**Blå viser os vejen i 2013**
Årets farve i 2013 er en dyb indigoblå og kaldes Big Blue. Farven signalerer ro og stabilitet og tilfører en afslappende og neutraliserende puls til vores travle liv.

AkzoNobel er verdens førende producent af maling og vores mission er at skabe kreativitet og farveglæde i folks tilværelse.

Vi har stort kendskab til farver og forstår påvirkningen og den positive effekt de har på vores humør. De farver der omgiver os, påvirker mange aspekter af livet. De opmuntrer, lindrer, inspirerer, udfordrer og provokerer. Farver kan faktisk ændre vores syn på omgivelserne. Som verdens største leverandør af maling, er det vores ansvar at formidle vor viden om, hvordan farver påvirker os.

Vores globale AkzoNobel Aesthetic Center samler løbende viden og analyserer, hvad der sker i verden omkring aktuelle trends og farver. AkzoNobel Aesthetic Center står bag Colour Futures, et årligt internationalt magasin med farve tendenser og kollektioner, som har til formål at inspirere vores kunder. Hvert år inviterer vi en international gruppe af kreative eksperter fra beslægtede discipliner som design, arkitektur og mode til sammen med vores farvedesignere at indkredse de vigtigste farver til næste års tendenser.

Gruppen af eksperter kommer fra forskellige dele af verden og har forskellige kulturelle kilder og påvirkninger - fra kunst til teknologi, fra natur til popkultur. Gruppens indsigt i farver og fremtidige trends er i samarbejde med vores designere oversat til situationsbilleder, stemninger, og farvepaletter. Resultaterne udgives i den årlige udgave af Colour Futures. Anvend Colour Futures som din universelle kilde til inspiration.

**Relationer**
Hvert år baseres Colour Futures på et hovedtema. Denne gang er **relationer** inspirationskilden for vores 5 trend farvepaletter. I vores moderne liv er relationer gennem netværk, dialog og innovation vigtige for forståelsen af ​​forholdet mellem de forskellige dele af alt det, der omgiver os. Al den information, vi modtager, kommer til at ske hurtigere og hurtigere og vil kræve mere og mere af os. Derfor bliver det også vigtigere ind imellem at kunne koble af og afbryde den konstante strøm af ​​informationer fra sociale medier, apps og andre informationskilder. Med andre ord, vi behøver luft og ro for at kunne genoplade batterierne. Vores nye farvepaletter repræsenterer de forskellige aspekter af, hvordan vores mange relationer påvirker os.
Vi er ikke bare én type person, der har én stil – vore relationer giver os mulighed for at vælge flere forskellige stilarter, afhængige af den sammenhæng de indgår i, og åbner vores øjne for nye inspirerende rum.

**Årets farve er blå**

Årets farve i 2013 er en dyb indigoblå og kaldes Big Blue. Farven signalerer ro og stabilitet og tilfører en afslappende og neutraliserende puls til vores travle liv. Big Blue er ærlig og rolig, og den indbyder til afslapning og inspiration. Den spiller på flere følelser, blandt andet tryghed og legesyge – trygheden i hjemmet og legesygen i det kosmiske.

Big Blue er en alsidig farve, som passer lige godt ind med stærke farver som med neutrale og hvide toner. Under arbejdet med at skabe Colour Futures 2013, blev Big Blue hurtigt en klar og tydelig vinder.

**5 farve trends i 2013**
I 2013 fremstår alle farverne modne og sofistikerede. Paletten er designet under hensyntagen til, hvordan vi ønsker at leve. Dens mange skiftende nuancer, lige fra de udfordrende til de mere sikre, giver sammen med de neutrale farver et fantastisk flot farvespil.

**Collective Passion**
Nøgleord: Energisk, sammenhold, spontanitet, kollektive tanker, transparent

Fremstår som en flok fugle, der hurtigt ændrer destination fra et sted til et andet. Altid sammen, men i nye former og kombinationer. Således kan man bedst beskrive, hvordan denne dynamiske og legende palet har taget form. Vi lever i det moderne samfund og glæder os over at kunne deltage i det, som netop i øjeblikket føles mest vigtigt.
- Ikke en monoton overflade, men flere farver der flyder ind i hinanden.

**Switching off**
Nøgleord: Rolig, stilhed, inaktivitet, kreativitet, ensomhed, dagdrømmer

I dagens hektiske samfund, bliver det gradvist mere vanskeligt at undslippe dagligdagen end før i tiden, og undersøgelser viser, at vi dagdrømmer mindre og mindre. Denne palet, der går fra de helt sarte og kridhvide nuancer til de mørkeste mørke toner giver os en forbindelse mellem det moderne samfund og den stille tid for os selv. Samspillet mellem dagdrømme og nat, eller den blå times stund, er nøglen til indre ro og muligheden for at genfinde os selv.
- Rolige hvide overflader i modsætning til nattens mørke farver.

**The Art of Understanding**
Nøgleord: Nysgerrighed, tydelighed, kommunikation, orden, forståelse

Ting, der omgiver os i hverdagen – ure der tikker og tiden der går, men hvordan påvirker disse faktorer os? At sidde ned og afkode, at adskille alt, hvad vi har omkring os, at forstå sammenhængen til hvordan vi lever vores liv er den vigtigste nøgle til denne palet. Vi ønsker klarhed og system i alt. I denne palet skinner solen altid, græsset er slået til perfektion og dufter himmelsk, og både mænd og kvinder er glade og verden føler sig veltilpas.
- Farverne er lyse og attraktive. 50'ernes glade farver.

**Home Factory**
Nøgleord: Enkelhed, selvforsyning, ægthed, produktion i det små, superlokalt

Det enkle og personlige kommer til sin ret her. Ønsket om at skabe og producere sine egne fødevarer, møbler og tøj er vigtigt for at forstå sammenhængen af, hvad vi behøver for at overleve. Ikke grandiost, men på en enkel og lille skala, hvor individet er i fokus, og hvor kreativitet ned i mindste detalje giver folket deres integritet tilbage.
- Farverne er mørkere og kommer fra vintage design og den jord vi lever på.

**Visuel Solace**
Nøgleord: Ren glæde, opbyggende, opløftende, sjælevenner, eftertænksomhed

Skal alt have en dybere mening? Kan noget ikke bare være smukt? En palet, der giver os en forståelse af fred og helhed, når vi ser på den. Noget smukt som giver mening og er logisk, uden at vi er nødt til at sætte ord på det, nøjagtig som når vi iagttager kunst, der evner at røre os, fordi det taler på så mange planer. En nysgerrig og opløftende palet af feminine rolige farver.
- Farverne finder sin inspiration i kunsten fra slutningen af ​​1800-tallet og smukke engelske haver.

Få mere information og se flere inspirationsbilleder i Colour Futures 2013, som kan downloades i pdf-format på [www.colourfutures.com](http://www.colourfutures.com)

*Sadolins historie begyndte i 1777, da Jacob Holmblad fik kongelig tilladelse til at etablere et tekstilmalingsanlæg i Danmark. Virksomheden var en succes gennem tre generationer og beskæftigede sig med maling og lak. Sadolins sortiment i Norden omfatter maling til inden- og udendørsbrug og produkterne markedsføres primært til detailmarkedet.*

*Sadolin er en del af Akzo Nobel, som er verdens største maling- og lakproducent og en førende producent af specialkemikalier, byggelim og limsystemer. Vi bringer innovative produkter til virksomheder og forbrugere verden over og brænder for at udvikle bæredygtige løsninger til vores kunder.*

*Vi er et Globalt Fortune 500-selskab og rangeres regelmæssigt som et af de ledende selskaber på Dow Jones Sustainability Index. Med hovedkontor i Amsterdam, Holland er vi aktive i mere end 80 lande, hvor vores 55 000 engagerede medarbejdere leverer Tomorrow’s Answers Today™.*

Følg Sadolin på <http://www.mynewsdesk.com/dk/pressroom/sadolin>

Yderligere oplysninger:

Akzo Nobel Deco A/S, Holmbladsgade 70, 2300 København S, [www.sadolin.dk](http://www.sadolin.dk)

Marketing Manager Claus Sande Hansen, claus.hansen@akzonobel.com , tel. 3269 8175