

27 LIPCA 2021

## **LEXUS PUBLIKUJE RAPORT “THE ART OF FEELING MORE”: DOGŁĘBNE SPOJRZENIE NA PRZEWIDYWANE TRENDY I ZMIANY W ZACHOWANIACH OD 2022 ROKU**

**Świętując premierę nowego NX-a, Lexus odkrywa zdefiniowane na nowo priorytety społeczne i pokazuje, jak głębsze odczuwanie stało się sztuką.**

Raport zlecony przez Lexusa i opracowany we współpracy z globalnymi prognostykami trendów z Worth Global Style Network (WGSN) bardzo dokładnie przyjrzał się otwierającemu się po pandemii światu, ukazując trendy i zachowania, do których przywykliśmy w ostatnich 18 miesiącach oraz zmieniające się priorytety osób z różnych generacji.

Po okresie deprivacji sensorycznej staramy się czuć więcej w każdej chwili – od kontaktów z rodziną i przyjaciółmi, przez wyśmienitą kuchnię w domu, taniec, rozwój rozszerzonej biologii i Internetu 3.0, po prostą przyjemność porannego wstawania i związanymi z nim drobnymi rytuałami. Raport pokazuje, jak wielką wagę konsumenci przywiązują do doświadczania.

Obawy związane z migracją ludności, spowodowane czynnikami środowiskowymi i ekonomicznymi, doprowadziły do szacunków, według których 10% europejskich miast straci jedną czwartą populacji w ciągu najbliższych trzydziestu lat. Jedną z kwestii poruszanych w raporcie jest to, jak władze miast ulepszają dzielnice mieszkalne, aby powstrzymać odpływ ludności. Oczekuje się, że zachowania wakacyjne również ulegną drastycznej zmianie, ponieważ prawie 60% z nas planuje uniknąć zatłoczonych miejsc podczas następnej podróży.

Co sprawia, że dane miejsce jest najbardziej atrakcyjne dla konsumentów? Do 2030 r. turystyka kosmiczna ma być warta 2,5 miliarda euro, ale czy zwykli ludzie w ogóle mają w zasięgu to pozaziemskie doświadczenie?

Stworzony przez Lexusa z okazji premiery zupełnie nowego NX raport "The Art of Feeling More" pokazuje nam, że to, czego naprawdę chcemy od naszego życia – i od kupowanych przez nas produktów – to poczucie więzi: wartość, którą NX osiąga dzięki swojemu nowoczesnemu, intuicyjnemu systemowi obsługi auta, wyjątkowo ergonomicznemu wnętrzu oraz imponującym osiągom, które generowane są w sposób wyrefinowany i zrównoważony.

WGSN od ponad 20 lat prognozuje trendy dla najpotężniejszych marek na świecie. Rozległa sieć ekspertów branżowych pracujących w 15 biurach regionalnych dostarcza faktów i inspiracji dla ponad 43 000 projektantów produktów i twórców idei na 32 światowych rynkach. To sprawia, że WGSN jest idealnym partnerem dla Lexusa, aby przebić się przez szum i odkryć to, co jest naprawdę ważne w ciągle zmieniającym się świecie.

W ramach raportu Lexus poprosił czwórkę wyjątkowych artystów, tzw. Tastemakers, o zastanowienie się nad wynikami badań i podzielenie się tym, co przyniesie przyszłość w ich dziedzinach. W projekcie wzięli udział Daniel W. Fletcher, wschodząca gwiazda mody z Wielkiej Brytanii, pochodząca z Paryża fotografka Floriane de Lassée, ukraiński tancerz baletowy Oleg Ivenko oraz włoska dziennikarka i supergwiazda kulinarna Benedetta Parodi.

Uwzględniając ich przewidywania, wyniki badań fizyków i socjologów, a także pełny przegląd tego, co kupujemy i co lubimy, raport wskazuje na to, co nas ekscytuje. Dzięki temu Lexus może pomóc wszystkim, którzy siadają za kierownicą NX-a, odnaleźć znaczenie. Pełniejsze odczuwanie jest naprawdę formą sztuki.

Raport "The Art of Feeling More" jest dostępny online pod adresem [The Art of feeling more](#)