

# A casa como Hub

Nos últimos cinco anos, a casa evoluiu substancialmente e os consumidores estão habitando e comprando para este espaço de maneiras completamente novas. Desde o papel das redes sociais na exposição da casa, passando pelo co-living e a necessidade de se sentir 'em casa em qualquer lugar', até o impacto da pandemia em como vivemos em casa, a WGSN rastreou o crescimento constante do 'hub' doméstico e identificou cada mudança ao longo do caminho.



## 2015

Em 2015, publicamos na matéria 'Housewarming': "as casas são transformadas em portos seguros, confortáveis e aconchegantes, mas também acolhedoras para os outros."

No mesmo ano, o Snapchat está em alta, e os vloggers começam a fazer tours por casas que abrem seus quartos, banheiros e até geladeiras para o mundo ver.

2015 é também o ano do surgimento de espaços de co-working. O WeWork se expande globalmente e espaços de co-working começam a surgir dentro de lojas e hotéis, com a necessidade de que esses espaços sejam mais caseiros e acolhedores.

## 2017

Em 2017, exploramos o cenário emocional da casa e como o significado do lar está se transformando e evoluindo para os consumidores. "Casa significa santuário: hora de voltar para casa."

A Ikea faz sucesso na Milan Design Week 2017 com sua maior presença – ocupando um armazém de 3.500 m<sup>2</sup> para seis dias promovendo encontros com foco em casa e workshops.

Em 2018 as start-ups D2C convergem para o lar: novas marcas, incluindo Feather, Harth, Buffy, Inside Weather, Made In e Year & Day geram burburinho por vender conforto e incentivar o 'JOMO' (joy of missing out, em inglês).

## 2018

Em 2019, confirmamos a tendência do hub doméstico, uma vez que pesquisas de longo prazo mostram que estamos gradualmente passando mais tempo em casa, com os jovens de 18 a 24 anos passando 70% mais tempo dentro dela. Habilitados pela tecnologia, os consumidores estão cada vez mais trazendo atividades de fora de casa para dentro dela.

Pre vemos o hub doméstico como uma de nossas Grandes Idéias para 2021, aconselhando as marcas a "entrar nesta área de rápido crescimento de gastos com estilo de vida e aproveitar a oportunidade para estender as linhas e expandir as ofertas de forma inteligente".

No final de 2019, o Pinterest incluiu o hub doméstico como uma tendência principal no Pinterest 100 para 2020, destacando o aumento de pins e pesquisas em casa e aninhamento.

## 2019

Em 2020, o conceito de casa com hub acelera conforme a pandemia atinge estilos de vida em todo o mundo e as pessoas são forçadas a passar a maior parte do tempo em casa. Em maio, destacamos o surgimento do Domestic Cozy, uma direcionamento para casas e estilo de vida confortáveis e descontraídas, que aponta para o futuro da tendência.

À medida que os lockdowns aumentam, esses novos hábitos permanecem e, no final de 2020, a Accenture declara a década de 2020 como "a década do lar".

## 2020