-27
DE OVERKOEPELENDE TREND DE KLEUR VAN HET JAAR 2018	28-33
THE HEART WOOD HOME THE COMFORTING HOME THE INVITING HOME THE PLAYFUL HOME	34-93 KLEURTHEMA'S 2018
TRANSFORMATIE IS DE KRACHT VAN VERF	94-103
BEELDBIBLIOTHEEK	104
KLEURPALET 2018	INSERT

WELKOM

“Met trots presenteren we hierbij de 15de editie van ColourFutures™. Al 15 jaar vertelt ColourFutures™ over ons onderzoek naar wereldwijde trends en hoe we die vertalen naar verfkleuren voor thuis. Dat verhaal begint in het Global Aesthetic Center, het hart van het onderzoeksproces. Op de komende pagina’s lees je over de centrale rol die ons creatieve team speelt in het doorgronden van de tijdsgeest, zeker ook zodra het versterking krijgt van een internationaal panel van vakexperts. Je leest hoe diep we graven om te begrijpen wat consumenten verwachten van verfkleuren voor hun interieur en hoe we de Kleur van het Jaar benoemen die daaraan tegemoet komt. In dit boek delen we de vier ColourFutures™ paletten voor 2018, gecombineerd met prachtige beelden die je kunt toepassen zoals je wilt. We hopen dat je er net zo veel plezier aan beleeft als wij.”

VOORWOORD DOOR
HELEEN VAN GENT
CREATIEF DIRECTEUR VAN HET GLOBAL AESTHETIC CENTER,
AKZONOBEL





**HET GLOBAL
AESTHETIC CENTER
IN CIJFERS:**
25 JAAR GELEDEN
IN 1992 OPGERICHT
ONDERSTEUNT WERELDWIJD
80 MARKTEN
MET KLEURVOORSPELLINGEN,
ANALYSES, ONTWERP,
TEKST EN BEELD

Achter de schermen

HET GLOBAL AESTHETIC CENTER

Het AkzoNobel Global Aesthetic Center, gevestigd in Nederland, analyseert trends, doet kleuronderzoek en is verantwoordelijk voor vormgeving en art direction. Dit creatieve team - geleid door Creatief Directeur Heleen van Gent – bestaat inmiddels 25 jaar en ondersteunt consumenten in 80 markten ter wereld bij het maken van de gedroomde kleurkeuzes voor thuis.

Kleuren ontwerpen en kleurentrends voorspellen is de belangrijkste rol van het Global Aesthetic Center. Aangezien het team de consumentenbehoeften altijd een stap voor wil blijven, houdt het maatschappelijke trends, consumentengedrag en designtrends over de hele wereld goed in de gaten.

Door die inzichten stevig in de context van het dagelijks leven te laten wortelen, wordt het mogelijk de internationale markten te voorzien van geloofwaardige, feitelijke aanwijzingen, en dus ook kleurpaletten te ontwerpen die precies aansluiten bij de wensen van de consument.

Al dat werk komt samen in ColourFutures™, waarvoor jaarlijks een Kleur van het Jaar wordt benoemd met vier bijpassende paletten, gebundeld in dit ColourFutures™ boek. Zo zet het Global Aesthetic Center dus inzichten in internationale trends om in de verfkleuren die consumenten overal ter wereld inspireren. Het Global Aesthetic Center voorspelt niet alleen trends, het laat ze ook zien – in de vorm van honderden prachtig gestylede foto's die de kleuren vertalen naar woonsituaties.

Lang leve ColourFutures™ 2018

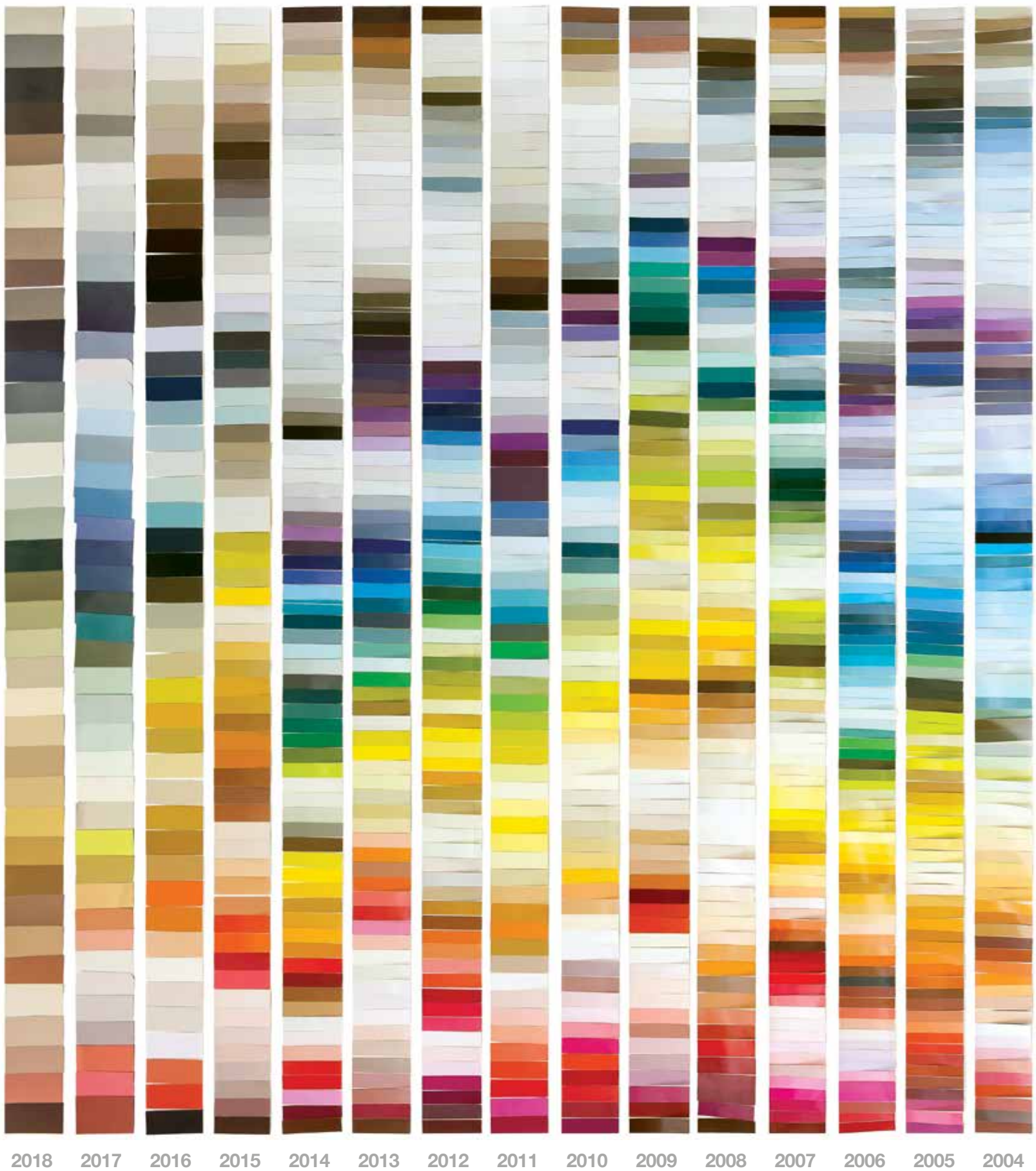
15

**JAAAR
TREND-
ONDERZOEK**

ColourFutures™ is 15. Dat betekent: 15 jaar diepteonderzoek naar sociale, economische en designtrends en 15 jaar ervaring met analyseren wat mensen verwachten van de verkleuren voor hun huis. Voor consumenten schetsen we elk jaar een beeld van hoe het dagelijks leven zich ontwikkelt, en bedenken we kleurpaletten waarmee ze interieurs kunnen transformeren tot leefruimtes die passen bij hun woonwensen. Vergeleken met 2004, toen we begonnen met ColourFutures™, ziet de wereld er heel anders uit. De razendsnelle ontwikkelingen op technologisch gebied en de impact die ze hebben op ons welzijn en onze omgeving spelen inmiddels een veel grotere rol. Door inzicht te krijgen in hoe die constante verschuivingen in het landschap doorfilteren naar het leven van de internationale consument, kunnen we garanderen dat ColourFutures™ niet alleen meegroeit met veranderende woonwensen, maar er ook op anticipeert. Ook na 15 jaar blijft AkzoNobel onverminderd investeren in onderzoek, wat alles zegt over onze toewijding om deze kleurexpertise – waarom we immers wereldwijd bekend staan – ook in de toekomst te kunnen blijven leveren.



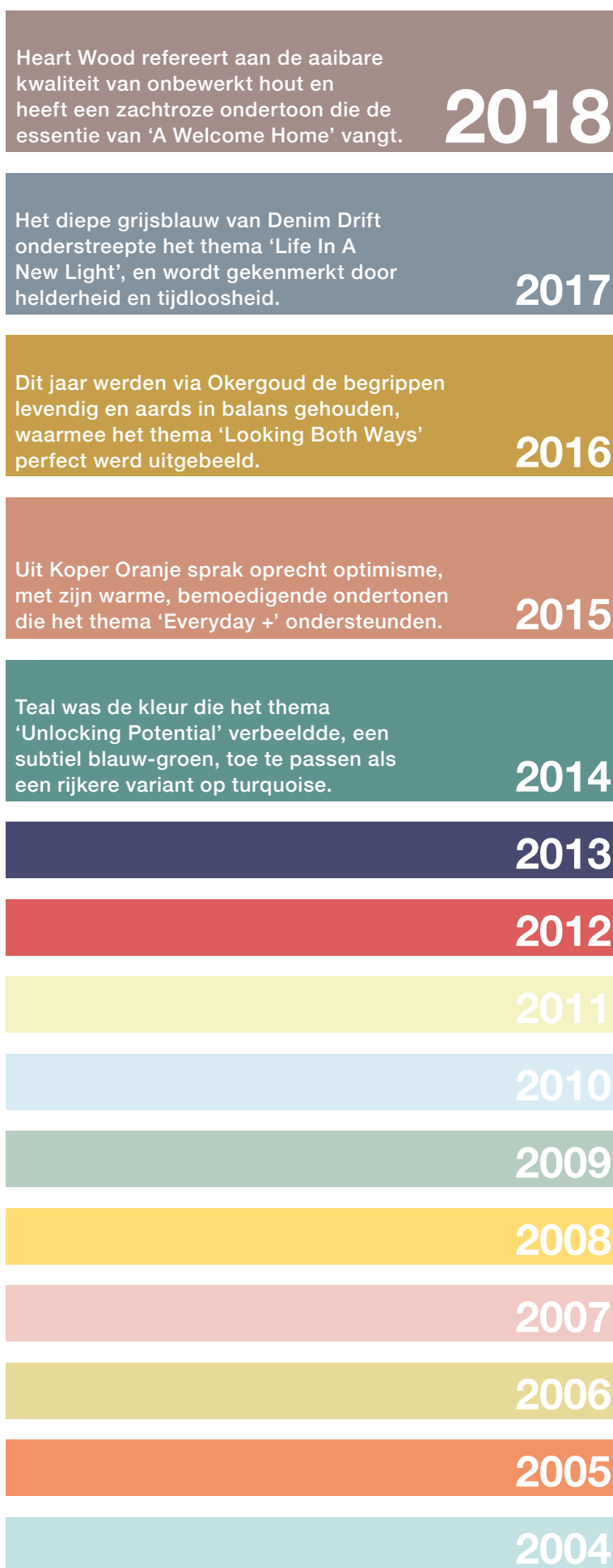
De geschiedenis van ColourFutures™



KLEURANALYSE 2004-2018
DE EVOLUTIE VAN KLEURENTRENDS IN DE LOOP VAN 15 JAAR

“Als je kijkt hoe de paletten zich over de jaren hebben ontwikkeld, kun je zien hoe de behoefte van consumenten aan bepaalde kleuren af- en toeneemt, naargelang hun visie op de wereld om hen heen. In een jaar als 2015 was er een overvloed aan warme, vrolijke oranje-, koraal- en roodtinten, waaruit een positieve kijk op de schoonheid van het dagelijks leven spreekt. Maar in 2017, waarin koelere kleuren als blauw, grijs en gebroken wit meer naar voren treden, komt het palet juist tegemoet aan een verlangen naar evenwicht en kalmte. Wat misschien niet iedereen zich realiseert, is dat de Kleuren van het Jaar die we benoemen, ook terugkomen in het hele palet van dat jaar. De kleur die we eruit laten springen, is de kleur die de stemming van het moment perfect belichaamt.”

Heleen van Gent,
Creatief Directeur van het Global Aesthetic Center, AkzoNobel



KLEUR VAN HET JAAR 2004-2018

“BINNENSHUIS IS HET MOEILIK CONTACT TE MAKEN MET BUITEN. DAARVOOR KUN JE KLEUREN, TEXTUREN EN PATRONEN UIT DE NATUUR GEBRUIKEN”

Oliver Heath



OLIVER HEATH,
UK
Biofiel en
Architectonisch
Ontwerper

Inzichten van wereldklasse

MAAK KENNIS MET DE EXPERTS

Als onderdeel van ons kleuronderzoek, dat maatgevend is binnen het vak, nodigen we ieder jaar 11 onafhankelijke experts uit in Amsterdam om samen met ons designtrends te voorspellen die zich de komende 12 maanden wereldwijd ontwikkelen. Een wisselend collectief met brede expertise, die voor 2018 uiteenliep van architectonisch en biofiel design, tot technologie en innovatie. Door dit niveau van onderzoekskwaliteit voor ons doel in te zetten, vergaart het Global Aesthetic Center een dieper begrip van de wereld om ons heen. Dat leidt ons naar de volgende stap, waarin alle ideeën worden omgezet in een beeld van wat consumenten zoeken in verfkleuren voor hun huis



CARLOTA GASPARIAN,
LATIJNS-AMERIKA
Kleurontwerper



ADRIANA PEDROSA,
LATIJNS-AMERIKA
Kleurontwerper



SAM DEVILLART,
AMERIKA
Trendwatcher



CHRISTIANE MULLER,
EUROPA
Industrieel Ontwerper



WILLEKE JONGEJAN
Ontwerper,
Global Aesthetic
Center, AkzoNobel



**ZUZANNA
SKALSKA,
OOST-EUROPA**
Directeur van de
Poolse Design
Academie



**HELEEN VAN GENT,
NEDERLAND**
Creatief Directeur,
Global Aesthetic Center,
AkzoNobel

**“MENSEN HEBBEN DE
BEHOEFTE EEN NEST TE
BOUWEN –
EEN HUIS OM IN TE
GENIETEN, TE ONTSPANNEN
EN TE SCHUILEN VOOR DE
BUITENWERELD”**

Heleen van Gent

Heleen kwam in 2009 bij het Global Aesthetic Center werken, na 20 jaar in de bladenwereld als interieurstylist en -redacteur. Na haar opleiding aan de Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten in Den Haag gaf ze enige jaren les aan de Artemis Academie in Amsterdam. Ze redigeerde meer dan 10 boeken over interieur en kleurontwerp.



MARIJN SCHENK
EUROPA/CHINA
Architect



**LATIKA KHOSLA,
INDIA/AZIË**
Designer Directeur,
Freedom Tree



**BARBARA
MARSHALL,
AZIË**
Ontwerper, Trendanalist



**CLAUDIA LIESHOUT,
GLOBAL**
Creatief Directeur,
Lifestyle Trends,
Philips

**“WE NEIGEN NAAR
ISOLATIE EN
VERSTEDELIJKING,
WAARDOOR HET
CONTACT MET DE
NATUUR VERDWIJNT”**

Claudia Lieshout

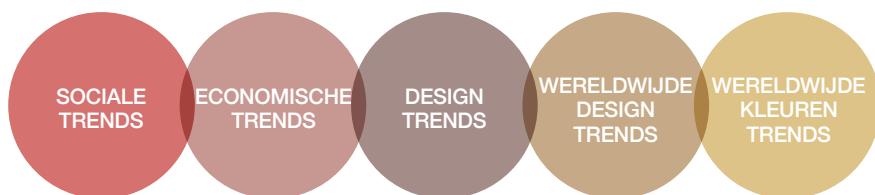


**CAMERON WOO,
ZUID-OOST AZIË**
Interieurontwerper

**“MENSEN WILLEN
GEMAK, HUN LEVEN
STROOMLIJNEN
–INSCHATTEN WAT
WE WEL EN NIET
NODIG HEBBEN”**

Cameron Woo

Verfijning van het onderzoek



TRENDS VERTALEN NAAR KLEUREN VOOR 2018

Door 11 ontwerpers en trendwatchers van over de hele wereld samen te brengen met AkzoNobels eigen kleurexperts van het Global Aesthetic Center, levert ons iets unieks op: een mix van perspectieven afkomstig uit een brede waaier van disciplines en culturen. De manier om ons ervan te verzekeren dat de trends en het overkoepelende thema - die we samen benoemen - universeel relevant zijn en de tijdgeest weergeven.

De volgende stap is dat het Global Aesthetic Center een specifieke verfkleur identificeert die het overkoepelende thema tot leven kan brengen bij de consument thuis. Bij die kleur hoort een variatie aan kleurpaletten, zodat iedereen de vrijheid heeft die kleuren naar eigen smaak toe te passen. Onze eigen kleurexperts ontwikkelen tot slot een complete bibliotheek aan ColourFutures™ beelden. Foto's die de trend weten over te brengen aan zowel professionele interieurontwerpers en architecten, als aan kleurliefhebbers in de hele wereld.





De tijdsgeest

We leven in een wereld waarin we niet weten wat het nieuws ons van dag tot dag brengt. We hebben toegang tot meer informatie en meer keuzes dan ooit tevoren; er wordt meer van ons verwacht en vaker een beroep gedaan op onze tijd. Om ons heen zien we dat de maatschappij verdeeld is. We kunnen niet langer blindelings vertrouwen op wat ooit zo vanzelfsprekend leek.

We leven in onvoorspelbare tijden.



24/7

TECHNOLOGIE/
DATA-OPSLAG
/SOCIAL MEDIA/
ALGORITMES/A.I.
/BEVEILIGINGS-
CAMERA'S
/NEPNIEUWS/
INFORMATIE-
MOEHEID

Hoe consumenten reageren

Om ons te helpen te begrijpen hoe verschillende types consumenten reageren op de huidige onvoorspelbaarheid in de wereld, hebben we drie archetypen in het leven geroepen.

PERSONA #1

WARM- HARTIG

OP KWALITEIT GERICHT

CONSCIËNTIEUS

BEDACHTZAAM

GEAARD

ONDERDAK / Warmhartigen reageren op de onvoorspelbare buitenwereld door zich terug te trekken in hun eigen huis. Aan het comfort van hun huis onttelen ze de kracht om tot zichzelf te komen.

Thuis betekent voor Warmhartigen een veilige, geruststellende plek – de plek waar ze de wereld kunnen buitensluiten; waar ze hun evenwicht hervinden.

TECHNOLOGIE / Technologie wordt minimaal en zo eenvoudig mogelijk gebruikt. Warmhartigen kijken de kat graag uit de boom en dat geldt ook voor de laatste snufjes. Veiligheid gaat boven innovatie. Thuis gebruiken ze wel alle technologie van het moment, van tablets tot laptops tot smartphones, maar vooral om op de hoogte te blijven van het nieuws, om met vrienden en familie in contact te blijven en om online prijzen te vergelijken voordat ze een grote aankoop doen.

NATUUR / De Warmhartige heeft een gezond ontzag voor de natuur en brengt buiten vooral

naar binnen in de vorm van potplanten, micro-plantjes in een terrarium of bekledingsstoffen met plantendessins. De natuur speelt een beperkte, gecontroleerde rol.

RELATIES / Wat relaties betreft, gaat kwaliteit boven kwantiteit. Warmhartigen koesteren jarenlange vriendschappen met mensen die ze nog kennen van school of die ze in de eerste jaren van hun werkzame leven hebben ontmoet. Samen iets gaan doen hoeft niks bijzonders te zijn, als het maar zinvol is, met een select groepje vrienden die op dezelfde manier tegen de wereld aankijken.

ETEN / Eten doe je voor je gezondheid en je plezier. Boodschappen worden gedaan bij kleine buurtwinkels, op de markt en bij verantwoorde winkels. Dit personage onderschrijft het idee van Slow Food en gebruikt alleen de beste, eenvoudige ingrediënten.

INTERIEUR / Vorm en functie zijn beide even belangrijk in het riante huis van Warmhartigen,

waar schoonheid en nut hand in hand gaan. Ze hebben een voorkeur voor prettig aanvoelend hardhout en tactiele stoffen als fluweel en leer, die ze iets extra's geven met metaalaccenten. Ze investeren graag in mid-century designstukken en bezoeken geregeld woonbeurzen en veilingen.

WERK / Een baan is voor het leven, wat Warmhartigen betreft. Daarom kiezen ze een beroep met zekerheid – een regelmatig inkomen en overzichtelijke carrière in vaste dienst, binnen een vak dat minder gevoelig is voor technologische vernieuwing en maatschappelijke ontwikkelingen. Ze bewaken de balans tussen leven en werken door die twee gescheiden te houden en trekken bewust om vijf uur de deur achter zich dicht.

VERVOER / De Warmhartige denkt lang na over de juiste auto. Die moet van een beter merk zijn, liefst met leren bekleding en alles erop en eraan wat hij of zij zich maar kan veroorloven. Ook het interieur van dit voertuig voelt namelijk als een eigen plek.





men
rengge
word
doorga
schak
band, M
aan re
ingen k
vellen

Hoe consumenten reageren

PERSONA #2

RUIIM-
HARTIG

OMARMEND
OPTIMISTISCH
SAMENWERKEND
BEHEERST

ONDERDAK / In onzekere tijden is het huis van de Ruimhartige de plek waar vrienden en familie samenkomen om elkaar te zien. Samen zijn heeft iets troostrijks en dit personage komt nu eenmaal het best tot zichzelf in gezelschap. Het liefst op een dierbare plek waar fijne herinneringen kunnen worden gedeeld.

TECHNOLOGIE / Technologie wordt gebruikt om mensen samen te brengen en binnenshuis te halen. Daar gebruiken ze de nieuwste gadgets om populaire films voor het hele gezin te streamen, naar muziek te luisteren of te FacTime of Skype met verre familie. Maar samen zijn betekent soms ook: telefoons en tablets uit. Er wordt paal en perk gesteld aan hoe lang kinderen mogen gamen.

NATUUR / De Ruimhartige heeft buiten een moestuin(tje) en binnen potten met kruiden staan, waaruit regelmatig wordt geput voor recepten. De scheidslijn tussen binnen en buiten is vaag, zeker als de schuifpui opengaat om een

doorlopende binnen-buitenruimte te creëren. De bloemen op tafel zijn door het bezoek meegebracht of door de kinderen geplukt, onderweg naar huis van school.

RELATIES / In een tijd waarin alles onvoorspelbaar lijkt, worden relaties extra belangrijk. Binnen het gezin gaan de verschillende generaties op gelijke voet met elkaar om. Daarbuiten worden makkelijk vriendschappen gesloten. Iedereen is welkom bij de Ruimhartige thuis.

ETEN / Overvloed is het thema tijdens de maaltijden bij de Ruimhartige. Schotels om te delen gaan rond en aangezien die makkelijk aan te vullen zijn, is er altijd ruimte voor een extra bord op tafel. Gerechten zijn voedzaam en recepten worden aangepast aan wat er in het seizoen is, wat er nog in de kast stond of wie er die avond te gast is.

INTERIEUR / Een grote, open woonruimte is het idee achter het ruime huis van Ruimhartigen.

Die verdelen ze in leefzones, door middel van uiteenlopende kleurschema's en verftinten. Zachte, maar stevige natuurlijke stoffen komen terug in iedere kamer, met katoenen plaids over weggroepbanken en linnen lopers op lange kantinetafels. De hoge ramen laten zo veel mogelijk licht binnen, en hoewel je kunt zien dat er geleefd wordt, voelt de woonkamer lekker ruimtelijk.

WERK / Ruimhartigen werken net zo goed voor hun plezier als voor het geld. Ze werken graag binnen een team en wisselen regelmatig van baan of functie, op zoek naar de afwisseling en uitdaging die hoort bij een nieuwe omgeving en nieuwe collega's.

VERVOER / Ruimhartigen kun je uittekenen in een SUV, het liefst zo'n flexibele met stoelen die je weg kunt klappen of eruit kunt halen. Zo past het hele gezin en een half voetbalteam (en de hond) erin voor korte of lange afstanden, terwijl iedereen meezingt met de muziek.

Hoe consumenten reageren

PERSONA #3

LUCHT- HARTIG

NIEUWSGIERIG
AVONTUURLIJK

KALM
FLEXIBEL

ONDERDAK / De Luchthartige reageert op onvoorspelbare tijden door de blik naar buiten te richten in plaats van zich op te sluiten. Voor Luchthartigen is een huis een platform voor creatieve ideeën en toekomstplannen. Dat huis versterkt hun vertrouwen in hun veerkracht om welke onvoorspelbaarheid dan ook het hoofd te bieden.

TECHNOLOGIE / Het zijn typische early adopters, die als eerste een nieuw apparaat, app of software zullen proberen. Hun operating systems zijn aangepast aan hun persoonlijke wensen en technologie is naadloos in hun huis weggewerkt, waarbij alle systemen verbonden zijn en van afstand te bedienen. De Luchthartige maakt zich niet zo druk om privacy en richt de aandacht liever op vooruitgang, gebruiksgemak en ervaringen.

NATUUR / Doordat ze relatief veel tijd buitenshuis spenderen, nemen Luchthartigen de energie van de buitenwereld ook weer mee naar

huis. Ze hebben geen stijve, formele kamerplanten, maar welig tierende groeisel die weinig onderhoud vergen en zich over planken en vrijstaande boekenkasten mogen uitspreiden.

RELATIES / De open levenshouding van Luchthartigen maakt dat hun vriendschappen zich uitstrekken over diverse culturen en afkomsten. Hun relaties worden niet beperkt door strikte scheidslijnen als geslacht, geloof of seksualiteit. Ze ontmoeten veel nieuwe mensen online.

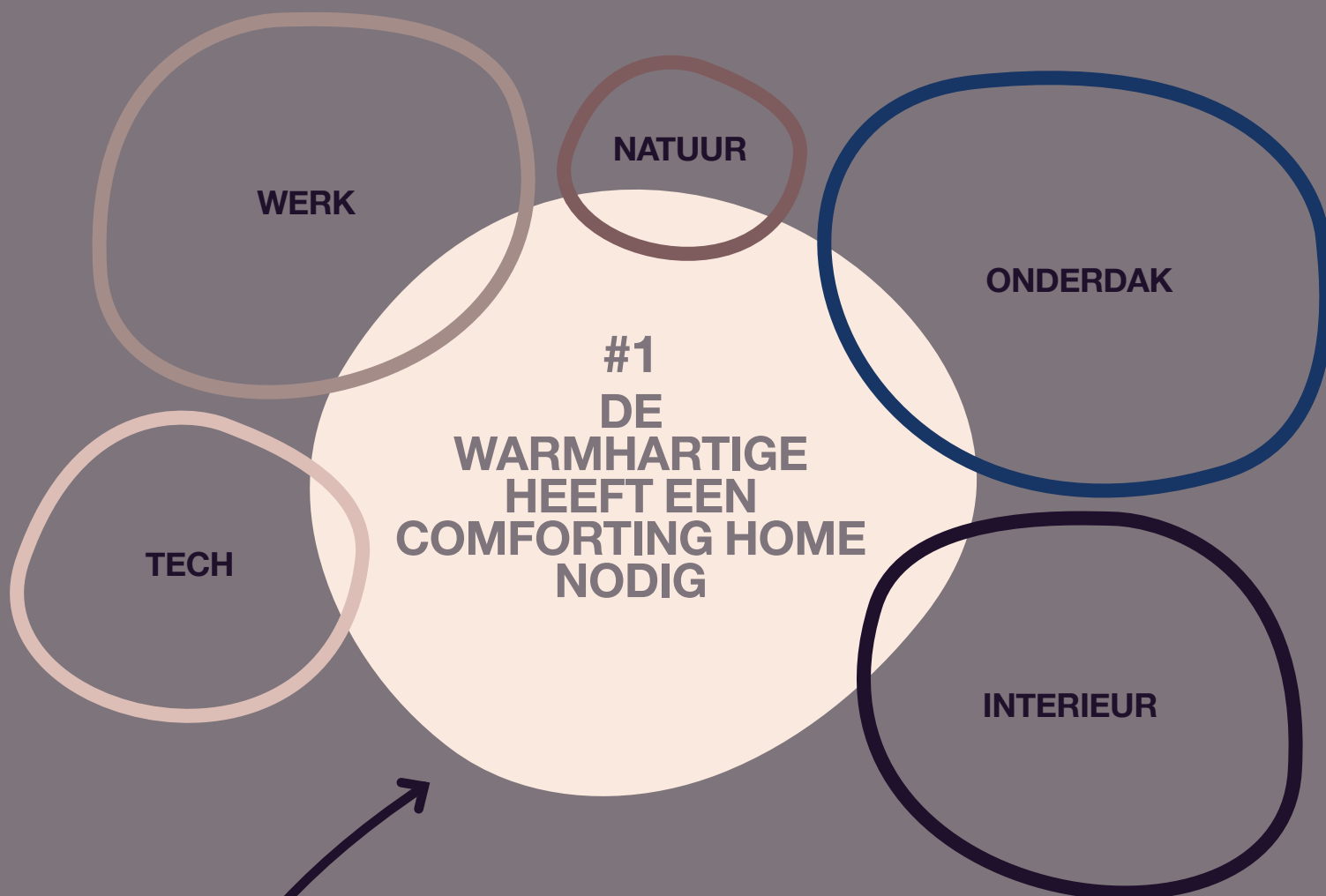
ETEN / Gemak gaat voor alles, zodra het etenstijd is. Luchthartigen kopen ingrediënten en boodschappen bij kleinere supermarkten onderweg naar hun volgende afspraak, of kiezen voor afhaalmaaltijden, iets bij een foodtruck of kraampje. Als de Luchthartige toch kookt, staat het experiment voorop. Ze proberen dan bijvoorbeeld een gerecht dat ze tijdens hun laatste avontuur hebben opgepikt.

INTERIEUR / Hun compacte woonplek is multifunctioneel en geeft energie. Ruimtebesparende oplossingen zorgen ervoor dat alles zijn plek heeft, van de fixie aan de muur tot een klaptafel die dubbelvouwt als bureau. Texturen zijn natuurlijk en onopvallend; dessins vrolijk en ongecompliceerd. Luchthartigen vinden hun wooninspiratie online en via social media. Ze delen ook graag hun eigen designhacks.

WERK / De grens tussen werk en vrije tijd bestaat allang niet meer voor Luchthartigen en doordat ze gewend zijn onderweg te werken, kunnen ze het overal, van een koffietentje tot een tijdelijk kantoor. Vaak hebben ze meerdere carrières tegelijk. Dankzij hun veelzijdigheid kunnen ze inspiratie en motivatie vinden in een brede keuze aan banen en sectoren.

VERVOER / De fiets is de logische keuze voor de Luchthartige. Zonnebril op indien nodig, fiets mee en gaan. En is het echt te ver om te fietsen, dan kiezen ze voor het openbaar vervoer.





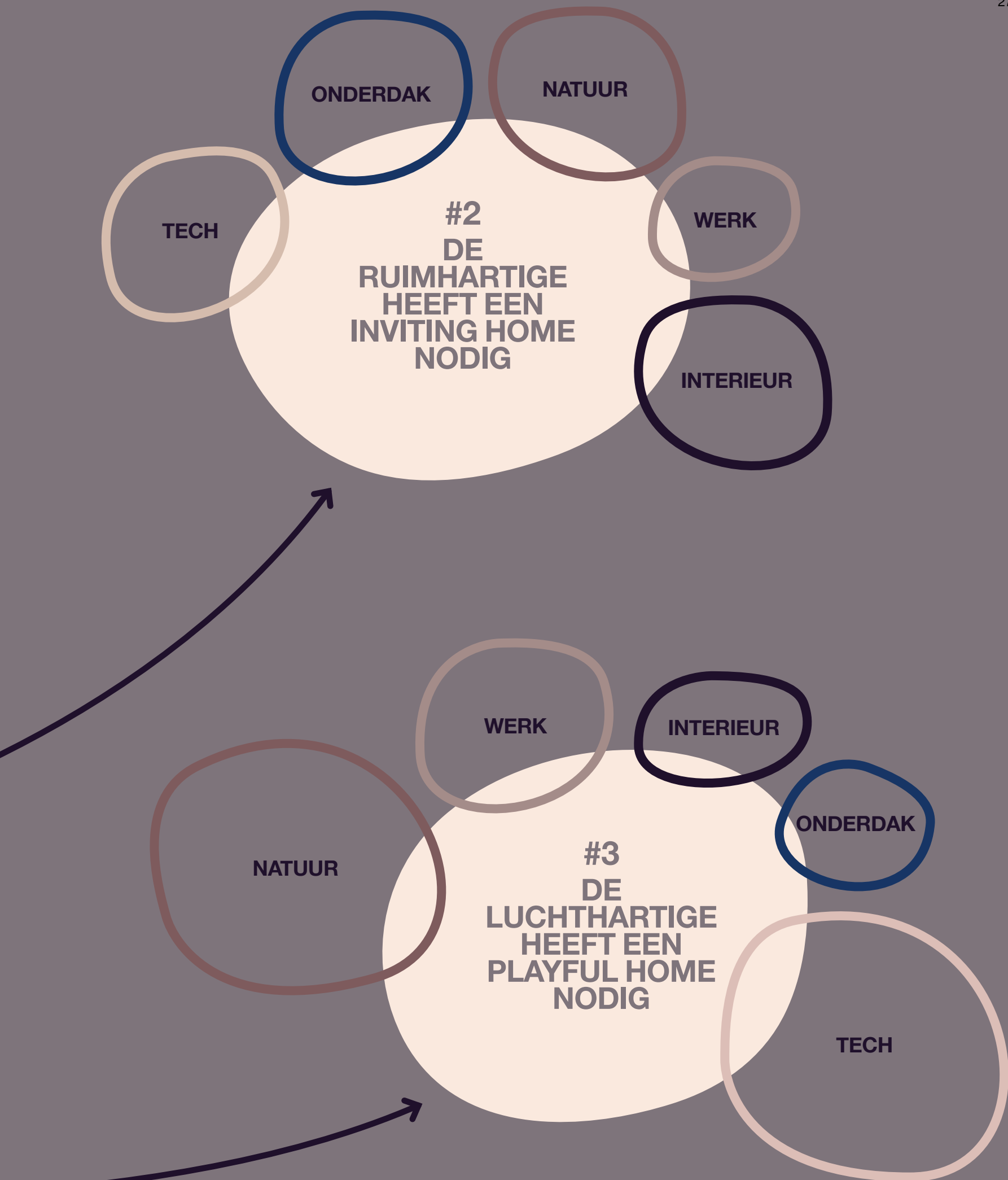
DRIE PERSONA'S

We gaan allemaal anders om met onvoorspelbaarheid. De reacties van consumenten kunnen van dag tot dag verschillen.

Voor het Warmhartige type is een huis een geruststellende plek waar kalmte heerst, waar technologie minder belangrijk is en de natuur ook geen hoofdrol speelt. Een huis is pas een thuis als het je omarmt, koestert.

Voor Ruimhartigen zijn huis, technologie en natuur even belangrijk als het erom gaat de balans te bewaken in onzekere tijden. Het huis is een uitnodigende plek waar iedereen welkom is.

Luchthartigen, tot slot, vinden troost in de natuur, en daarnaast in technologie. Hoe ze wonen, is iets minder belangrijk. Een huis is een plek om in te spelen.



FLEXIBILITEIT IS DE SLEUTEL IN DEZE PERSONA'S. Een consument kan veranderen tussen personages, afhankelijk van de dag of de kamer in hun huis. Eén persona wil misschien een Warmhartige slaapkamer en een Ruimhartige woonkamer.

Van inzicht naar thema

WAT
WE
NODIG
HEBBEN

Het leven gaat steeds sneller; het is hoog tijd om op 'Pauze' te drukken. We worden in steeds meer conversaties betrokken en moeten onszelf daarom een stapje terug gunnen. Ons huis moet een plek zijn waar we de ruis buiten kunnen sluiten, waar we aandacht kunnen besteden aan wat belangrijk is, waar we opnieuw kunnen laden. Iets waar we allemaal naar uit kunnen kijken...

A WELCOME HOME

Zodra we de deur achter ons dichtdoen, stappen we een plek binnen die echt van ons is. Waar onze geliefde mensen en dierbare bezittingen allemaal op hun plaats zijn. Waar we nieuwe energie opdoen. We de kwaliteit waarderen van de dingen waarmee we ons omringen. We ruimte maken voor het lichte, veilige en geruststellende. We verder dromen en dieper ademen.

The ColourFutures™ 2018 sfeer van het moment:

A WELCOME



HOME



HEART

WOOD

KLEUR VAN HET JAAR 2018

B5.05.52





THE HEART WOOD HOME



THE HEART WOOD HOME

C9.06.21

D5.06.68

W9.10.13

B1.08.37

C2.06.68

B5.05.52



‘The Heart Wood Home’ is een welkom thuis. Waar je je onmiddellijk op je gemak voelt te midden van de zachte grijsroze tonen van de kleur Heart Wood. Associaties met de warmte van hout en het aabare karakter van leer dragen nog bij aan een gevoel van harmonie. Hier sta je in contact met de natuur en ervaar je tegelijkertijd dat veilige thuisgevoel. Overdaad is overbodig, alles wat je nodig hebt is aanwezig; het klopt allemaal. Stoffen met verfijnde texturen bieden een subtiel contrast aan glad marmer en koper, en veelgebruikte meubels prijken naast nieuwe items met geometrische vormen. Het Heart Wood palet is een afspiegeling van deze veelzijdigheid, waarbij zacht cacaobruin overvloeit in krachtig inktblauw en paars.

**“DE VEELZIJDIGHEID
VAN HET HEART WOOD
HOME PALET GEEFT
CONSUMENTEN
DE VRIJHEID
OM ZACHTE TINTEN
AF TE ZETTEN TEGEN
DONKERE, KRACHTIGE
KLEUREN”**

Heleen van Gent

D2.11.43

YN.02.45

B5.05.52

BN.02.82







**“ROZE BLIJFT EEN POPULAIRE KEUZE BINNEN HET
COMMERCIELE DESIGN. VIA HEART WOOD MAKEN
WE DIE KLEUR HEEL TOEPASBAAR VOOR THUIS”**

Heleen van Gent



BN.02.82

D2.11.43

B5.05.52







**“ALS JE HET COMBINEERT MET PAARS
EN ZACHTER ROZE, ZORGT HEART WOOD
VOOR EEN RUSTGEVENDE SFEER
WAAR JE HELEMAAL VAN OPKNAPT”**

Heleen van Gent







**“MATERIALEN ALS GEBORSTELD KOPER
EN ZWART LEER VERSTERKEN DE
WARMTE ONDERTOON VAN HEART WOOD”**

Heleen van Gent

PALET 1: THE HEART WOOD HOME

YN.02.45



C9.06.21



T9.26.21



W9.10.13



KLEUR VAN HET JAAR
B5.05.52



B1.08.37



D5.06.68



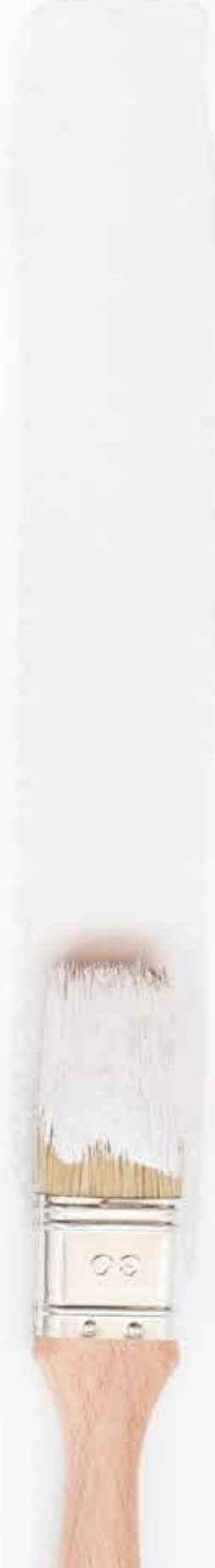
D2.11.43



C2.06.68



BN.02.82







THE COMFORTING HOME



THE COMFORTING HOME

B5.05.52

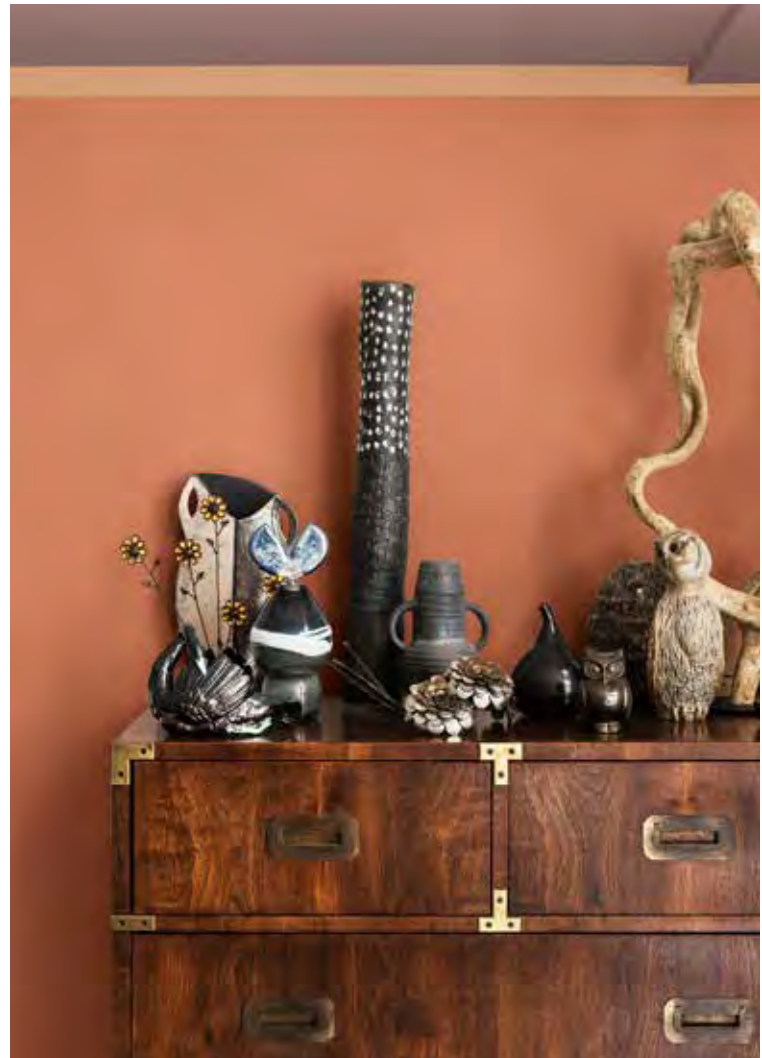
E5.37.44

E0.03.72

D8.24.44



Dit is een plek waar je je terugtrekt en het geluid buitensluit; je veilige haven, je schuilplek waar je de balans terugvindt. In 'The Comforting Home' komen warme houtsoorten, leer, zijde en fluweel samen in een ruimte die je wilt aanraken en waarin je wilt wegzinken. Je voelt je gekoesterd in een luxueuze, uitnodigende omgeving met warme kleuren als terracotta en een rijkdom aan materialen. Veel is met de hand gemaakt en alles vraagt erom aangeraakt te worden. Het bijpassende palet maakt er een plek van waar je kunt cocoonen en tot jezelf komen. Warme aardetinten maken het comfortabel; kleitinten en warmroze zorgen voor kalmte.





**“IN THE COMFORTING HOME ZIE JE OOG VOOR DETAIL,
WAAR IEDERE KLEUR EEN ROL SPEELT OM DE
ARCHITECTUUR VAN HET HUIS TE VERSTERKEN”**

Heleen van Gent



**“EEN KNIPOOG NAAR HET KLASSIEKE ZORGT
SAMEN MET NATUURLIJKE MATERIALEN EN WARM
HOUT VOOR EEN RELAXTE, VOLWASSEN LUXE”**

Heleen van Gent



B5.05.52

E5.37.44

E0.03.72







F1.11.72

B7.10.59

B5.05.52

E5.37.44



PALET 2: THE COMFORTING HOME

F1.11.72



E5.37.44



E2.17.58



D8.24.44



D0.31.44



B7.10.59



B7.25.50



KLEUR VAN HET JAAR
B5.05.52



E0.03.72



C0.23.18







THE INVITING HOME



THE INVITING HOME



‘The Inviting Home’ kan zowel een onderkomen zijn om samen in weg te kruipen, als een warm nest om in op te groeien en een logeerplek waar je mooie herinneringen aan overhoudt. Comfort en gemak staan voorop in ‘The Inviting Home’. Op de megabank past het hele gezin. De eettafel is de plek waar mensen aanschuiven om gezellig bij elkaar te zitten. Het daglicht stroomt gul binnen en de stoffen die je aanraakt zijn van katoen of linnen. De stijl is nonchalant en functioneel. Het palet van ‘The Inviting Home’ is ideaal voor mensen die zich willen omringen met wat belangrijk voor ze is. Koele tinten blauw zorgen voor een heldere kijk op het leven en vriendelijke natureltinten en zeegroen ondersteunen de behoefte aan verbinding.





T5.06.44

B5.06.52

QN.02.82



**“THE INVITING HOME ZIT VOL
MAKKELIJK TOE TE PASSEN KLEUREN.
GROTE VLAKKEN ZEEGROEN
DIE PER KAMER NET IETS ANDERS ZIJN”**

Heleen van Gent



T3.04.12

B5.05.52

N1.06.61

N1.06.61

B5.05.52



S2.13.39



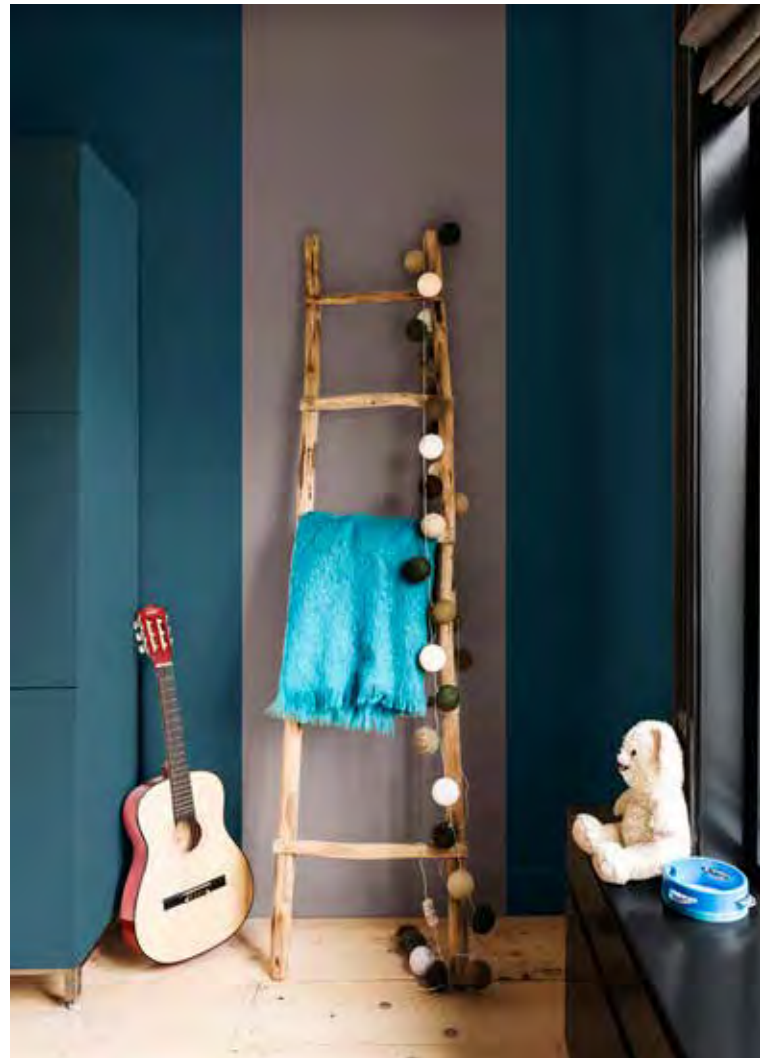




Tegenoverliggende pagina: The Valley © MVRDV

N1.06.01

T3.04.12





**“ZACHTERE PASTELTINTEN ZIJN
AFGEBAKEND MET GRAFISCHE STREPEN
ANTRACIET EN DONKERBLAUW”**

Heleen van Gent

PALET 3: THE INVITING HOME

T3.04.12



T5.06.44



S2.13.39



S2.07.58



KLEUR VAN HET JAAR
B5.05.52



CN.00.70



N1.06.61



Q5.04.72



QN.02.82



F6.06.69





THE PLAYFUL HOME



THE PLAYFUL HOME



In 'The Playful Home' kun je opladen, nieuwe dingen bedenken en wegdromen. Het is vooral een ruimte waar je inspiratie krijgt. Bijvoorbeeld van favoriete bands, schrijvers of kunstenaars. Het is ook een toplek om vrienden over de vloer te krijgen die net zo denken als jij. Een lanceerplatform. Die vibe maak je tastbaar via verrassend gekleurde focuspunten en planten aan de muur. Het is hier klein maar fijn door het goede ontwerp. Met het palet voor 'The Playful Home' maak je er een plek van waar het leven vanaf spat en waar je energie van krijgt. Groen met een gele ondertoon en goud zetten je brein aan het werk en voeden de creativiteit.

M4.28.19

B5.05.52

F6.35.68

F3.20.67

H1.16.58

H1.11.70

E7.15.62

F1.34.58

F8.07.83

G5.19.40



B5.05.52

G5.19.40

H1.16.58

H1.11.70



**“IN THE PLAYFUL HOME ZORGEN SPETTERS
KLEUR VOOR HUMOR EN ENERGIE,
SAMEN MET NATUURLIJKE GROENTINTEN”**

Heleen van Gent













**“MET SLIM KLEURGEBRUIK KUN JE OOK
EEN KLEIN HUIS IN ZONES VERDELEN.
ZELFGETEKENDE VORMEN GEVEN HET IETS EXTRA'S”**

Heleen van Gent

F1.34.88

F8.07.83

B5.05.52

H1.11.70

F6.35.68

PALET 4: THE PLAYFUL HOME

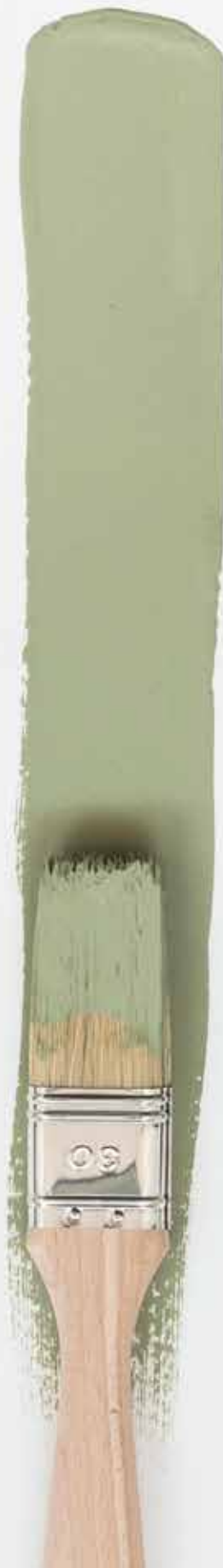
M4.28.19



H1.11.70



H1.16.58



G5.19.40



KLEUR VAN HET JAAR
B5.05.52



E7.15.62



F1.34.58



F6.35.68



F8.07.83



F3.20.67



TRANSFORMATIE IS DE KRACHT VAN VERF

ÉÉN WOONKAMER, VIER PALETTEN

Woonkamerinspiratie is overal ter wereld een populaire zoekterm. Deze foto's illustreren hoe een kleur een woonkamer totaal kan veranderen, uitgedrukt via de verschillende paletten. Het verhaal achter deze interieurs is op verschillende manieren te vertellen. Ze zijn bijvoorbeeld per palet te groeperen, en te lezen als '3 voorbeelden van een heerlijke leefruimte', met beelden uit de serie van 'The Comforting Home'. Voor- en nabeelden zijn ook beschikbaar.

VOOR



THE HEART WOOD HOME



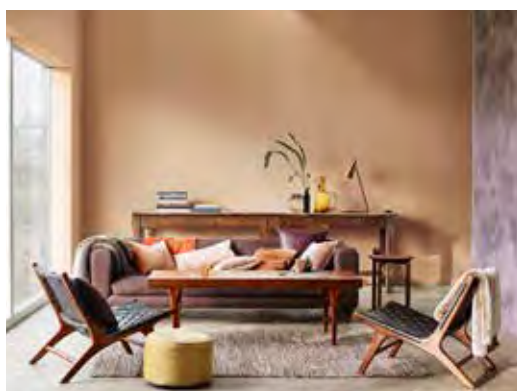
WIJ HEBBEN
VERSCHILLENDE
TOOLS OM TE LATEN
ZIEN HOE KLEUR
INTERIEURS KAN
TRANSFORMEREN.



THE COMFORTING HOME ▾

THE INVITING HOME ▾

THE PLAYFUL HOME ▾



TRANSFORMATIE IS DE KRACHT VAN VERF

ÉÉN SLAAPKAMER, VIER PALETTEN

Met de meest gebruikte zoektermen in het achterhoofd hebben we beelden gecreëerd die daarbij aansluiten. Door de ruime keuze aan beeldmateriaal is een verhaal over kleurgebruik in slaapkamers op verschillende manieren in te vullen. Een simpele combinatie van voor- en nabebelden laat bijvoorbeeld heel duidelijk zien wat de impact is van de ColourFutures™ 2018 paletten, terwijl beelden van dezelfde slaapkamer in verschillende paletten aangeeft hoe consumenten zelf kleuren kunnen toepassen om de look te krijgen die ze voor ogen staat.

VOOR



THE HEART WOOD HOME



TOOL 1
SIKKENS 5051 COLOR CONCEPT



Dé kleurenwaaier voor de professionele Sikkens gebruiker!
2079 kleuren op kleur gerangschikt, met daarin natuurlijk ook alle kleuren van ColourFutures™ 2018



THE COMFORTING HOME ▾

THE INVITING HOME ▾

THE PLAYFUL HOME ▾

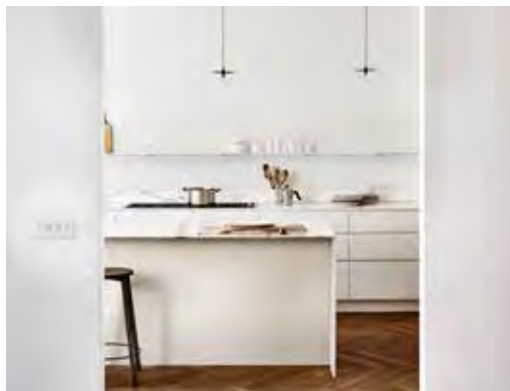


TRANSFORMATIE IS DE KRACHT VAN VERF

ÉÉN KEUKEN, VIER PALETTEN

Aangezien consumenten internationaal vaak online zoeken naar kleurideeën en inspiratie voor hun keuken, hebben we ook daaraan een serie foto's gewijd, waarmee redacteurs (online) hun verhaal kunnen illustreren. Dankzij de brede benadering zijn er tal van verhalen mogelijk. De beelden kunnen bijvoorbeeld worden gegroepeerd als 'Een keuken, 4 keer anders', of per palet als '3 ideeën voor een woonkeuken', met de bijpassende beelden van 'The Playful Home'.

VOOR



THE HEART WOOD HOME



TOOL 2
SIKKENS VISUALIZER APP



De snelste manier om live te zien hoe onze verf muren kan transformeren in elke gewenste kleur.
Voor meer informatie: www.sikkens.nl



THE COMFORTING HOME ▼

THE INVITING HOME ▼

THE PLAYFUL HOME ▼



TRANSFORMATIE IS DE KRACHT VAN VERF

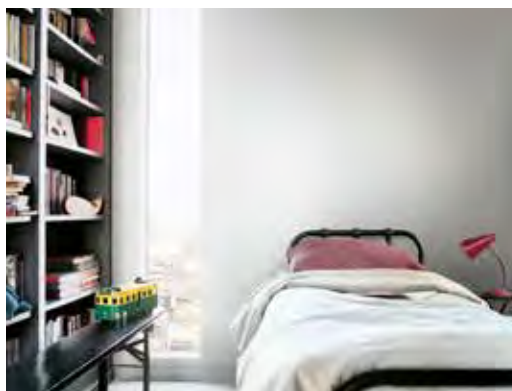
ÉÉN KINDERKAMER, VIER PALETTEN

Consumenten zoeken op internet regelmatig naar inspiratie voor kinderkamers. Reden waarom we een uitgebreide serie foto's hebben gemaakt van kinderkamers, speciaal voor online woonredacteurs. De beelden kunnen worden ingedeeld naar palet om een variatie aan kinderkamers in vergelijkbare stijl te laten zien ('3 ideeën voor een rustige kinderkamer'). Het is ook mogelijk dezelfde kamer in alle paletten van ColourFutures™ 2018 te tonen, bijvoorbeeld met als invalshoek 'Thema-muren waar kinderen weg van zijn'.

VOOR



THE HEART WOOD HOME



TOOL 3
SIKKENS SAMPLE SERVICE



Een gemakkelijke manier om een kleur op een A5 staal beter te bekijken voordat u een definitieve beslissing neemt. Bestel Sikkens kleurstalen via www.sikkenssamples.com.



THE COMFORTING HOME ▼



THE INVITING HOME ▼



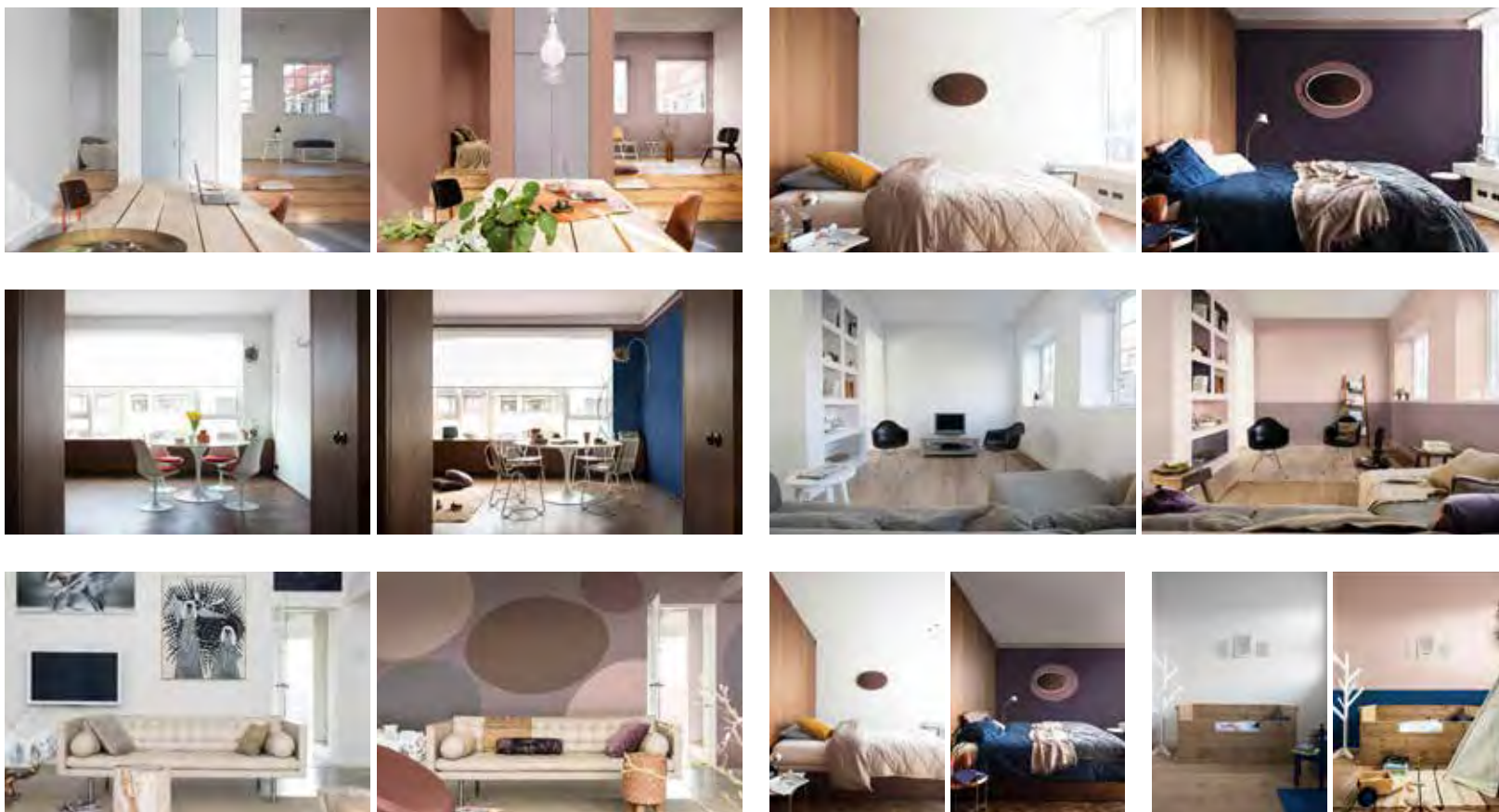
THE PLAYFUL HOME ▼



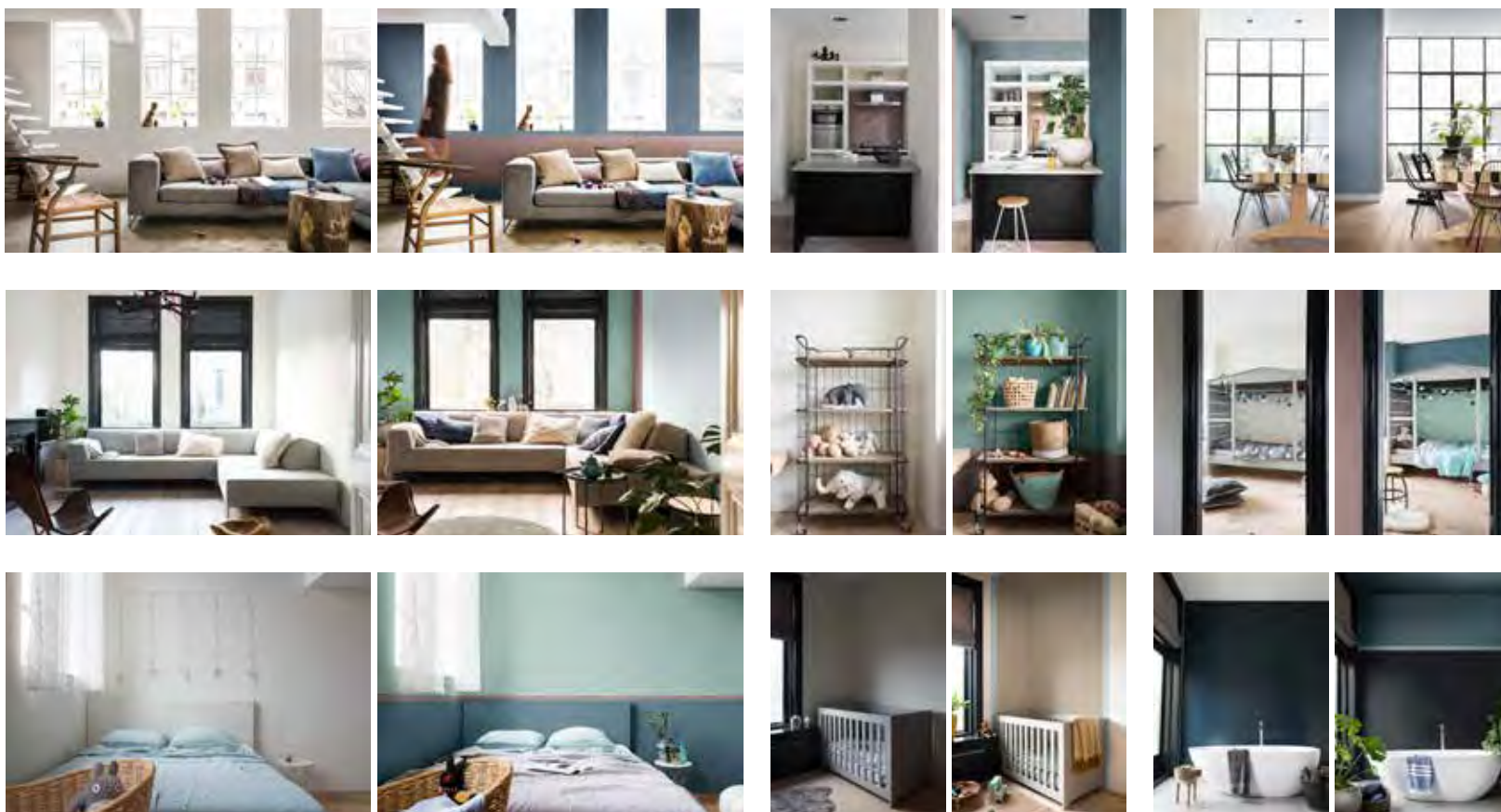
TRANSFORMATIE IS DE KRACHT VAN VERF

Om te laten zien welke mogelijkheden er zijn om een huis te transformeren, zijn de volgende beelden beschikbaar in de ColourFutures™ 2018 beeldbibliotheek:

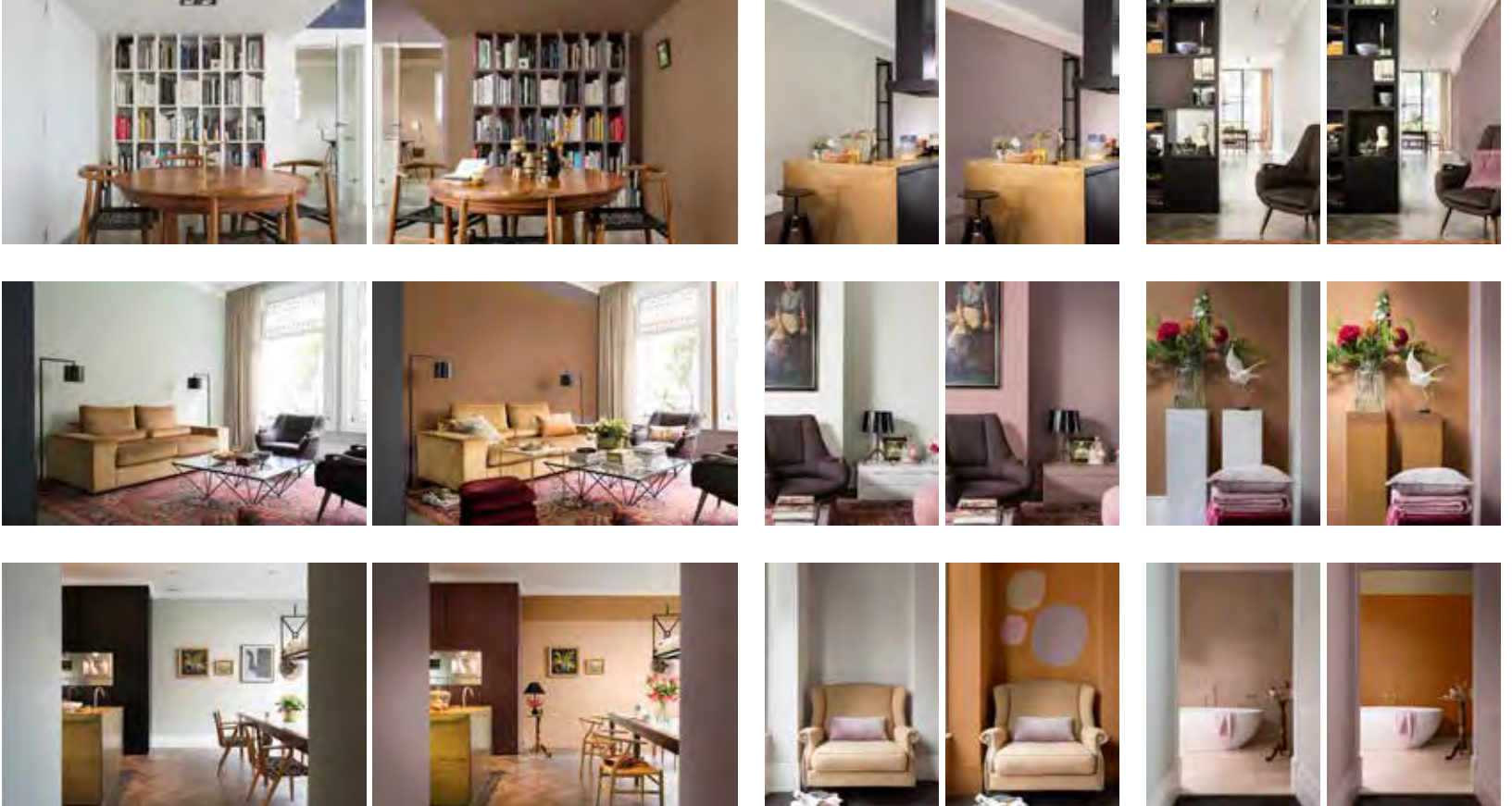
THE HEART WOOD HOME



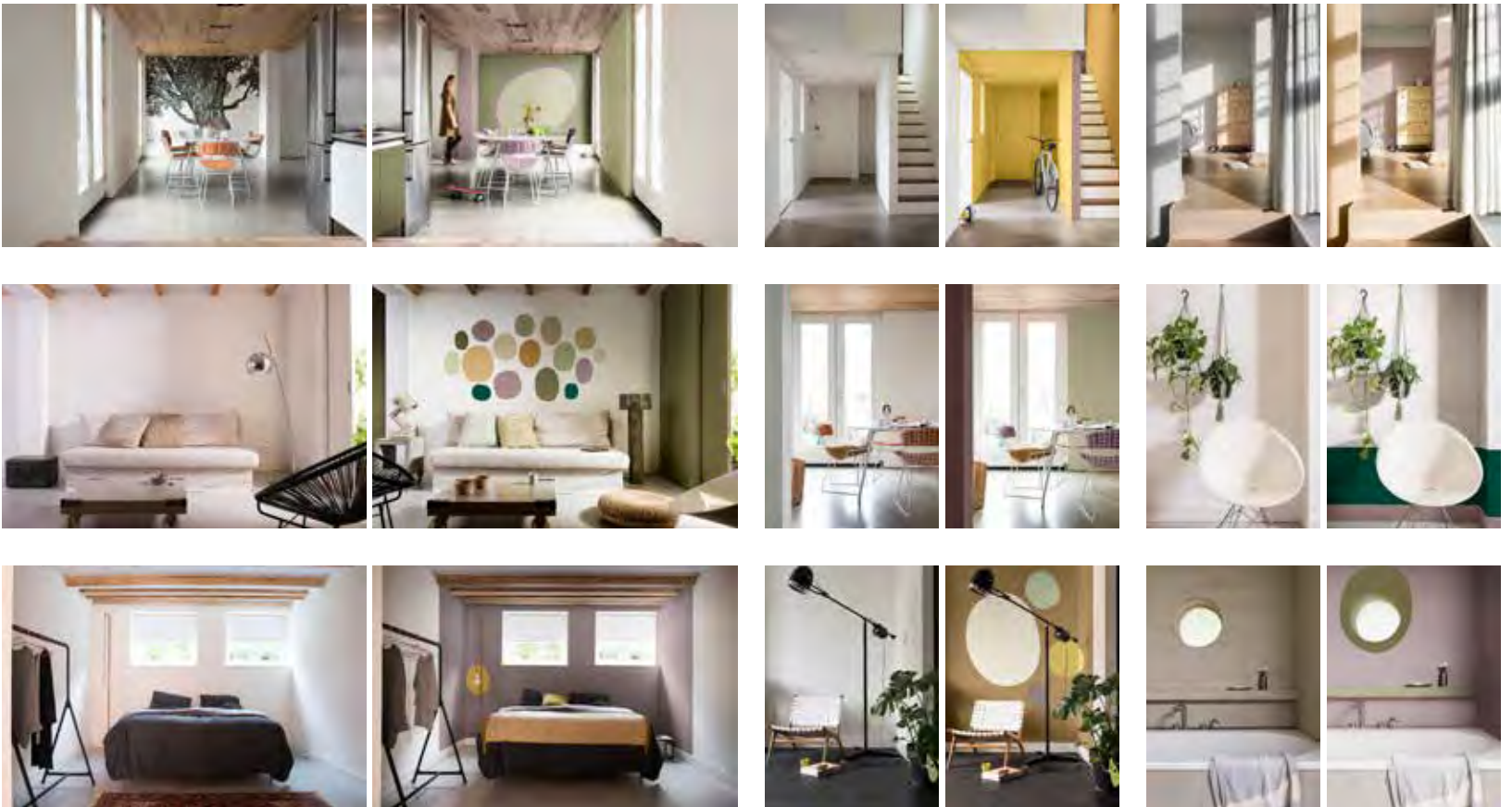
THE INVITING HOME



THE COMFORTING HOME



THE PLAYFUL HOME

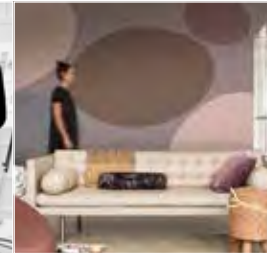


BEELDBIBLIOTHEEK

COVER



P04-33



P34-49

