



### Lifestyle

#### INITIATIVA LIFESTYLES OF HEALTH AND SUSTAINABILITY

Firma de consultanta in comunicare integrata, PRAIS Corporate Communications, a lansat in luna mai "Initiativa LOHAS", o linie completa de servicii PR si marketing strategic care are ca obiectiv promovarea pietei produselor si serviciilor realizate prin practici de afaceri economic sustenabile, prietenoase fata de mediul inconjurator. Initiativa LOHAS -PRAIS se va materializa incepind cu acest an, printr-o serie de dezbateri publice, campanii de informare la nivel national, conferinte, seminarii, in paralel cu dezvoltarea unor proiecte si a unui concurs national.

LOHAS este acronimul pentru Lifestyles of Health and Sustainability (stiluri de viata sanatoase si durabile) este un termen care desemneaza un segment de piata cu o crestere spectaculoasa in America de Nord, Europa Occidentala, Japonia si Australia. Centrata, in principal, pe patru directii distincte - sanatate (stiluri de viata sanatoase), mediu (ecologie, stiluri de viata ecologice), dezvoltare personala si economie durabila - piata LOHAS este masurata si evaluata constant de Institutul de Marketing Natural (NM I) din Statele Unite, cel care a creat acest concept.

Consumatorii LOHAS doresc sa stie „de unde vine?”, „cine l-a produs?”, „in ce este ambalat?” un anumit produs si „ce se va intampla cu el dupa ce il arunc?”. Denumiti si “creativi culturali” de catre sociologul american Paul H. Ray, acestia desemneaza un larg segment de consumatori educati din societatea occidentala, care iau decizii constiente de cumparare si investitii, bazate pe solide valori sociale si culturale.

Diverse industrii au hotarat sa se alature miscarii eco. Producatorii mari de automobile, Toyota, Ford, Chrysler, Audi, BMW, Porsche, ne propun variante „hibrid” sau electrice de autovehicole. Companiile multinationale din industria alimentara si a bauturilor racoritoare dezvolta game intregi de produse - functional food - sanatoase pentru organismul uman. Industria cosmeticelor promoveaza substante active naturale, iar suplimentele alimentare abunda in farmacii. Agentiile de turism ne ofera SPA, rapita a devenit sursa de combustibili alternativi, energia eoliana sau panourile solare sunt utilizate.

#### **O piata globala de peste 500 de miliarde de dolari**

The New York Times a denumit LOHAS drept “cea mai mare piata despre care nu ati auzit vreodata”. Cercetari internationale estimeaza piata LOHAS ca avand o valoare globala de peste 550 de miliarde de dolari US, in acest moment. Cresteri spectaculoase sunt insa asteptate in urmasorii 10 ani. Doar in Statele Unite, in cadrul forumului LOHAS de anul trecut, expertii au revelat faptul ca, pana in 2015, piata LOHAS va creste de patru ori, atingand 845 miliarde USD.

Autor: Andreea Negrea