

# INFORMACJA PRASOWA



4 STYCZNIA 2022

## NOWY LEXUS NX W AKOMPANIAMENCIE KULTOWEGO PRZEBOJU DONNY SUMMER

**W nowej kampanii promocyjnej Lexus NX posłużył za inspirację do remiksu kultowego przeboju Donny Summer "I Feel Love" z wykorzystaniem najnowocześniejszej technologii binauralnej, która wywołuje efekt trójwymiarowego dźwięku.**

Lexus wprowadza na rynek zupełnie nowego NX-a z kampanią, która tworzy ponadczasową klamrę, by uchwycić emocje pokolenia i rozpocząć nowy rozdział w historii jednego z najbardziej udanych modeli marki. Szukając punktów wspólnych między autem oraz koncepcją "Witalność i Technologia" (Vitality x Tech), wybrano przełomowy przebój "I Feel Love", który zremiksowano z wykorzystaniem najnowocześniejszej technologii, by wywołać szczególne emocje u słuchaczy. Elektroniczna kompozycja zredefiniowała ten gatunek muzyczny, a Lexus przy pomocy innowacyjnych technik produkcji dźwięku nadał mu nowe brzmienie, by słuchacze mogli na nowo wsłuchać się jedną z najlepszych piosenek o miłości.

"I Feel Love" Donny Summer, utwór nostalgiczny i pełen energii, został zremiksowany przez nominowanego do nagród Grammy Neila Johnsona, a spot wyreżyserował Rob Chiu, który słynie z fascynujących efektów wizualnych i dbałości o jakość dźwięku. Narracja utworu została starannie skonstruowana, by zapewnić pełnię wrażeń sensorycznych. Spot został nakręcony tak, by uwypuklić połączenie kierowcy z nowym NX-em, a widz miał poczucie, że został przeniesiony do filmu. By odnosił wrażenie, że oddycha tym samym powietrzem, wciela się w rolę jeźdźca i trzyma się pewnie drogi za kierownicą auta.

Utwór został wyprodukowany w technologii Dolby Atmos, która pozwala każdemu instrumentowi, dźwiękowi i głosowi znaleźć swoją własną przestrzeń, by przenieść słuchacza do świata utworu, jednocześnie ujawniając każdy szczegół dźwięku z niezrównaną wyrazistością i głębią.

Wykorzystując miks technologii Dolby Atmos, do dźwięku dodano najnowocześniejsze technologie binauralne, które wywołują poczucie, że dźwięk tworzony jest przez mózg. Słyszając dwa tony dwójgiem uszu, każdy o innej częstotliwości, mózg jest w stanie wytworzyć dodatkowy słyszalny ton. Nazywa się on Binaural Beat, który powstaje w idealnej częstotliwości pomiędzy dwoma oryginalnymi tonami.

Badania pokazują, że różne częstotliwości i wzorce dudnień różnicowych wywołują różne reakcje w mózgu, które pomagają poczuć więcej, wzmacniając koncentrację (Gamma), poprawiając nastrój i skuteczność wykonywania zadań (Beta), ułatwiając odpoczynek (Alfa) oraz wywołując senność i zapewniając lepszy sen (Theta i Delta).

„Witalność i technologia” („Vitality x Tech”) była nadrzędną koncepcją nowego NX-a, gdzie „Vital” wyraża dynamiczną zwinność, a „Tech” oznacza innowacyjność. Dzięki takiemu podejściu możliwe było zastosowanie nowego języka projektowania, wykorzystanie pierwszego w Lexusie, elektrycznego napędu hybrydowego typu plug-in, osiągnięcie satysfakcjonujących wrażeń z jazdy w ramach Lexus Driving Signature, zaprojektowanie kokpitu kierowcy zgodnie z nową koncepcją Tazuna czy wykorzystanie zaawansowanych technologii z dziedziny bezpieczeństwa i multimedialności.

NX przyniósł wielkie zmiany w podejściu Lexusa do rozwoju nowych pojazdów. Zastosowano m.in. cyfrowe modelowanie oraz technologie komputerowe w procesach inżynierskich, by zapewnić jeszcze wyższy poziom jakości. Jednocześnie wykorzystanie wprawnej ludzkiej ręki, oka czy ucha mistrzów Takumi pozostaje niezbędne do osiągnięcia najwyższej jakości sensorycznej.

„Każdy element nowego Lexusa NX-a został stworzony tak, by odczuwać więcej w każdym momencie, dostarczając wrażeń na wielu poziomach. Tak samo podeszliśmy do kampanii promującej auto z wykorzystaniem kultowego przeboju „I Feel Love”. Stosując najnowocześniejsze technologie audio, poprawiliśmy wrażenia akustyczne utworu, by połączyć uczucie nostalgii z przejmującą ekscytacją” – powiedział Spiros Fotinos, szef Lexus Europe.

„Z przyjemnością zremiksowałem „I Feel Love”, a motyw przewodni Lexusa „Witalność i Technologia” dał nam duże pole do rozważań podczas opracowywania koncepcji kampanii. Zainspirował nas fakt, że możemy połączyć tradycyjnie ważny element reklamy - muzykę, z zupełnie nową technologią binauralną i Dolby Atmos, aby stworzyć coś, co naprawdę wywoła reakcję wpisującą się w koncepcję „Feel more”. Efektem jest kampania łącząca sztukę i technologię, aby zapewnić widzom przyjemne doznania” – powiedział Neil Johnson, Sound Supervisor kampanii.

Kampania Lexus "Feel More" dostępna jest online.