

Informação de imprensa



Suvinil apresenta estudo colaborativo e elege cor Terra Roxa para 2018



Outubro de 2017

Priscilla Mendes
Fone: 011 2039-2461
Fax: 011 2039-2505
priscilla.mendes@basf.com

Luiziana Ribeiro
Fone: 011 2039-2379
Fax: 011 2039-2505
luiziana.ribeiro-oliveira@basf.com

- A cor escolhida para 2018 pela marca é Terra Roxa
- Este tom terroso exprime um desejo comum de levar a natureza para dentro de casa, além de estabelecer conexões mais profundas com a essência e origem de cada um
- Este ano, a marca foi pioneira em um estudo colaborativo com profissionais que trabalham cores sob as mais diferentes perspectivas

A Suvinil, como referência de mercado, se antecipa mais uma vez e inova em seu estudo, com uma visão mais ampla das tendências de cores. Acompanhando o movimento de não ditar, mas cocriar e colaborar, para 2018, a marca investe em um conceito que tem como resultado autonomia e diversidade, ou seja, mais que escolher a cor

BASF S.A
Av. das Nações Unidas, 14.171
São Paulo - Brasil
<http://www.basf.com.br>
Comunicação Corporativa
Fone: 011 2039 2273

do ano, a marca propõe caminhos para descoberta do tom de cada pessoa.

A Suvinil observou que na pluralidade do mundo atual não cabe mais apontar uma cor do ano para todos. Além de escolher qual é a sua tonalidade, é necessário oferecer ferramentas para cada pessoa escolher o seu tom, que pode ser diferente da marca. Para colocar esse conceito em prática, participaram e contribuíram com o estudo profissionais referência de diferentes áreas de atuação, como arquitetos, designers, floristas, consultores comportamentais: Andrea Bisker, Jackson Araújo, Michele Okuhara, Lucas Liedke, Carlos Pazetto, Guto Requena, Glauco Diógenes e Tatiana Pascowitch.

Dentro do estudo, a Suvinil identificou um anseio atual por uma vida mais humana e elegeu a cor **Terra Roxa** como um emblema para 2018, que transmite essa busca pelo natural. Esse tom terroso alaranjado exprime o desejo comum de levar a natureza para dentro de casa e estabelecer conexões mais profundas com a nossa essência e ancestralidade, além de manifestar a valorização das relações pessoais, em detrimento das virtuais.

“Observamos esse movimento de aproximação com as nossas raízes no ano passado, quando adiantamos a tendência de tons terrosos na decoração. Para 2018, trazemos uma evolução desta tendência e na forma como enxergamos o nosso estudo, que foi feito de maneira colaborativa. Afinal, o mundo está mais múltiplo, a diversidade e a cocriação ganham mais força a cada dia. Por isso, nós trouxemos a cor do ano da Suvinil, mas desafiamos as outras pessoas a descobrirem qual é a sua. Afinal, se o universo cromático é tão vasto, por que escolher apenas uma cor do ano?”, comenta Juliana Hosken, diretora de marketing da Suvinil.

As tendências servem como um guia para ajudar a optar em meio a tantas opções e a nos aproximar de determinados grupos ou comportamentos. Por séculos, os poucos corantes disponíveis estiveram em poder da nobreza e do clero. A democratização da

oferta, com a Revolução Industrial, trouxe um desafio: como fazer escolhas, em meio ao excesso de informações e opções? A solução foi promover tendências – interpretação de ideias e desejos compartilhados pela sociedade naquele momento.

Hoje, porém, essa dinâmica está mudando. Vivemos um tempo de liberdade e individualidade, de consumidores que valorizam a interação com sua marca preferida, de humanização, ou seja, voltamos a ser pessoas que se comunicam e trocam experiências entre si. Protagonistas de nossas verdades e com acesso mais rápido às informações, nos tornamos senhores de nossas escolhas e cores, pois sabemos o que nos faz bem, o que traduz nosso momento e o que cada cor nos transmite. A Suvinil não só enxerga esse movimento, como o apoia e, por isso, questiona o sentido de apontar uma única cor do ano, afinal, cada um pode ter a sua.

Para 2018, a Suvinil traz suas tendências baseadas em três pilares distintos: **Ideológico, Natural e Magnético**. Estes três temas, que são diferentes, mas podem se complementar, contemplam as características atuais da nossa sociedade, que busca cada vez mais por pluralidade, colaboração, diversidade e humanização.

Ideológico:

O poder, hoje, está nas ruas, onde andam pessoas de todas as idades, cujo espírito jovem deseja fazer parte de uma sociedade inclusiva e multicultural. São vozes que exigem que as fronteiras desmoronem, que todos tenham representatividade. Até mesmo a principal semana de moda do Brasil já mostrou que uma de suas bandeiras é debater os padrões que nos foram impostos: o belo não é excluir, é aproximar realidades.

O ser ideológico é aquele que contesta, ele é ativista em tudo o que faz. Exprime otimismo e autoconfiança e suas ideologias transparecem em qualquer espaço, como: casa, escola, trabalho, ambientes de lazer, arte e cultura. Nesta paleta, as cores e composições falam alto e proclamam para que mais gente se

expresse também, ela tem uma estética que comunica e mostra ao mundo a maneira contemporânea de ser. Ao mesmo tempo, urbano e étnico, único e conectado, guerreiro e pacifista – exercendo, sempre, o seu direito à individualidade.



Para fazer arte: um mosaico cheio de atitude, que combina a segurança do Azul Cobalto e do Azul Átomo à serenidade do Lagoa Azul. Na parede e no décor, o otimismo do Girassol e a força generosa do Magenta pincelam o ambiente com virtudes fundamentais para se encarar o momento global atual. Criatividade e potência que dão forma a um espaço de encontro de ideias e ideais.

Créditos: Cavaletes: Estúdio Manus | Banquetas antigas de ferro: Verniz SP | Louças: Dpot Objetos | Carrinho de apoio MAC design: Marcio Cecílio |

Mãos antigas de porcelana e luminária industrial: Loja Teo.

Para quebrar regras:

verdadeiro tabu quando o assunto é cor dos quartos, o vermelho questiona os padrões e mostra que a diversidade é bem-vinda. O Vermelho Escarlata predominante, com pitadas de Framboesa e Rubi, expressa modos afirmativos



de ser e de viver, bastante em voga atualmente. Atitudes sem ambiguidade (como este ambiente) mostram que o certo é a verdade de cada um.

Créditos: Mesinha lateral aramada branca: Archi | Almofadas de tricô vermelhas: Codex Home | Almofadas de tricô cru: Collectania | Pôster: Loja Teo | Vaso e objetos antigos: Loja Teo.

Natural:

Morar na cidade também permite viver perto da natureza. Trazer para perto de si as forças restauradoras do que é natural é uma opção de vida – mesmo que seja em uma grande metrópole. Trata-se de uma reconexão que mora nas escolhas cotidianas, que ganha força conforme cresce a procura pelo natural e consciência de que consumir insumos locais e da estação é uma forma de assegurar alta qualidade, preço justo e meio ambiente em equilíbrio, como mercados de pequenos produtores e alimentos orgânicos. Essa valorização é observada também nos cuidados medicinais, chás e ervas reconquistam espaço, e a sabedoria ancestral de benzedeiras volta a figurar entre as terapias que curam corpo, mente e espírito. No vestuário e no design, matérias-primas sustentáveis, técnicas naturais de tingimento e fabricação lenta e manual estão na ordem do dia.

O conforto é uma consequência desse resgate. A terra é o que há de mais acolhedor. Cada vez mais vamos em busca dessas referências vegetais e minerais para os nossos ambientes, como levar o escritório high-tech para o campo, prática comum dos nômades digitais. Constantemente conectados, estreitamos a distância entre o urbano e o rural, tendo como consequência a simplicidade, que vai do estilo de vida à arte – passando, claro, pelo design de interiores. Em vez de modéstia e pobreza, a busca pelo que é natural expressa o genuíno em nós, por exemplo, a sofisticação de materiais rústicos e formas primitivas. Afinal, não há de mais sofisticado que o espontâneo e o despojado, ou seja, o natural.



Para estar junto: o Terra Roxa chama os moradores a estarem na sala. A tonalidade alaranjada nos remete diretamente à simplicidade e ao calor da terra, atributos dos quais gostamos de nos aproximar. Além disso, é um convite a cultivarmos

relações mais próximas. Conviver e celebrar as trocas são também formas de ser natural.

Créditos: Tapete verde: Botteh | Sofá da MACdesign: Marcio Cecílio | Biombo:Humberto da Mata | Banquinhos de madeira e cestos de palha: Dpot Objetos | Mesinhas redondas de centro: Archi | Poltrona de cordas: Marche Art de Vie | Almofadas terracota: Codex Home

Para respirar: o poder terapêutico dos verdes é posto à mesa. Os tons profundos Floresta Úmida e Doce de Mamão, com sua referência vegetal, nos equilibram de dentro para fora e de fora para dentro. Com eles, a cozinha se transforma em um espaço de respiro; um cômodo que convida, ao mesmo tempo, à amplitude e ao acolhimento dentro de casa.

Créditos: Mesa de jantar industrial e banco de madeira: Verniz SP | Cadeiras de ferro e luminária pendente: Marche Art de Vie | Obra de arte: Denilson Machado | Objetos antigos de zinco sobre a mesa e aparador: Loja Teo



Magnético:

O impalpável constitui a nossa realidade tal qual o que enxergamos, porém, essa percepção nunca foi tão forte como o momento em que vivemos de evolução dos sentidos, um mergulho no campo sutil do que, em vez de saber, intuímos. Desejamos conhecer todo o nosso ecossistema emocional, descobrir quem é esse ser que habita dentro de nós.

Neste sentido, spas tecnológicos imergem seus pacientes em cápsulas de ondas cromáticas visíveis e invisíveis para levá-los a diferentes estados de espírito. Centros de ioga e meditação ampliam os efeitos de suas práticas, complementando-as com os estímulos extras sensoriais da cromoterapia e da aromaterapia. O modo contemporâneo de cuidar do corpo e desenvolver os sentidos une a tecnologia com a conexão energética e, ao mesmo tempo, pesquisas científicas demonstram como a diversidade emocional traz impactos positivos para a saúde física e mental.

Dentro de casa, também é possível criar atmosferas propícias para explorar sensações. Afinal, o ambiente é uma segunda pele, tão

permeável quanto a nossa própria. O que flui para dentro e para fora do corpo materializa-se em cores, luzes e objetos que reverberam o que estamos vivendo: nossa individualidade. As escolhas que fazemos para esse espaço nos refletem e nos dão a certeza de que somos nós os protagonistas do nosso próprio bem-estar.



Para contar histórias: em tempos de millennial pink – o rosa afetuoso e sofisticado que conquistou toda uma geração –, rosas e alaranjados despontam como os novos neutros na decoração, mas com uma pitada a mais de

emotividade. Para revestir este recanto dedicado às relações e aos afetos, Naturale e Bala Toffee são uma ode às memórias, levando sensibilidade à pele do lar.

Créditos: Poltrona Basket e mesinha tampo rosa: Dedon | Tapete: Botteh Mesa amarela, mesa redonda branca e almofadas: Tidelli | Vaso grande de vidro Dpot Objetos: Guto Requena | Vaso pequeno da Marche Art de Vie: Serax | Pufe de crochê da Collectania: Arcad Avec.

Para energizar: Ametista e Quartzo Violeta carregam a energia do mineral que lhes dá nome. São cores capazes de equilibrar pensamentos e emoções, em especial quando combinadas ao tom calmante do Lavanda. A composição, que invoca a conexão entre espaço físico e astral, tranquiliza e traz um toque de mistério, ideal para locais de meditação e terapias energéticas.



Créditos: Obras de arte: Renato Bezerra de Mello, Galeria Inox - acervo Yamagata Arquitetura | Banqueta MAC Design: Marcio Cecílio | Mesa branca: Marche Art de Vie | Vaso: Ana Luiza Wawelberg | Tapete tricolor: Archi | Pufe de crochê da Collectania: Arcad Avec | Mesinha de pedra: Allez Design.

Sobre a Suvinil

A Suvinil é a marca de tintas imobiliárias *premium* da BASF e lidera a participação no segmento. A marca tem uma estratégia de negócio consistente, pautada em relacionamento com clientes, inovação e fortes investimentos. Adquirida em 1969 pela BASF, que entrava no ramo de tintas globalmente, a Suvinil possui mais de 50 anos de boas práticas, que resultaram numa completa linha de produtos constituída por látex PVA, acrílicos, esmaltes, vernizes, epóxi e complementos para pintura. Seu portfólio, produzido nas fábricas instaladas em São Bernardo do Campo (SP) e Jaboatão dos Guararapes (PE), atende todo o mercado nacional. Para mais informações, acesse: www.suvinil.com.br.

Sobre a BASF

Na BASF, nós transformamos a química para um futuro sustentável. Nós combinamos o sucesso econômico com a proteção ambiental e responsabilidade social. O Grupo BASF conta com aproximadamente 112 mil colaboradores que trabalham para contribuir com o sucesso de nossos clientes em quase todos os setores e países do mundo. Nosso portfólio é organizado em 5 segmentos: Químicos, Produtos de Performance, Materiais e Soluções Funcionais, Soluções para Agricultura e Petróleo e Gás. Em 2015, a BASF gerou vendas de mais de € 70 bilhões. As ações da BASF são comercializadas no mercado de ações de Frankfurt (BAS), Londres (BFA) e Zurich (AN). Para mais informações, acesse: www.basf.com.br.



INFORMAÇÕES PARA A IMPRENSA

Manoela Machado – (11) 3147 - 7240

Cristhiane Nardini – (11) 3147 - 7254

Andrea Benedetti – (11) 3147 - 7467

suvinil@maquinacohnwolfe.com

www.maquinacohnwolfe.com/