

ZESTAW PRASOWY Dział Coatings firmy BASF prezentuje kolekcję NEW ARRAY Automotive Color Trends 2022–2023



NEW ARRAY

**NEW ARRAY HERE**



## PROJEKTOWANIE KOLORÓW W BASF

### RUCHOMYMI SCHODAMI DO NOWEGO ŁADU

Czas otworzyć się na nowe perspektywy i ruszyć w ich kierunku. Po przejściu do tętniącej życiem, ale wciąż niewiadomej przyszłości zanurzamy się w kolekcji NEW ARRAY Automotive Color Trends BASF na sezon 2022–2023.

Co roku projektanci działu Coatings firmy BASF tworzą nową kolekcję, aby zainspirować projektantów ze światowej branży motoryzacyjnej. W kolekcji NEW ARRAY („nowa paleta” lub „nowy ład”) szczególny nacisk położono na zrównoważony rozwój i funkcjonalność, kontynuując jednocześnie eksplorację nowych i fascynujących przestrzeni kolorystycznych.

Tytuł kolekcji NEW ARRAY odnosi się do przemysłanego procesu porządkowania wartości oraz odpowiadania na nowe potrzeby.

Można to porównać do jazdy ruchomymi schodami. Służą one do przemieszczania się między piętrami, ale w trakcie jazdy pasażer znajduje się dopiero w pewnej przestrzeni pośredniej. Kolekcja sięga właśnie do tej przestrzeni, wybiegając jednocześnie w przyszłość motoryzacji.

Nasi niezależni projektanci selekcionują trendy i starają się wyodrębnić perspektywiczne sygnały, które na te trendy wpływają. Jest to częścią ich pracy polegającej na tworzeniu najnowocześniejszych odcieni, z myślą o wzmocnieniu czołowej pozycji BASF na świecie w dziedzinie koloru. Najnowsza paleta lub jakaś wariacja na jej temat może trafić na drogi i nadwozia samochodów z najbliższych trzech do pięciu lat modelowych.

Oto NEW ARRAY — nowy ład kolorów według BASF.

## NA PÓŁPIĘTRZE

Tym razem projektanci BASF postanowili zatrzymać się na półpiętrze, skąd również może roztaczać się ciekawy widok. Zauważyli, że ludzie reorganizują swój sposób myślenia, co prowadzi do kształtowania się nowej hierarchii wartości.

Jednym z głównych motorów tego procesu zmian jest przechodzenie ze świata realnego do przestrzeni działań wirtualnych. Technologia blockchain jako kuźnia wirtualnych wartości zachęca do nowego i bardziej otwartego podejścia do walorów wypełniających wirtualne skarbcce umieszczone gdzieś w połowie tej drogi.

Użyteczne zastosowanie wirtualnych narzędzi i systemów pozwala dostrzec korzyści takiego rozwoju zdarzeń. Złożone wirtualne modele i wizualizacje kwestii społecznych, ale również łatwe w obsłudze aplikacje, otwierają potencjał ukierunkowanych i zrównoważonych działań prowadzących do społecznych przemian.

Nawet poszukiwanie indywidualizmu nie stoi w sprzeczności z ideałami tego procesu. Wśród bardziej zwirtualizowanych przestrzeni do działania rozwija się też mocniejsze poczucie zdolności kształtowania własnego losu oraz nowa paleta możliwości wyrazu.

## CHARAKTERYSTYKA KOLEKCJI

Kolekcja kolorów NEW ARRAY sięga do przestrzeni pośrednich i podąża w wielu kierunkach.

Umiarkowane odcienie tworzą nastrój, a ich tony są subtelnymi łącznikami z poszczególnymi przestrzeniami kolorystycznymi.

Na drugim biegunie są zupełnie nowe, odważne kolory, manifestujące swój charakter w koncepcjach i efektach. Widać fascynację fioletem i śliwką, pastelową brzoskwinią i odcieniami żółtego — te barwy dotychczas prawie nie kojarzyły się z motoryzacją.

Ciemniejsze kolory nadają głębi i złożoności poprzez zaskakujące efekty ujawniające się pod wpływem światła.

Strefa beżów to domena elegancji i powściągliwości z fascynującym cieniowaniem i matowymi płaszczyznami.

Warto podkreślić, że wspierając pozycję globalnego lidera BASF w dziedzinie kolorów, projektanci uwzględniają także kwestie zrównoważonego rozwoju oraz postępu technologicznego jako istotnych aspektów funkcjonowania branży motoryzacyjnej. Wspomniana technologia pozwala na tworzenie rozwiązań, które są nie tylko przyjaźniejsze dla środowiska, ale i bardziej finezyjne.







## WIZJE POSTĘPU

Spółeczeństwo miota się między radykalnie odmiennymi kierunkami, zastanawiając się jak pogodzić różne estetyki bez utraty wyrafinowania i przekonujących efektów. Głębokość, tekstura i dopasowanie kolorów dla Ameryki emanują wizjami postępu.

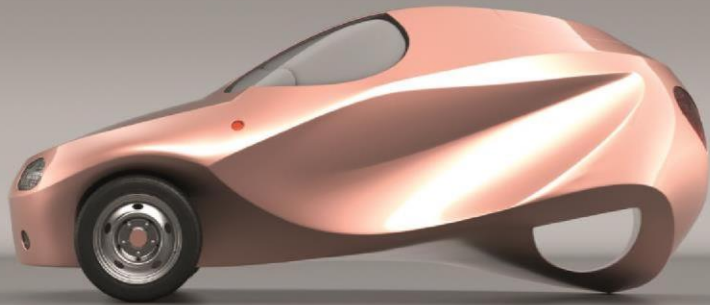
Ekspresja naturalnych i uproszczonych opcji zaprasza zarówno pojedyncze osoby, jak i całe społeczności do wizyty w pośrednich przestrzeniach. Sposobem na poradzenie sobie z nawąłem emocji i uwarunkowaniami określającymi tożsamość jednostek i grup społecznych może być znalezienie spokoju i akceptacji poza typowymi i jednoznacznymi ramami codzienności. Zatrzymanie się gdzieś w połowie drogi może, paradoksalnie, pomóc w znalezieniu pewnego punktu podparcia, z którego wyraźniej widać przyszłość.

## LAVA

### KLUCZOWY KOLOR — AMERYKI

Kluczowy kolor dla obu Ameryk to skrzyżowanie nowoczesnej technologii i zrównoważonego rozwoju. LAVA jest nowym oraz nasyconym i głębokim kolorem z przestrzeni czerni. Jego bazą jest głęboki antracyt, w którym można dostrzec efekty jarzącej się czerwieni. To nawiązanie do niezliczonych możliwości, które ukazują się pod wpływem gry światła na lakierowanej powierzchni.

LAVA pokazuje także, jak technologia może być jednocześnie ekologiczna i finezyjna.

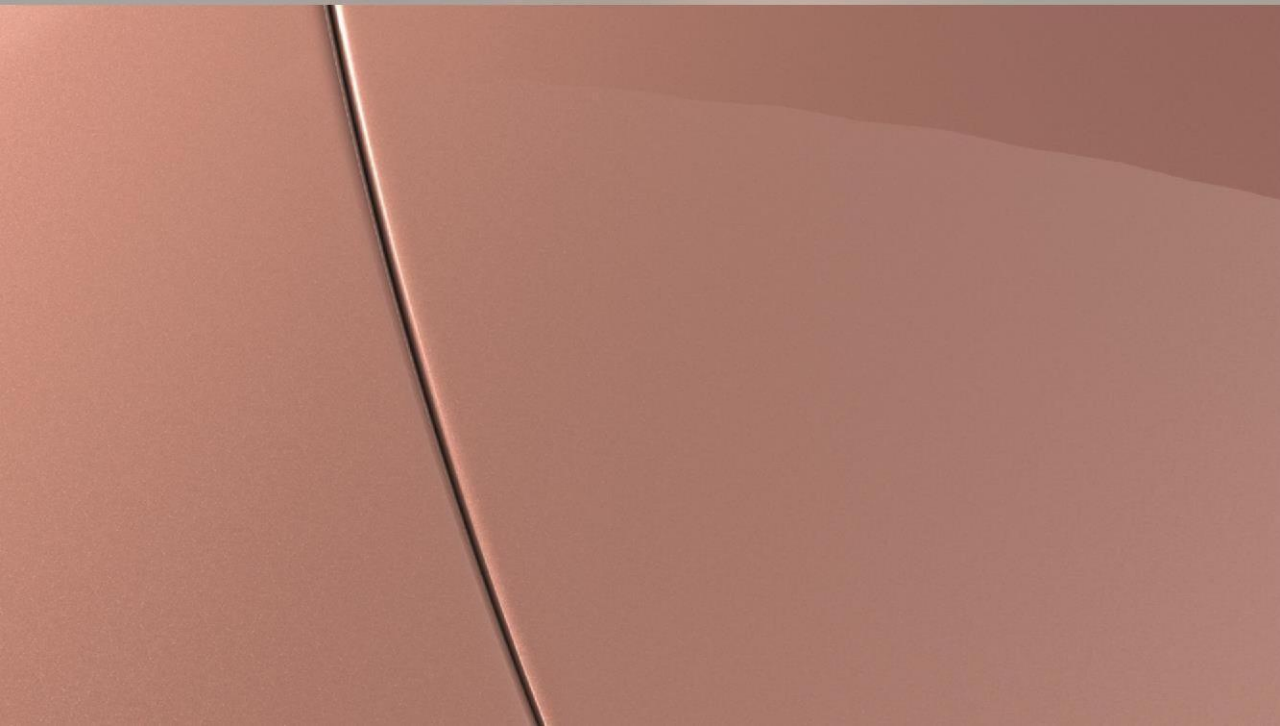


## COZY VALUES

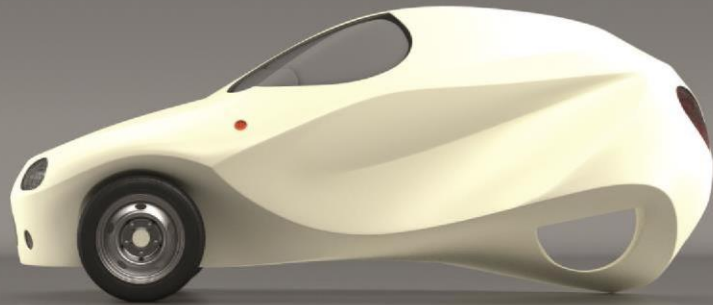
### KLUCZOWY KOLOR — AMERYKA POŁUDNIOWA

Znaczenie metali szlachetnych dla regionu Ameryki Południowej wiąże się z pięknem naturalnych pierwiastków oraz ich elegancją, a przede wszystkim z tradycyjnym kowalstwem i obróbką metalu. Kolor o nazwie COZY VALUES emanuje dumą z innowacyjnego rzemiosła, nawiązując jednocześnie do delikatności i troski, z jaką wprawny mistrz patrzy na swoje dzieło. Miedziany beż będzie wspaniale błyszczał na popularnych w tym regionie małych autach.

COZY VALUES oferuje to, co najlepsze w tej przestrzeni.



## NA PÓŁPIĘTRZE



Próg między światem realnym a wirtualnym coraz bardziej się zaciera i coraz częściej go przekraczamy. Możemy doświadczyć nowego świata, w którym ludzie z większą refleksją podchodzą do swoich intencji i preferencji.

Odwołując się do analogii z ruchomymi schodami, kolory dla krajów Azji i Pacyfiku plasują się gdzieś na półpiętrze. To komfort, szczęście, klimat orientu i rozwiązania odzwierciedlające zyskujący ostatnio na popularności i znaczeniu ludzki indywidualizm. Takie podejście uczy, jak żyć łagodnie, a jednocześnie pełnią życia i według własnych zasad.

Kolory dla Azji i Pacyfiku kształtują pozytywną i realistyczną przyszłość. Zachęcają do pisania własnej historii i pozwalają dopasować się do własnej tożsamości kolorystycznej bez zważania na presję otoczenia.

## EFFLORESCENCE

### KLUCZOWY KOLOR — AZJA I PACYFIK

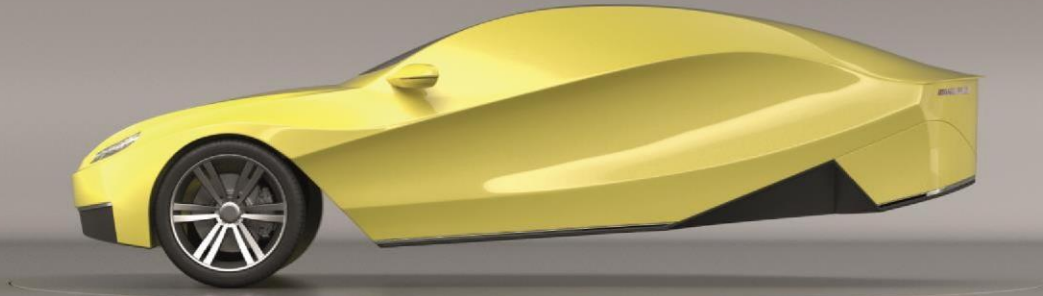
Jesteśmy w przestrzeni pośredniej z umysłem otwartym na idee. To właśnie było inspiracją dla stworzenia koloru EFFLORESCENCE dla regionu Azji i Pacyfiku. Perłowa kość słoniowa jest nowym i świeżym symbolem pozytywnych wartości i emocji. Kolor kojarzący się z ekologią i wspomnianymi emocjami pasuje do narracji o zrównoważonym rozwoju i tożsamości.

EFFLORESCENCE przemawia do nas niemal przez zmysł dotyku.



## RAN RAN

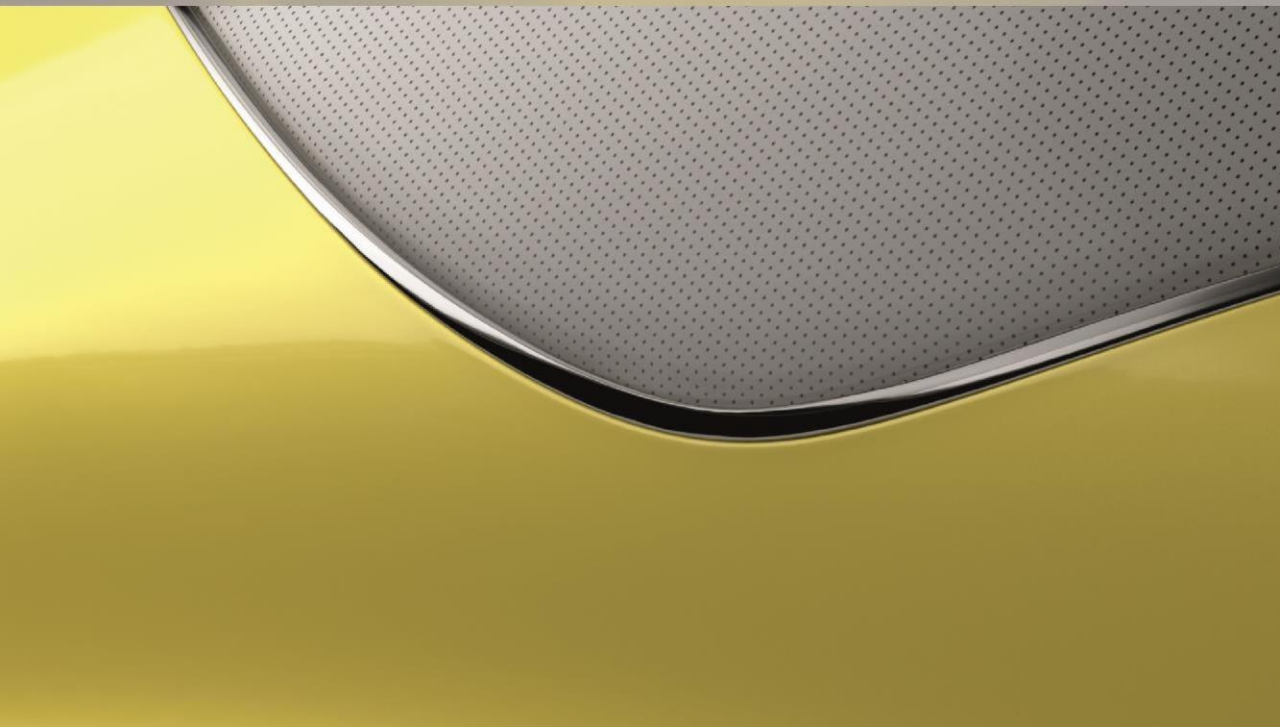
### KLUCZOWY KOLOR — CHINY



RAN RAN w języku chińskim oznacza zrelaksowaną postawę i niechęć do konfliktu. To właśnie są nowe perspektywy w spojrzeniu na świat i otaczające zmiany. W kolorze zaprojektowanym z myślą o chińskim rynku na pierwszym planie widoczny jest bogaty, a jednocześnie powściągliwy odcień żółtego.

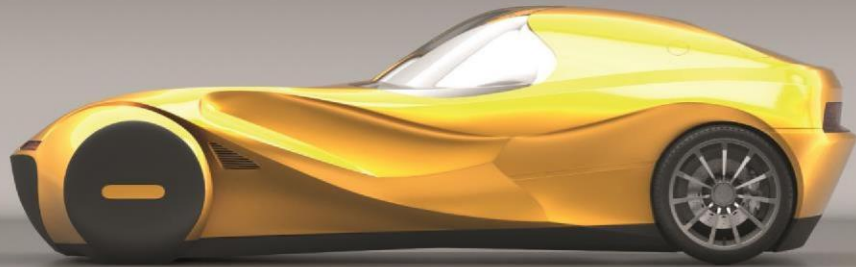
Nie jest zbyt ciepły ani zbyt surowy, zbyt jaskrawy ani zbyt pastelowy. Subtelne białe isierki przełamują tę jasność, dodając kontrastującego cienia. Taki lakier sprawdzi się na futurystycznym modelu lub na samochodzie sportowym.

Niejednoznaczny RAN RAN harmonizuje z rytmem obiegu energii we wszechświecie.





## OTWARCIE DRZWI MOŻLIWOŚCI



Kolory dla Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki osiągają wysoką chromatyczną intensywność dzięki nowym spektakularnym pigmentom umożliwiającym uzyskanie pięknych i wyrazistych nowych odcieni. Drzwi możliwości zostały szeroko otwarte, ukazując nam rozległą paletę kolorów, odcieni i efektów możliwych do uzyskania na nadwoziach.

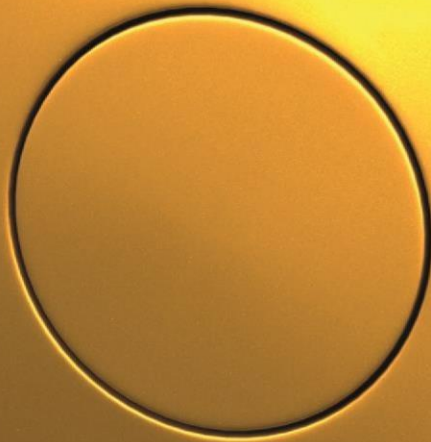
Ciemniejsze tony są precyzyjne i jednolite. Neutralne odcienie współgrają z wirtualną stylizacją, uzupełnione subtelną informacją o kolorze. Uzyskane efekty są wsparciem dla pomysłu i wrażeń wizualnych, co nie umniejsza ich wyjątkowości i oryginalności.

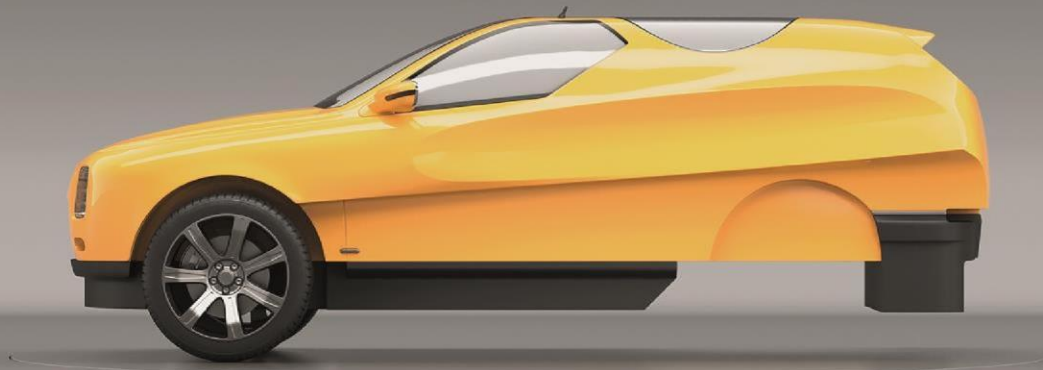
Ogólnie tożsamość wyraża się nie tylko w wyjątkowości, ale także w umiejętności subtelnej rozszerzenia już unikatowego charakteru o zróżnicowane pozycje lub efekty kolorystyczne.

## MINTED GOLD

### KLUCZOWY KOLOR — EMEA

Złoto jest powszechnie uznawanym metalem szlachetnym. Kolor MINTED GOLD pokazuje, jak tę wartość można przełożyć na język ery cyfrowej. To mocny, połyskujący i metaliczny odcień złota. Kolor, który ma wartość nie tylko dla właścicieli samochodów w przyszłości.

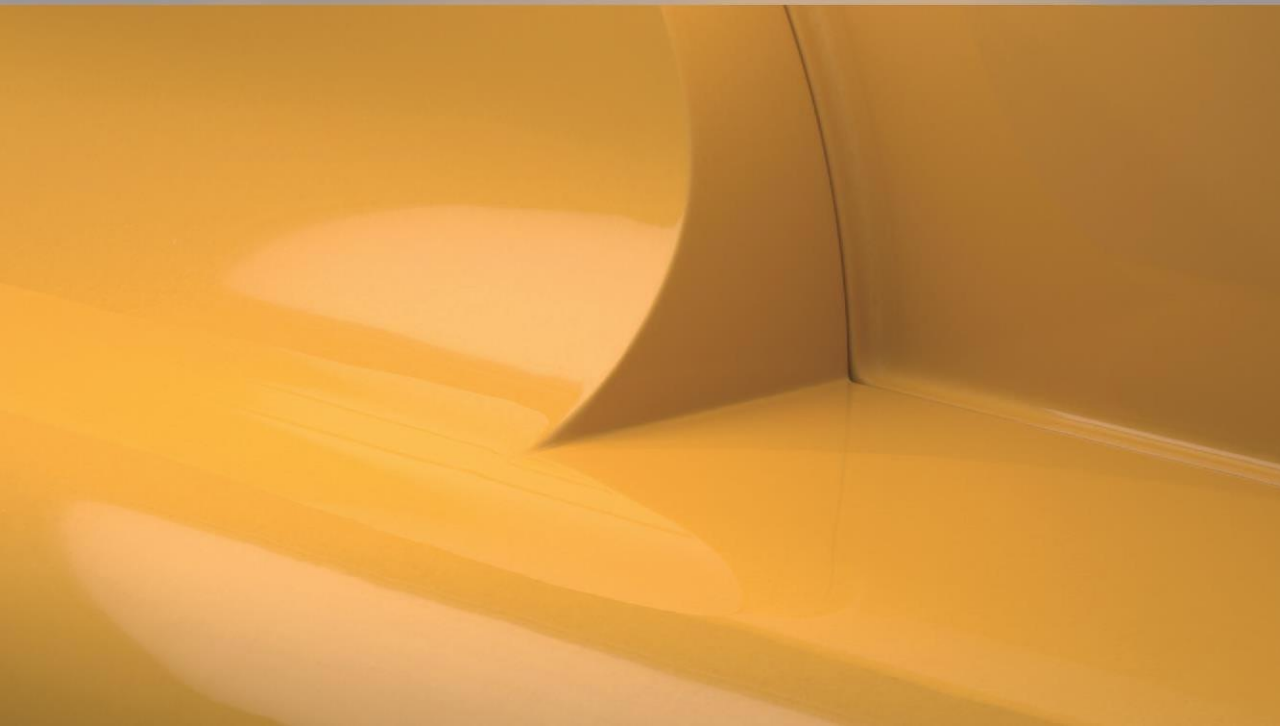


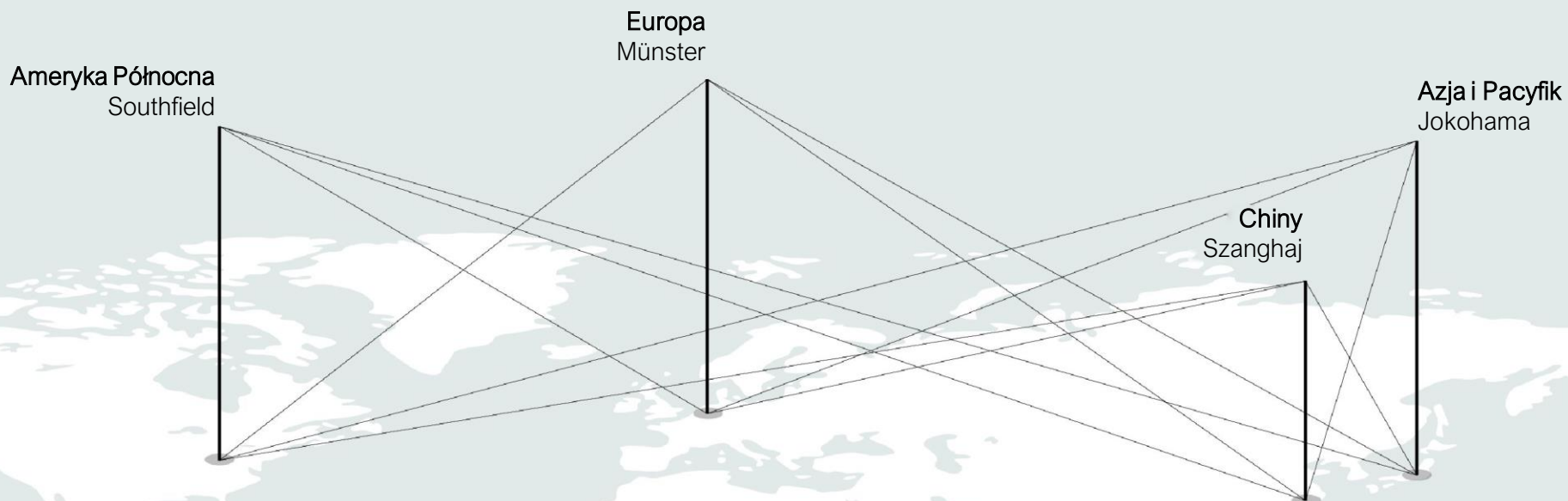


## GRAVATAR

### KLUCZOWY KOLOR — EUROPA

Kolor mocno nawiązujący do innowacyjności — prawdziwy kolor ziemi. Regionalny kolor o nazwie GRAVATAR zawiera naturalny odcień ziemi. Jasno żółty kolor jest pochodną jasnej kości słoniowej. Koncepcja ta integruje nową materię z kolorem. GRAVATAR z pewnością przyciąga uwagę.





Lider branży w zakresie projektowania kolorów ze studiami w regionie Azji i Pacyfiku (Jokohama/Szanghaj), EMEA (Niemcy) i Amerykach (Southfield).

Efektorem intensywnych badań trendów są najbardziej nowatorskie projekty kolorów w corocznych kolekcjach.

**Zainspiruj się!**

## GRAFIKA DO POBRANIA DLA PRASY

### LAVA

Kluczowy kolor — Ameryki



*LAVA na modelu wirtualnym AUVOT Mea*

### EFFLORESCENCE

Kluczowy kolor — Azja i Pacyfik



*EFFLORESCENCE na modelu wirtualnym AUVOT Lit*

### MINTED GOLD

Kolor kluczowy — EMEA



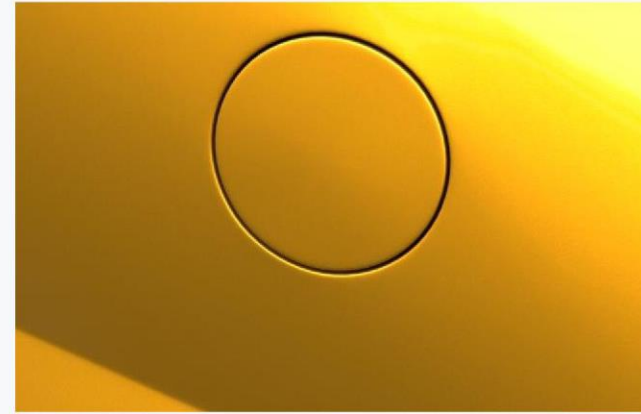
*MINTED GOLD na modelu wirtualnym AUVOT Sportif*



*LAVA na modelu wirtualnym AUVOT Mea (detail)*



*EFFLORESCENCE na modelu wirtualnym AUVOT Lit (detail)*



*MINTED GOLD na modelu wirtualnym AUVOT Sportif (detail)*



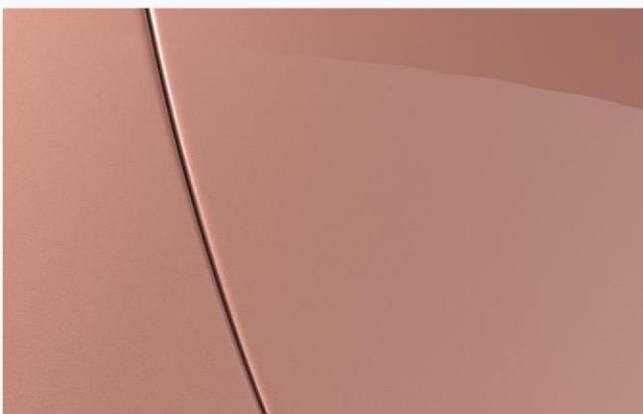
## GRAFIKA DO POBRANIA DLA PRASY

### COZY VALUES

Kluczowy kolor — Ameryka Południowa



*COZY VALUES na modelu wirtualnym AUVOT Lit*



*COZY VALUES na modelu wirtualnym AUVOT Lit (detal)*

### RAN RAN

Kluczowy kolor — Chiny



*RAN RAN na modelu wirtualnym AUVOT Mea*



*RAN RAN na modelu wirtualnym AUVOT Mea (detal)*

### GRAVATAR

Kluczowy kolor — Europa



*GRAVATAR na modelu wirtualnym AUVOT 2x2*



*GRAVATAR na modelu wirtualnym AUVOT 2x2 (detal)*





## KONTAKT

Adres

IMIĘ I NAZWISKO Ferrand Cunningham — Region Azji i Pacyfiku

E-MAIL [ferrand.cunningham@basf.com](mailto:ferrand.cunningham@basf.com)

IMIĘ I NAZWISKO Alan Baker — Ameryka Północna i Południowa

E-MAIL [alan.baker@basf.com](mailto:alan.baker@basf.com)

IMIĘ I NAZWISKO Jörg Zumkley — EMEA

E-MAIL [joerg.zumkley@basf.com](mailto:joerg.zumkley@basf.com)

## INFORMACJA

Prawa autorskie

BASF Japan Ltd.

296 Shimokurata-cho, Totsuka-ku, Yokohama 244-0815,  
Japonia

BASF Advanced Chemicals Co., Ltd., R&D Center II, No 300,  
Jiangxinsha Road, 200137 Shanghai, Chiny

BASF Corporation

26701 Telegraph Road, Southfield, MI, 48033, USA

BASF Coatings GmbH

Glasuritstrasse 1, 48165 Münster, Niemcy

© Copyright 2022 — wszystkie zastrzeżone prawa.