

*PRESSMEDDELANDE*

18 januari, 2012

**Rött värmer våra hjärtan under 2012**

**Årets kulör 2012 är rodnande, livligt, saftigt röd och heter Juicy Red. Den är kryddig och förförisk. Varje år tar AkzoNobel/Nordsjö, världens största färgtillverkare, fram en ny kulör med underliggande koncept och trender. Årets koncept följer känslolägena från de senaste åren. Med utgångspunkt från förra årets koncept *uppskattning* till årets dominerande begrepp *möjlighet* är steget inte långt.**

Med det nya begreppet sporras vi att utforska *nya möjligheter* utanför vår välbekanta värld - både den fysiska och den imaginära världen inom oss - och upptäcka att dessa världar fortfarande har så mycket att erbjuda oss. De bleka kulörerna, som dominerat de senaste två åren, har växt sig mer självsäkra och robusta för att värma våra hjärtan under 2012.  
  
**Kärlek, makt och festligheter**  
2012 års kulör, Juicy Red, är full av optimism. En röd vägg eller målade röda detaljer i en inredning ger en riktig vitamininjektion. Röd kulör har hög status och har många olika betydelser i hela världen. I Kina associeras den med ett lyckligt öde. I Indien betyder röd kulör äktenskaplig lycka och insiktsfullhet. I många västerländska kulturer symboliserar röd färg: kärlek, makt och festligheter. Vuxna beundrar dem som vågar klä sig i rött offentligt. Rött är dessutom det perfekta verktyget för att visualisera värderingar och åsikter. Eftersom vi inte kan ignorera röd färg, är röd den kulör som oftast används för att signalera fara.  
  
**AkzoNobel/Nordsjö ger människor ett färgstarkt liv**  
AkzoNobel samlar varje år en internationell grupp av kreativa experter från olika delar av världen med olika kulturella värderingar och influenser. Deras åsikter i samarbete med våra designers överförs till nyckeltrender och slutliga kulörpaletter. I boken Colour Futures introducerar vi bilder och stämningar, varje år presenteras en dominerande trend.

**De fem nyckeltrenderna för 2012**  
Årets kulörpalett består av starka och klara kulörer, men lika viktiga är de många neutrala kulörerna. Dessa är mörkare än förra årets och samspelet mellan kalla och varma toner är viktigt. Med fokus på *möjligheter*, uppmuntrar kulörtrenderna oss att aktivt kombinera färger och material, på ett nytt, oväntat och innovativt sätt.

"De fem trenderna kallas för – Delicate Mix, One small Seed, Living Scrapbook, Different Worlds och Rediscovered Heroes – vilka alla reflekterar och visualiserar mångfald, kombination, lösningar, synpunkter och kommunikation. Se dem gärna som din inspirationskälla”, säger Per Nimér, designchef på AkzoNobel.

Som du kommer att upptäcka sträcker sig hela trendkonceptet från fylliga nyanser med mycket karaktär och mening, till mjuka, dämpade pasteller, chict neutrala och vågade ljusa kulörer. Den kompletta kulörpaletten för 2012 levandegör behovet av mångfald, lösningar, synpunkter och kommunikation.

**För mer information och fler bilder från boken Colour Futures**:

Annika Karlsson

Marknadschef Nordsjö

040-35 53 30 / annika.karlsson@akzonobel.com

**Om Nordsjö**

Nordsjö-varumärket har sina rötter i Nordström & Sjögren AB, som startade sin verksamhet redan 1903. I dag är Nordsjö ett

av de ledande och mest innovativa varumärkena i Norden. Vi har stort fokus på att utveckla och tillverka produkter som är

hållbara för vår miljö och vår ambition är att ligga steget före samhällets lagar och krav. Vid vår anläggning i Sege utanför

Malmö, som är Nordens största, utvecklas och tillverkas färg, lack, spackel och träskydd för konsument och yrkesmålare.

Nordsjö ingår i AkzoNobel-koncernen, som är väldens största färgtillverkare.

**Om AkzoNobel.**

AkzoNobel är världens största färgföretag och en ledande producent av specialkemikalier, bygglim och limsystem. Vi förser

företag och konsumenter världen över med innovativa produkter och brinner för att utveckla hållbara lösningar för våra kunder.

Bland våra välkända varumärken finns Eka, International, Dulux och Sikkens. Vi är ett Global Fortune 500-företag och

rankas återkommande som ett av de ledande företagen inom hållbar utveckling. Med huvudkontor i Amsterdam, Nederländerna, är vi verksamma i fler än 80 länder, där våra 55 000 engagerade medarbetare levererar Tomorrow's Answers Today™.

.  
C:\Users\Pia\AppData\Local\Temp\DECO BRAND_Swedish_Blue.jpg