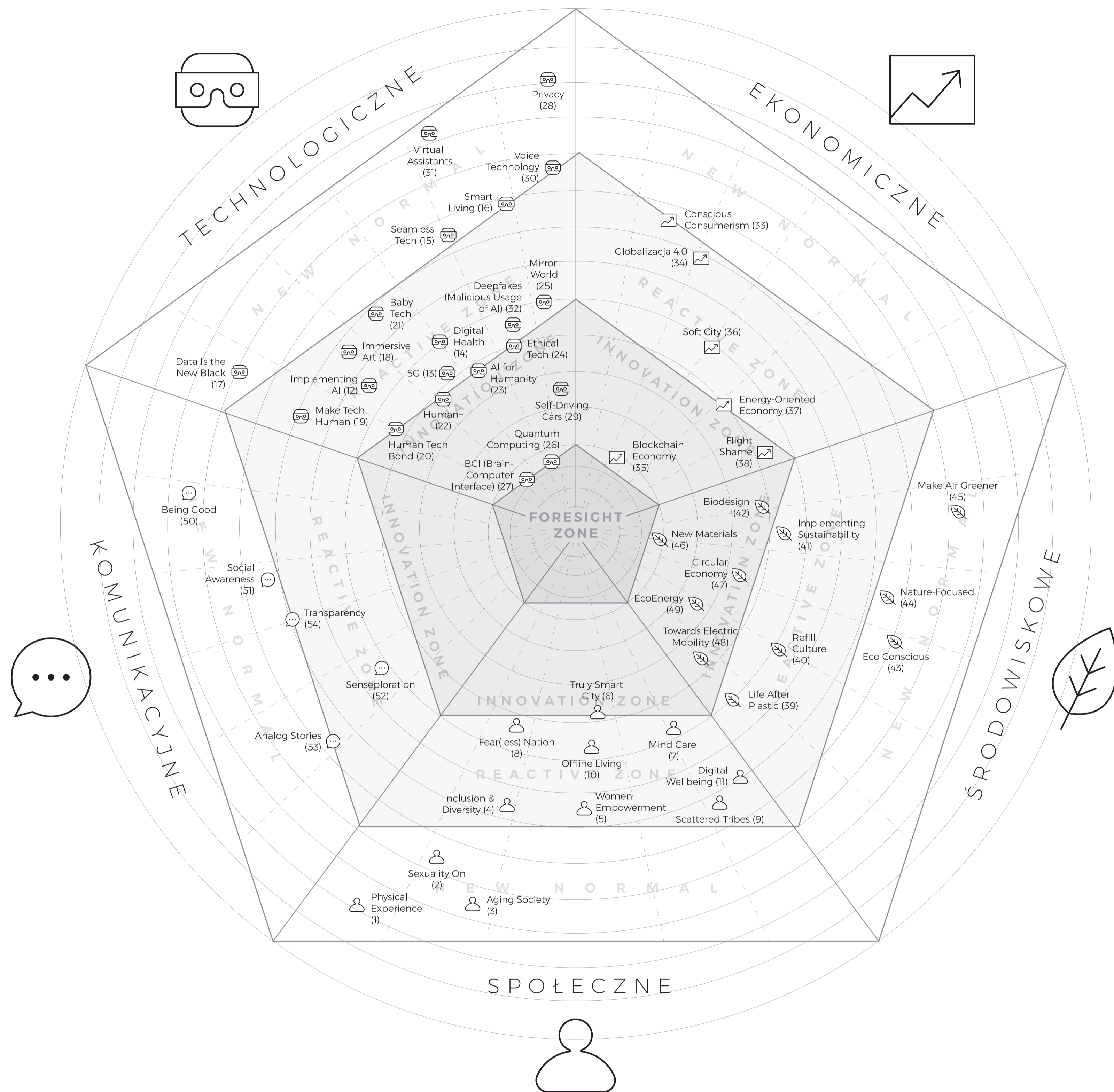


MAPA TRENDÓW 2020



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.

SPOŁECZNE

- 1. Physical Experience**
Trend związany z rosnącą potrzebą realnego doświadczenia i fizycznym angażowaniem odbiorców zarówno w świecie wirtualnym, jak i offline.
- 2. Sexuality On**
Trend, w ramach którego seks i seksualność nie są już tematami tabu. Coraz częściej mówi się o nich w sposób otwarty, także m.in. o seksie osób starszych czy niepełnosprawnych.
- 3. Aging Society**
Do 2050 roku o trzeci Europejczyk będzie miał ponad 60 lat. Trend Aging Society odpowiada na potrzeby nowej grupy, której aktywność w różnych obszarach życia będzie się zwiększać.
- 4. Inclusion & Diversity**
Inkluzywność i różnorodność to trend, który wskazuje na rosnącą potrzebę otwartości na wszystkie grupy społeczne oraz wspieranie ich aktywności.
- 5. Women Empowerment**
Trend, określane także jako #girlpower czy #womenomics, dotyczy rosnącej roli kobiet w życiu społecznym, ekonomicznym czy politycznym.
- 6. Truly Smart City**
Truly Smart City to miasto tworzone w myśl zasady szeroko pojętego zrównoważonego rozwoju, gdzie technologia jest jednym z narzędzi budowania bezpiecznej, efektywnej i funkcjonalnej przestrzeni.
- 7. Mind Care**
Mind Care to trend, którego założeniem jest osiągnięcie w społeczeństwie tzw. mental wellbeing (dobrostanu psychicznego). Obejmuje wszystkie działania związane z szeroko pojętą kategorią zdrowia psychicznego.
- 8. Fear(less) Nation**
Rozwiązania i inicjatywy przedstawione w obrębie tego trendu koncentrują się na budowaniu społeczeństwa odpornego na dezinformację, świadomego i odpowiedzialnego.
- 9. Scattered Tribes**
Trend Scattered Tribes nawiązuje do grup zbudowanych ponad klasycznymi podziałami społecznymi. Przynależność jednostki do grupy określona jest np. przez wartości i zainteresowania.
- 10. Offline Living**
Trend wskazuje na celowe ograniczenie korzystania z technologii na rzecz życia poza światem cyfrowym.
- 11. Digital Wellbeing**
Coraz bardziej zdajemy sobie sprawę z negatywnego wpływu technologii nie tylko na nasze zdrowie, ale także np. na środowisko. JOMO (Joy of Missing Out) czy digital detox to jeden ze sposobów na zachowanie równowagi pomiędzy światem online a offline.

TECHNOLOGICZNE

- 12. Implementing AI**
Implementacja sztucznej inteligencji do rozwiązań, które oparte są o big data i sieci neuronowe wdrażane w wielu obszarach życia. Aktualnie znajdują się one na wstępnym etapie rozwoju.
- 13. 5G**
Nowa generacja technologii mobilnej piątej generacji ma szansę zmienić i przyspieszyć rozwój wielu obszarów, m.in. transportu, internetu rzeczy, telemedycyny czy inteligentnych miast.
- 14. Digital Health**
Trend wskazujący na rozwój cyfrowych rozwiązań w obszarze szeroko pojętego zdrowia w oparciu o m.in. takie technologie jak VR, AR, AI czy IoT.
- 15. Seamless Tech**
Seamless Tech to trend, w ramach którego technologia, wpisując się w codzienne życie człowieka, staje się dla niego prawie niedostrzegalna.
- 16. Smart Living**
W ramach tego trendu rozwiązania oparte głównie o nowe technologie wspierają codzienne życie człowieka tak, aby było łatwiejsze.
- 17. Data Is the New Black**
Trend, który mówi o rosnącej roli danych. Bazowanie na analizie i interpretacji danych, czyli tzw. „data-driven approach” to obecnie jeden z najważniejszych elementów cyfrowej transformacji.

18. Immersive Art

To trend mówiący o coraz częściej spotykanym połączeniu sztuki i technologii, w ramach którego powstają rozwiązania w pełni angażujące odbiorcę.

19. Make Tech Human

Make Tech Human, czyli trend wskazujący na coraz większą rolę technologii w służbie człowiekowi.

20. Human Tech Bond

W tym trendzie technologia pełni rolę pośrednika pomiędzy ludźmi. Dzięki m.in. rozwojowi technologii haptycznych urządzenia pozwalają nam odczuwać fizyczną obecność drugiego człowieka.

21. Baby Tech

Technologie (w tym m.in. IoT, VR, AI) wkraczają już we właściwie każdy obszar naszego życia. Obecnie wspierają rodziców w tym głównie opiekowaniu i zdrowie ich dzieci.

22. Human+

Trend Human+ dotyczy rozwoju obszarów i rozwiązań związanych z usprawnianiem ciała człowieka przy pomocy technologii, tak, aby przezwycięzać ludzkie ograniczenia.

23. AI for Humanity

Trend AI for Humanity dotyczy tych rozwiązań, gdzie człowieczeństwo to priorytet. Sztuczna inteligencja może być wykorzystana już w każdej dziedzinie: od medycyny, przez sport, edukację, aż po kulturę i sztukę.

24. Ethical Tech

Dynamiczny rozwój sztucznej inteligencji (w tym wybory dokonywane przez AI na tle rasistowskim i szowinistycznym) sprawia, że coraz więcej mówi się o potrzebie stworzenia kodeksu, w myśl którego sztuczna inteligencja miałaby rozwijać się i funkcjonować.

25. Mirror World

Rozwijane wciąż technologie z obszaru XR (Extended Reality) dążą w kierunku świata, w którym wszystko ma swój odpowiednik i reprezentację w świecie cyfrowym.

26. Quantum Computing

Komputery kwantowe znajdują się na wczesnym etapie rozwoju. Jednak już dziś wiemy, że rozwój ten redefiniuje takie pojęcia, jak wydajność, szybkość działania czy bezpieczeństwo danych.

27. BCI (Brain-Computer Interface)

Trwają zaawansowane badania nad stworzeniem interfejsu, który umożliwiłby komunikację pomiędzy mózgiem a urządzeniem zewnętrznym. Takie rozwiązanie może całkowicie zmienić nasz sposób komunikacji oraz relację z technologią w przyszłości.

28. Privacy

W świecie fake newsów (w tym rosnącej liczbie danych, śladów naszej działalności i zachowań w sieci) walka o prywatność staje się ważnym wyzwaniem współczesności.

29. Self-Driving Cars

Coraz częściej mówi się o wpływie samochodów autonomicznych na wiele obszarów naszego życia, w tym funkcjonowania miast czy utrzymanie bezpieczeństwa. Z pewnością ich pojawienie się na rynku zrewolucjonizuje wiele branż.

30. Voice Technology

Wykorzystywanie w komunikacji asystentów głosowych czy chatbotów jest już wdrażane w przemyśle, m.in. w branży FMCG, ale rozwój tej technologii będzie wkraczał we wszystkie obszary naszego życia.

31. Virtual Assistants

Ten trend zawiera w sobie działania, w ramach których budowane jest świadome społeczeństwo – posiadające wiedzę i zdolność krytycznego myślenia.

32. Deepfakes (Malicious Usage of AI)

Sztuczna inteligencja pozwala dziś na taką obróbkę obrazu i głosu, która stwarza fałszywy przekaz, bardzo bliski autentycznemu. Takie działania coraz częściej wykorzystywane są do celu manipulacji czy kompromitacji osób publicznych.

EKONOMICZNE

33. Conscious Consumerism

Conscious Consumerism to trend, który nawiązuje do rosnącej świadomości konsumentów oraz odpowiedzialnego tworzenia produktów przez marki.

34. Globalizacja 4.0

Globalizacja 4.0 to obszar łączący rozwiązania i idee, które odpowiadają na zmieniające się potrzeby i realia współczesnego, zdigitalizowanego świata oraz firm i organizacji w nim funkcjonujących.

35. Blockchain Economy

Rozwiązania, produkty i usługi oparte o blockchain (zdecentralizowaną i rozproszoną bazę danych), wpisują się obecnie w nowy nurt gospodarki opartej o transparentność.

36. Soft City

Soft City to idea miasta niesilosowego, w którym mieszkańcom łatwiej jest wchodzić w relacje ze sobą i otaczającymi ich miejscami. Technologia jest jednym z narzędzi wspierających ten proces.

37. Energy-Oriented Economy

Dziś gospodarka powinna być zorientowana na świadome i zrównoważone korzystanie z zasobów, dlatego tak ważny jest tu obszar związany z energetyką przyszłości, która staje się znaczącym motorem rozwoju gospodarczego.

38. Flight Shame

W dobie rosnącej świadomości środowiskowej trend ten wskazuje na poczucie odpowiedzialności za kondycję środowiska i rezygnację z podróży lotniczych na rzecz takich o niższym śladzie węglowym.

ŚRODOWISKOWE

39. Life After Plastic

Trend środowiskowy zwracający uwagę na nadmierne wykorzystanie plastiku (zwłaszcza jednorazowego) oraz na szukanie równie wytrzymałych i tanich alternatyw dla tego materiału.

40. Refill Culture

Refill Culture to podtrend w szerszym trendzie Life After Plastic polegający na wielokrotnym wykorzystaniu zasobów, w tym głównie opakowań.

41. Implementing Sustainability

Trend Implementing Sustainability to rozwiązania skupione wokół Celów Zrównoważonego Rozwoju ustanowionych przez ONZ. Wśród nich są m. in. takie postulaty jak eliminacja ubóstwa, ochrona środowiska naturalnego czy promocja zrównoważonego przemysłu.

42. Biodesign

W ramach trendu Biodesign wykorzystuje się żywe organizmy (w tym m.in. grzyby, bakterie czy glony) do produkowania zrównoważonych materiałów.

43. Eco Conscious

Społeczeństwo jest coraz bardziej świadome naszego niszczyielskiego wpływu na planetę. W trend ten wpisują się zatem aktywności mające na celu przeciwdziałanie postępującemu konsumpcjonizmowi i materializacji.

44. Nature-Focused

Coraz częściej zaczynamy postrzegać naturę jako źródła ludzkiego dobrostanu. Trend Nature-Focused nawiązuje do działań w kontekście m.in. ochrony środowiska i dbania o bioróżnorodność.

45. Make Air Greener

Trend Make Air Greener w widoczny sposób wskazuje na istotę wykorzystania roślin i zieleni do oczyszczania powietrza, zarówno w kontekście społecznym jak i środowiskowym. Jego rozwój widzimy w dwóch skalach: makro (np. w miastach) i mikro (np. w domach).

46. New Materials

Trend ten wskazuje na wykorzystanie m.in. sztucznej skóry do tworzenia nowych produktów codziennego użytku, wpisując się w zrównoważone podejście do designu.

47. Circular Economy

Trend Circular Economy zakłada, że wartość produktów, materiałów i zasobów ma być utrzymywana w gospodarce tak długo jak to możliwe, by w efekcie ograniczyć wytwarzanie odpadów do minimum.

48. Towards Electric Mobility

W ramach tego trendu samochody elektryczne stają się integralną częścią inteligentnego, zrównoważonego miasta. Tym samym, Trend Towards Electric Mobility ma istotny wpływ na rozwój trendu Implementing Sustainability.

49. EcoEnergy

Rosnąca świadomość energetyczna i lobbying ekologiczny sprawia, że rynek i zainteresowanie odnawialnymi źródłami energii stale wzrasta.

KOMUNIKACYJNE

50. Being Good

Trend, według którego marki stawiają pierwsze kroki w kierunku wzięcia odpowiedzialności za świat, w którym funkcjonują (w tym walka o różnorodność, zrównoważoną produkcję czy niwelowanie gender gap).

51. Social Awareness

Ten trend zawiera w sobie działania, w ramach których budowane jest świadome społeczeństwo – posiadające wiedzę i zdolność krytycznego myślenia.

52. Senseploration

W opozycji do okulocentryzmu stoi trend Senseploration mówiący o potrzebie doświadczania świata wszystkimi zmysłami (nie tylko wzrokiem), uwzględniając digital i analog senses.

53. Analog Stories

Rozwiązania i inicjatywy przedstawione w obrębie tego trendu koncentrują się na budowaniu społeczeństwa, które przesycone digitalizacją, zaczyna świadomie żyć, coraz częściej wybierając doświadczenia analogowe zamiast cyfrowych.

54. Transparency

Trend wskazujący na rosnącą rolę transparentności, przejrzystości i autentyczności w wielu obszarach naszego życia (zarówno zawodowego, jak i prywatnego).

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

Opracowanie: infuture.institute, styczeń 2020.