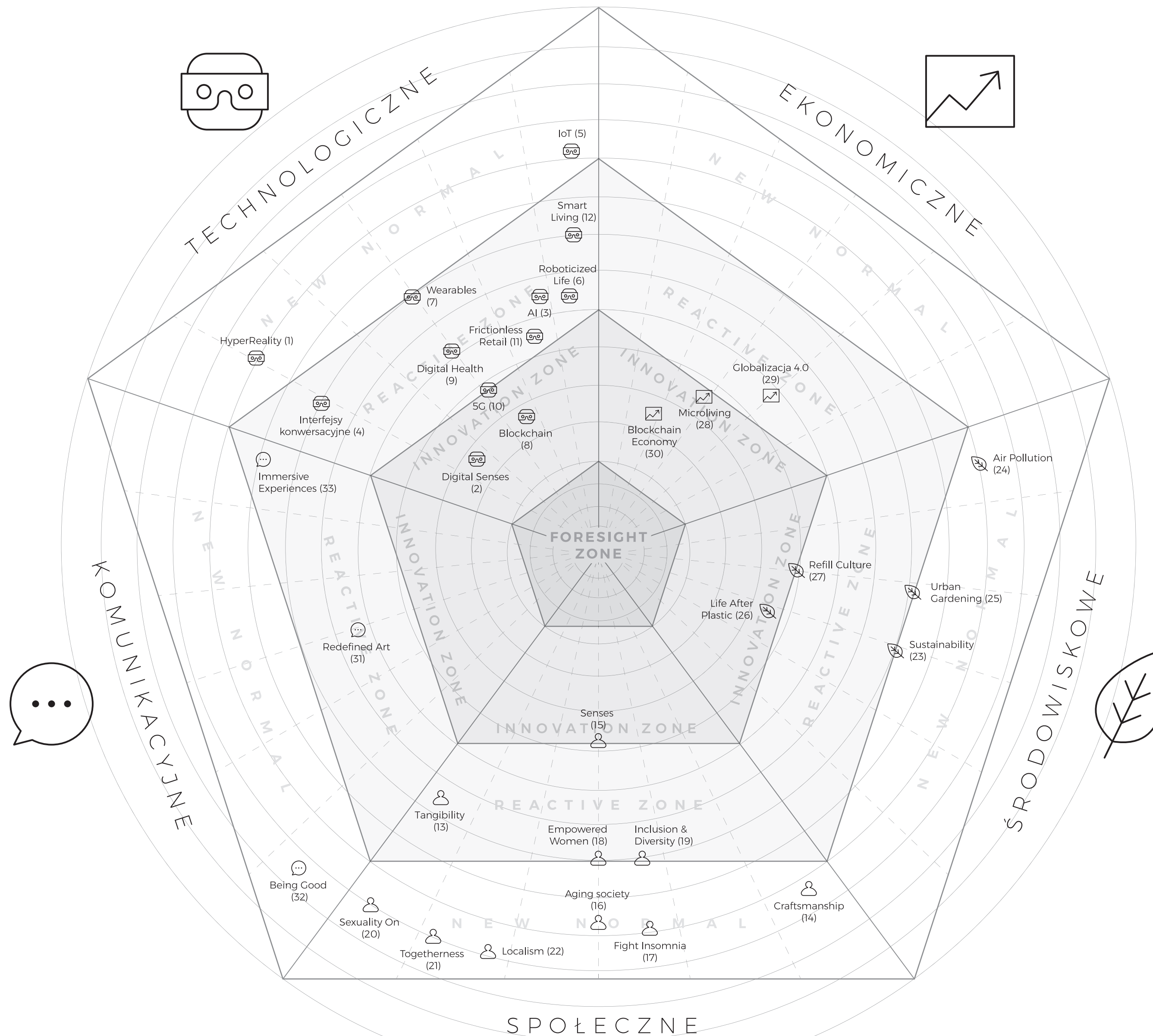


MAPA TRENDÓW 2019



JAK CZYTAĆ MAPĘ TRENDÓW?

Na mapie znajduje się 5 rodzajów trendów (technologiczne, ekonomiczne, środowiskowe, społeczne i komunikacyjne). Każdy z trendów dodatkowo umieszczony jest w strefie wskazującej na poziom jego dojrzałości (cztery strefy dojrzałości: foresight, innovation, reactive oraz new normal). Im bliżej środka pięciokąta, tym trend potrzebuje więcej czasu (według aktualnego stanu wiedzy i tempa jego rozwoju), aby stać się trendem wiodącym. Trendy z różnych kategorii wchodzą też w relacje między sobą - im bliżej granicy kategorii znajduje się trend, tym bardziej związany jest z tą drugą kategorią.

TECHNOLOGICZNE

1. HyperReality

Trend, w którym dzięki rozwiązaniom technologicznym (VR, AR) zwiększa się doznania związane z postrzeganiem fizycznej rzeczywistości i realnego świata.

2. Digital Senses

Przeniesienie zmysłów (smak, zapach, dotyk) do cyfrowego świata; digitalizowanie zmysłów innych niż wzrok.

3. AI

Rozwiązania oparte o sztuczną inteligencję, big data i sieci neuronowe.

4. Interfejsy konwersacyjne (open air design, voice control, sound interface)

Wykorzystywanie w komunikacji asystentów głosowych, ale także chatbotów.

5. IoT

Internet rzeczy, wszelkiego rodzaju rozwiązania podłączone do internetu, inteligentne i komunikujące się ze sobą.

6. Robotized Life

Wykorzystywanie automatyzacji i robotów w codziennym życiu, do pomocy w codziennych obowiązkach, w opiece nad starszymi osobami, w edukacji, terapii etc.

7. Wearables

Urządzenia ubieralne, dokonujące wszelkiego rodzaju pomiarów aktywności, funkcjonowania organizmu etc.

8. Blockchain

Wszelkiego rodzaju rozwiązania oparte o system bloków (blockchain); technologia głównie wykorzystywana obecnie w branży finansowej, ale jej potencjał jest zdecydowanie szerszy.

9. Digital Health

Cyfrowe rozwiązania w obszarze szeroko pojętego zdrowia.

10. 5G

Technologia mobilna 5 generacji, nowy standard sieci komórkowej.

11. Frictionless Retail

Rozwiązania z obszaru handlu, które umożliwiają bezproblemowe, szybkie, automatyczne wręcz robienie zakupów.

12. Smart Living

Rozwiązania (głównie oparte o nowe technologie), które pozwalają, aby nasze codzienne życie było łatwiejsze, przyjemniejsze, bardziej energooszczędne i tańsze.

SPOŁECZNE

13. Tangibility

Z ang. namacalność, trend wpisujący się w szerszy trend „senses”, w ramach którego konsumenci mają silną potrzebę fizycznego doświadczania świata.

14. Craftsmanship

W dobie globalizacji, gdzie wszystko wszędzie jest w zasadzie takie samo, ludzie zaczynają doceniać prace ludzkich rąk, lokalnych rzemieślników.

15. Senses

Jeden z najsilniejszych aktualnie trendów, w świecie opartym głównie na zmysle wzroku, ludzie podświadomie kierują się w stronę doświadczania świata innymi zmysłami: słuchem, smakiem, dotykem, węchem.

16. Aging Society

Starzejące się społeczeństwo - ludzie nie tylko żyją coraz dłużej, ale coraz więcej starych ludzi jest (i będzie) w społeczeństwie.

17. Fight Insomnia

Rozwiązania technologiczne służące walce z jedną z największych aktualnie chorób cywilizacyjnych, bezsennością.

18. Empowered Women

Trend określane także jako #girlpower, #womenomics - mówi o rosnącej roli kobiet w życiu społecznym, ekonomicznym, politycznym etc.

19. Inclusion & Diversity

Inkluzywność i różnorodność, trend niezwykle istotny ze względu na gospodarkę innowacji, w której aktualnie funkcjonujemy; mówi o różnorodności grup społecznych i konieczności włączania ich w aktywne działania

20. Sexuality On

Trend, w ramach którego seks i seksualność nie są już tematami tabu, coraz częściej mówi się o nich w otwarty sposób.

21. Togetherness (social gatherings)

Wyraźny trend spędzania czasu wspólnie z innymi ludźmi, w świecie fizycznym i realnego świata, w przestrzeni miejskiej.

22. Localism

Antytrend do globalizacji, podkreśla, że to co lokalne jest lepsze, bardziej autentyczne, bardziej wartościowe.

ŚRODOWISKOWE

23. Sustainability

Zrównoważony rozwój, dbanie o środowisko naturalne, wyczerpujące się zasoby, świadoma konsumpcja.

24. Air Pollution

Wszelkie akcje związane z przeciwdziałaniem zanieczyszczeniu środowiska.

25. Urban Gardening

Trend związany z uprawianiem ogrodów w miastach, na balkonach, parapetach, dachach, w przestrzeni miejskiej.

26. Life After Plastic

Trend środowiskowy zwracający uwagę na nadmierne wykorzystanie plastiku, zwłaszcza jednorazowo; szukanie alternatyw dla plastiku.

27. Refill Culture

Podtrend w szerszym trendzie Life after Plastic i świadomej konsumpcji; polegający na wielokrotnym wykorzystywaniu danych zasobów; widoczny w branży food, beauty i fashion.

EKONOMICZNE

28. Microliving

Trend związany z postępującą urbanizacją, zakładający, że w przyszłości będziemy mieszkać na coraz mniejszych powierzchniach.

29. Globalizacja 4.0

Nowe podejście do ekonomii, rozwoju społeczeństw, polityki - odchodzące od produkcji i konsumpcji w kierunku „sharing and caring”.

30. Blockchain Economy

Rozwiązania, produkty i usługi oparte o blockchain, wpisujące się w nowy nurt gospodarki opartej o transparentność.

KOMUNIKACYJNE

31. Redefined Art

Wykorzystywanie sztuki, instalacji artystycznych jako nowej formy komunikacji, zacieśnienie współpracy pomiędzy markami komercyjnymi a artystami z różnych obszarów.

32. Being Good

Trend, w którym marki biorą odpowiedzialność za świat, w którym funkcjonują; podejmują działania społeczne, proekologiczne.

33. Immersive Experiences

Trend związany z potrzebą odczuwania świata wszystkimi zmysłami; aktywności realizowane przez marki, które to umożliwiają.

Opracowanie: infuture hatalska foresight institute, luty 2019.

Jak przełożyć trendy na konkretne rozwiązania biznesowe?
Które pomysły wybrać do realizacji?
Umów się na **WARSZTATY TRENDOWE**
„Trend Screening”
marek.gawdzik@infuture.institute



LEGENDA - DOJRZAŁOŚĆ TRENDU

FORESIGHT ZONE - perspektywa długoterminowa, trend potrzebuje >20 lat, żeby wejść do mainstreamu
INNOVATION ZONE - perspektywa średnioterminowa, trend potrzebuje 5>20 lat, żeby wejść do mainstreamu
REACTIVE ZONE - perspektywa krótkoterminowa, trend potrzebuje 1>5 lat, żeby wejść do mainstreamu
NEW NORMAL - aktualne, wiodące trendy