

Color of the Year 2017

Ieder jaar komt Pantone met de kleur die volgens hen het predikaat 'Color of the Year' verdient, als graadmeter voor de tijdgeest en de creatieve industrie. Voor 2016 kozen zij Serenity (lichtblauw) en Rose Quartz (lichtroze). Door deze twee kleuren te kiezen wilden zij de vervagende grenzen tussen de genders symboliseren. Een mooie gedachte, maar waarom dan twee kleuren kiezen die juist het verschil tussen de sexes aanduiden? Waarom bijvoorbeeld geen mengkleur...?

Bij het schrijven van dit artikel heeft Pantone zijn kleur voor 2017 nog niet bekendgemaakt. Daarop vooruitlopend, nemen wij het heft in eigen hand en vragen een aantal vooraanstaande experts uit de creatieve sector: "Welke kleur is volgens jou Color of the Year 2017?"



Peter Heshof
*Tijdgeest-watcher
 & marketing strateeg*

Als tijdgeest-watcher benoem ik de verschuiving van de Groene Tijdgeest (Back to basic) naar de Gele Tijdgeest (Wellness is the new status). Daarom zocht ik een gele kleur, maar wel een gele kleur met diepgang. Food is the new fashion volgens mij, dus ik zocht een gele 'food' kleur. Kijkend naar de foodtrends kies ik dan voor een healthy food die in opkomst is en dat is kurkuma. Het is een kleur die staat voor 'healthy happiness'.

Peter is oprichter van BLOOM, trend & marketingbureau. Hun focus ligt op de veranderende tijdgeest, consumententrends, merkpositionering en marketingstrategie.

tobloom.nl



Geert van der Velden
Theatermaker, scenograaf

Volgend jaar is het 100 jaar geleden dat de Russische Revolutie uitbrak. Een nieuw tijdperk begon met avantgardistische kunst en nieuwe theatervormen als gevolg. Ook vandaag lijken we te dansen op de vulkaan. Het rommelt en borrelt onder onze voeten. De 'oude wereld' met haar normen en waarden brokkelt af en zal niet veel langer stand houden. Het wachten is op een eruptie waarin de vloeibare massa het oude wegvaagt en ruimte maakt voor een nieuwe voedingsbodem. Dit 'lava' rood staat voor actie, passie en sociale betrokkenheid.

Geert begon zijn loopbaan als decorontwerper voor diverse theatermakers en gezelschappen. Met Fields of Wonder maakt hij ervaringstheater en organiseert theatrale evenementen met oog voor maatschappij, cultuur en natuur.

fieldsofonder.nl



Sabien Duetz
*Creatief en commercieel
 marketingstrateeg*

Mijn kleur van 2017 is een titaniumachtige kleur, metallic met een kleurzweem. Veel kleuren in 2017 zijn gekleurde huidachtige neutralen of gekleurde bijna zwarten. De vloeibaarheid van de tijdgeest zie je in vorm en kleur. Alles gaat in elkaar over, blurring spaces, functions, colours.

Ook een merk kan alles zijn, te allen tijde en overall, zelfs je beste vriend. Merken worden de nieuwe kerken, mensen hebben behoefte aan verbinding met gelijkgestemde zielen. Dat merkte ik ook in Fondazione Prada, het onlangs geopende museum van Prada. De tentoonstelling van kunstenaar Tony Gragg op het dak van de Duomo in Milaan, was vloeibaar en eclectisch tegelijk. Eender bij de fotografie van Floto+Warner waarop kleur uit de aarde lijkt te spuiten.

Sabien is eigenaar van BIEN innovation een trend-, marketing- en conceptbureau dat trends omzet in merk- en business strategieën en van daaruit concrete cashende concepten ontwikkelt voor producten, winkels en diensten.

bieninnovation.nl

THE MILL #15 - NOVEMBER 2016





Carin Frijters

Retailadviseur

Ruimtes, winkelruimtes zijn steeds vaker hybride en laten meer neutraliteit zien. Geschikt voor het tonen van diverse (theater)voorstellingen om zo de juiste invulling te geven aan het moment.

Het aantal prikkels dat een mens per dag te verwerken krijgt, is overweldigend. Hoe begeleid je de behoefte aan stilte en geborgenheid? Je even kunnen terugtrekken in je eigen wereld?

Mijn kleur voor 2017 staat voor een nieuw begin, een leeg canvas, stilte in een transparante, vaak té hectische wereld.

Carin Frijters is eigenaar van CF retail, allround retail professional, retail spreker, inspirator en auteur van de retailboeken; Prikkel de Koopknop en het praktische vervolg RetailTheater.

cfretailadvies.nl



Farid Tabarki

Oprichter Studio Zeitgeist

Het tijdsbeeld van 2017 is eigenlijk geen kleur. We leven immers in een steeds transparantere wereld. Dankzij de opkomst van big data komen we steeds meer over onszelf en onze wereld te weten. Van belastingontduiking tot en met wie zich waar en wanneer bevindt, het is in toenemende mate bekend en opvraagbaar.

Ook ons lichaam wordt dankzij de opkomst van sensoren in bijvoorbeeld de oordopjes van onze slimme telefoons of de stappenteller van onze slimme horloges steeds transparanter.

Omdat we tegen steeds lagere kosten ook nog eens ons DNA in kaart kunnen brengen, is de meest passende kleur voor het tijdsbeeld van 2017 'Blood Red'.

Farid is oprichter van Studio Zeitgeist en wordt beschouwd als één van de meest invloedrijke mensen in Nederland. Met zijn studio leert hij bedrijven en overheidsinstellingen om te gaan met 'de vloeibare tijd'. Wie hem beter wil leren kennen, doet er goed aan zijn pas verschenen boek 'Het einde van het midden' te lezen.

studiozeitgeist.eu



Pernell Kusmus

Visagist voor House of Orange

Mijn keuze is de universele kleur van de schaduw. De schaduw is namelijk op ieder tijdstip en op elk werelddeel hetzelfde, maar kent vele nuances.

Een grijs tint, subtiel vermengd met andere kleuren. Daarom spreek Pantone Volcanic Glass mij erg aan. Het is melancholiek, mysterieus en er zit een paarse gloed in die het grijs toch levendig te laat zijn.

Deze kleur is toe te passen in allerlei producten; kleding, schoenen, makeup, meubels.

Het geeft rust en is heel beschaafd.

Pernell is als visagist internationaal werkzaam voor modebladen en runway shows. Ook deed hij koningin Maxima's visagie voor de spraakmakende fotoshoot van Erwin Olaf.

houseoforange.nl



Heleen van Gent

Creative director Global Aesthetics Center

Het Flexa kleurenpalet van 2017 dat ik met mijn team heb ontwikkeld gaat helemaal over balans. We zien brutale, opvallende kleuren in contrast met gedempte, lichtere tinten. Maar dé kleur van 2017 is Denim Drift. Deze blauwe tint geeft perfect de sfeer van het moment weer.

Het is een tijdloze kleur, veelzijdig en daardoor in staat om zich telkens aan te kunnen passen.

Bovendien is blauw een kleur die we elke dag tegenkomen; denk aan de lucht en de kleding die we dragen. Vertrouwd, verfijnd én veelzijdig.

Heleen ervaart dagelijks hoe bijzonder het is om met kleur te werken. Met haar internationale team ontwikkelt ze kleurconcepten en toepassingen daarvan voor een brede doelgroep.

flexa.nl



Tahir Idouri

Creative partner bij Millford

Al geruime tijd valt mijn oog telkens op een bepaalde kleur geel. Ik was er niet naar op zoek, het diende zich gewoon aan. En als je dat eenmaal constateert, kom je het overal tegen.

Voor mij geeft deze tint geel de fragiele balans van onze tijd weer omdat het zowel euforie als angst in zich draagt. Je voelt de samengebalde oerkracht van de zon en het onderhuidse vuur van de aarde. Maar er ligt ook een destructieve kracht op de loer die hysterie, krankzinnigheid en onrust voort kan brengen.

Tahir is via mode en industriële vormgeving bij packaging design en brand identities beland. Hij is een strategische creatief die met inzicht, creativiteit en instinct grote en kleine opdrachtgevers verder laat kijken.

millford.nl