

TREND VISION 2020

Как сделать
будущее
управляемым

GAME CHANGERS



Trend Vision 2020

Мир осмысливает последствия шока, вызванного глобальной пандемией COVID-19.

Неопределенность все еще велика. Мы пока не знаем, будет ли вторая волна или дальнейшие отголоски, и какой, в конечном итоге, окажется наша «новая реальность».

В фокусе Trend Vision 2020 – работа с построением будущего. Мы говорим о трендах, сигналах изменений и о том, как их анализировать, **чтобы будущее, в котором этот кризис вряд ли будет последним, казалось не пугающим «черным ящиком», а площадкой для интересных успешных экспериментов** ориентированных на долгосрочную устойчивость брендов и компаний.



КРИЗИС,
НЕ ПОХОЖИЙ
НИ НА КАКОЮ
ДРУГОЮ,

НЕОПРЕДЕЛЕННЫЕ
ПЕРСПЕКТИВЫ
ВОССТАНОВЛЕНИЯ

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЗОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ
2. LIFE STAGE. Восприятие кризиса в зависимости от этапа жизни
3. СОЗИДАТЕЛЬНАЯ РОЛЬ КРИЗИСОВ
4. В ПОИСКАХ БАЛАНСА
 - Безопасность физическая – Безопасность цифровая
 - Технологичность – Человечность
 - Онлайн – Офлайн
 - Ускорение – Замедление
 - Экология – Экономика
5. ИНДИКАТОРЫ ИЗМЕНЕНИЙ
6. ОРИЕНТИРЫ НА БУДУЩЕЕ

ОБЗОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

COVID-19 И ЕГО ПОСЛЕДСТВИЯ

Период нерабочих дней

Для предотвращения распространения коронавирусной инфекции в России были объявлены нерабочие дни с 30 марта по 5 апреля 2020.

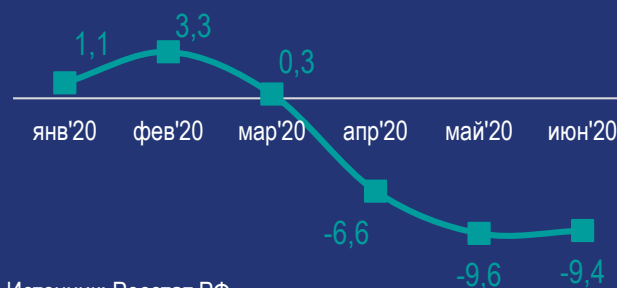
Позже период нерабочих дней с сохранением заработной платы дважды продлевался и завершился 11 мая.

Падение промышленного производства

Динамика падения промышленного производства в РФ в июне в годовом выражении почти не изменилась по сравнению с маем 2020.*

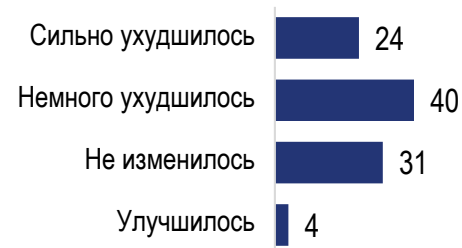
Наибольший спад – в сырьевом секторе

Динамика промышленного производства в РФ, %



Источник: Росстат РФ

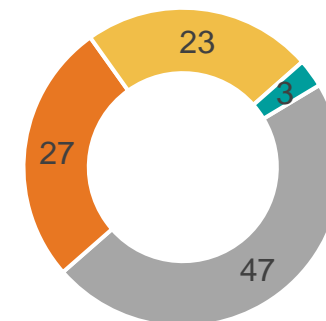
Влияние COVID-19 на материальное положение семьи



Q: Как COVID-19 повлиял на финансовое положение Вашей семьи, учитывая все денежные поступления - зарплата, пенсии, пособия и т.п. – в течение последних 7 дней?

Зарплата из-за COVID-19...

- Не изменилась
- Снизилась при том же объеме работы
- Снизилась как и объем работы
- Увеличилась



Источник: Ipsos Adapt! Июнь 2020
База: 18-65 лет, города-миллионники, N=3000

ВОССТАНОВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКИ РФ

ЗАПЛАНИРОВАНО В ТРИ ЭТАПА

План правительства Российской Федерации по восстановлению экономики рассчитан на три этапа. Он содержит 500 мероприятий с общим бюджетом примерно в 5 трлн руб. за два года.

Первый этап

Срок – до конца 3 кв. 2020 г. Стабилизировать ситуацию, не допустить дальнейшего падения доходов населения

Второй этап

Срок – до 2 кв 2021 г. Завершить процесс восстановления экономики, снизить уровень безработицы, обеспечить рост доходов граждан до уровня, сопоставимого с 2019 г.

Третий этап

Срок – 3-4 кв 2021 г. Выход на устойчивый экономический рост

В июле 2020 года из указа о национальных целях развития России до 2030 года исчезла цель для России войти в пятерку крупнейших экономик мира, которая была сформулирована в указе 2018 года. Причиной обозначена неблагоприятная конъюнктура рынка.

Готовность потребителей вернуться к «прежней жизни» после снятия всех ограничений, %



Источник: Ipsos [Adapt!](#) Июнь 2020
База: 18-65 лет, города-миллионники, N=3000

Мне будет комфортно, если ограничения...

- Будут либо ослаблены, либо сняты
- Будут полностью сняты
- Будут только ослаблены
- Не устроит ни то, ни другое



Источник: Ipsos Global Advisor. [Resumption vs Protection](#)
База: 16-74 лет. Апр 24 – Май 8 2020. N=19 000

ВОЗВРАТ К РОСТУ ВВП

ОЖИДАЕТСЯ В 2021 ГОДУ

Падение ВВП в 2020 больше, чем в 2014, но меньше, чем 2009

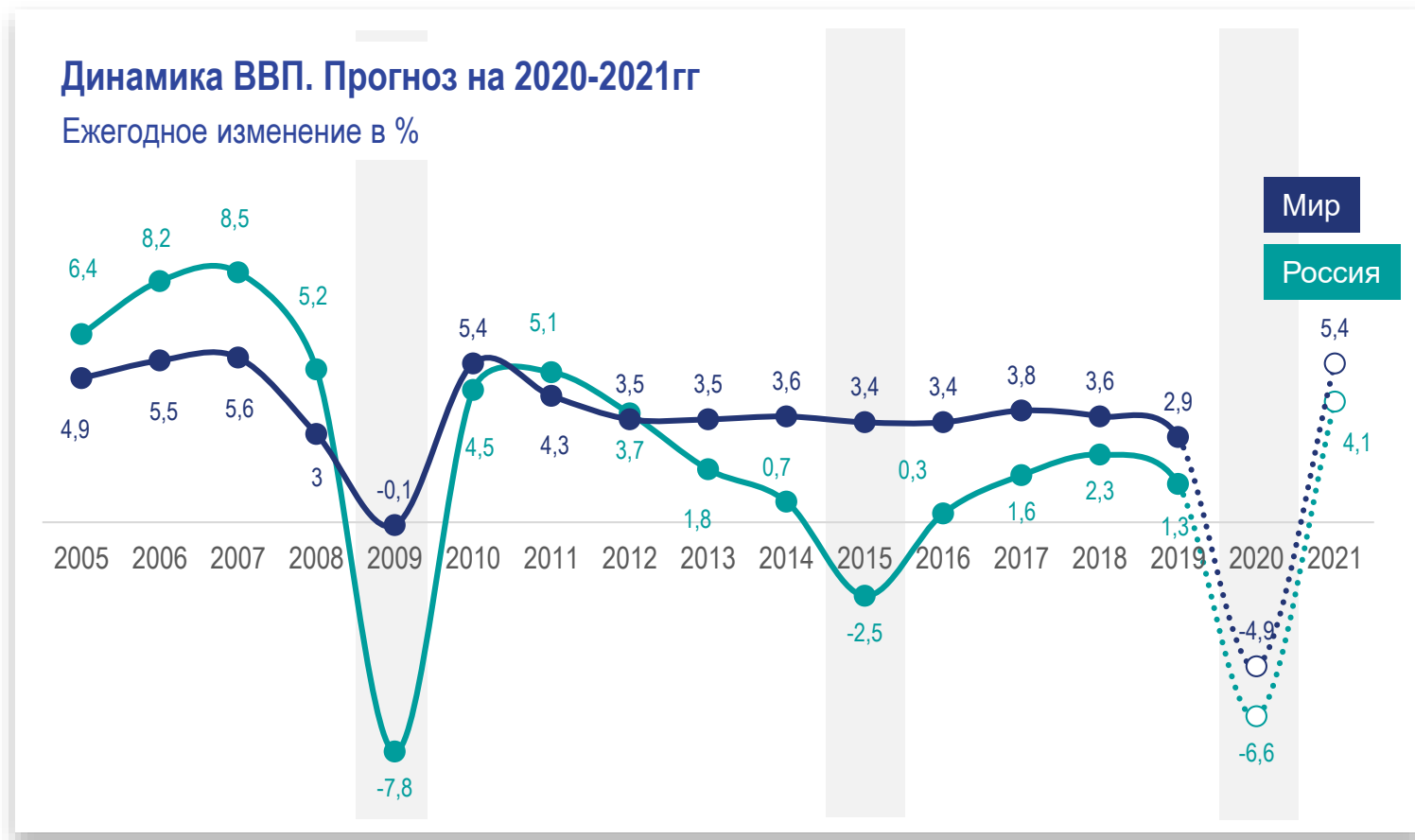
В конце июня МВФ ухудшил прогноз по России, анонсировав падение ВВП в 2020 году на 6,6% (в апреле прогноз падения был 5,5%). Напротив, прогноз на 2021 год был повышен до 4,1% вместо 3,5% в апреле 2020.

Главная причина спада – резкое падение цен на нефть

Основанием для прогнозируемого резкого спада в России в 2020 году является значительное снижение располагаемых доходов из-за стремительного снижения цен на нефть.

МВФ прогнозирует постепенное восстановление

Пандемия COVID-19 оказала более негативное влияние на экономическую активность в первой половине 2020 г., чем ожидалось, говорится в отчете World Economic Outlook Update. По прогнозу, восстановление будет более постепенным, чем прогнозировалось ранее.



Источник: Международный валютный фонд. [World Economic Outlook Update, June 2020](#)

ПОТРЕБИТЕЛИ ТАКЖЕ ОЖИДАЮТ, ЧТО ЧЕРЕЗ ГОД СТАНЕТ ЛУЧШЕ

В мае 2020 негативное восприятие текущей ситуации, нараставшее повышенными темпами с начала 2020, оказалось выше кризисного пика 2014 года. Даже снизившись на 3пп в июне 2020, значение негативного восприятия текущей ситуации все еще выше пика 2014.

Ситуацию вокруг пандемии COVID-19 люди видят как менее негативную, чем после повышения НДС и объявления пенсионной реформы в 2018 г., но более негативной, чем кризис 2014 г. В июне 2020 появились признаки оптимизма.



Q: Как изменилась за год/ изменится через год экономическая ситуация в России?

Источник: Ipsos. [Мониторинг «Новая реальность»](#)

База: 18-65 лет, города-миллионники, N=1000

LIFE STAGE

ВОСПРИЯТИЕ КРИЗИСА
В ЗАВИСИМОСТИ ОТ
СТАДИИ ЖИЗНИ

СЕГМЕНТАЦИЯ LIFE STAGE СТАДИИ ЖИЗНИ











Многолетний опыт проведения социологических и сегментационных исследований, показал, что самые важные дифференцирующие характеристики – это: возраст, семейное положение, наличие детей и состав совместно проживающих в семье.

Сегментация Life Stage создана на основании этих характеристик. Она описывает все этапы жизненного пути человека и может наиболее ярко отразить реакцию людей на изменения внешних факторов. В том числе – на кризисы.

Всего выделено 11 сегментов потребителей. Для удобства восприятия в этом обзоре мы объединили схожие по типу поведения сегменты в 5 укрупненных групп, имеющих наиболее яркие отличия. Описания – на следующем слайде.

ПРОФИЛИ СЕГМЕНТОВ LIFE STAGE И ОБЪЕДИНЕННЫЕ ГРУППЫ

Сегментация Life Stage характеризует потребности человека на разных этапах жизненного пути

	Молодые без детей			Средний возраст		Родители				Пустые гнёзда	Одинокие пенсионеры
	Оперившиеся птенцы	Вылетевшие из гнезда	Строящие гнездо	Пары среднего возраста без детей	Одиночки среднего возраста	Родители дошкольников (0-5 лет)	Родители мл. школьников (6-11)	Родители подростков (12-18)	Родители взрослых детей (19+)	Пустые гнезда	Одинокие пенсионеры
											
	7%*	3%	8%	2%	2%	15%	8%	8%	14%	16%	6%
Возраст	16-39	16-39	16-39	40-54	40-54	18-54	23-59	28-65	35+	45+	55+
Семейное положение	Не в браке / Разведены	Не в браке) / Разведены	В браке / Живут вместе	В браке / Живут вместе	Не в браке / Вдовцы (вдовы)	Любое	Любое	Любое	Любое	Любое	Не в браке / Вдовцы (вдовы)
Наличие детей	Нет	Нет	Нет	Нет	Да / Нет	Да	Да	Да	Да	Да	Да / Нет
Кто совместно проживает в семье	Родители	-	Супруги / Родители	Супруги / Родители	-	Супруги / Родители / Дети	Супруги / Родители / Дети	Супруги / Родители / Дети	Супруги / Родители / Дети	Супруги / Родители	-

*Источник: Ipsos. Исследование [РосИндекс](#) 2020/
База: Россияне 16-75, города 100K+

ВОСПРИЯТИЕ КРИЗИСА В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЭТАПА ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

75% населения отмечают, что живут в опасное и тревожное время, но только 28% не считают, что могут изменить свою жизнь. Как меняется восприятие ситуации в зависимости от этапа жизни? В основу анализа легли высказывания, наиболее точно отражающие поведение населения в разрезе уровня тревожности и готовности действовать.

Спокойно-активные

Молодежь амбициозна и не испытывает тревоги, т.к. пока не обременена серьёзными жизненными обязательствами и имеет «подушку безопасности» в виде родителей, с которыми многие еще живут вместе.

Тревожно-активные

Родители, несмотря на умеренную тревожность, уверены, что являются хозяевами своей жизни и проявляют активность.

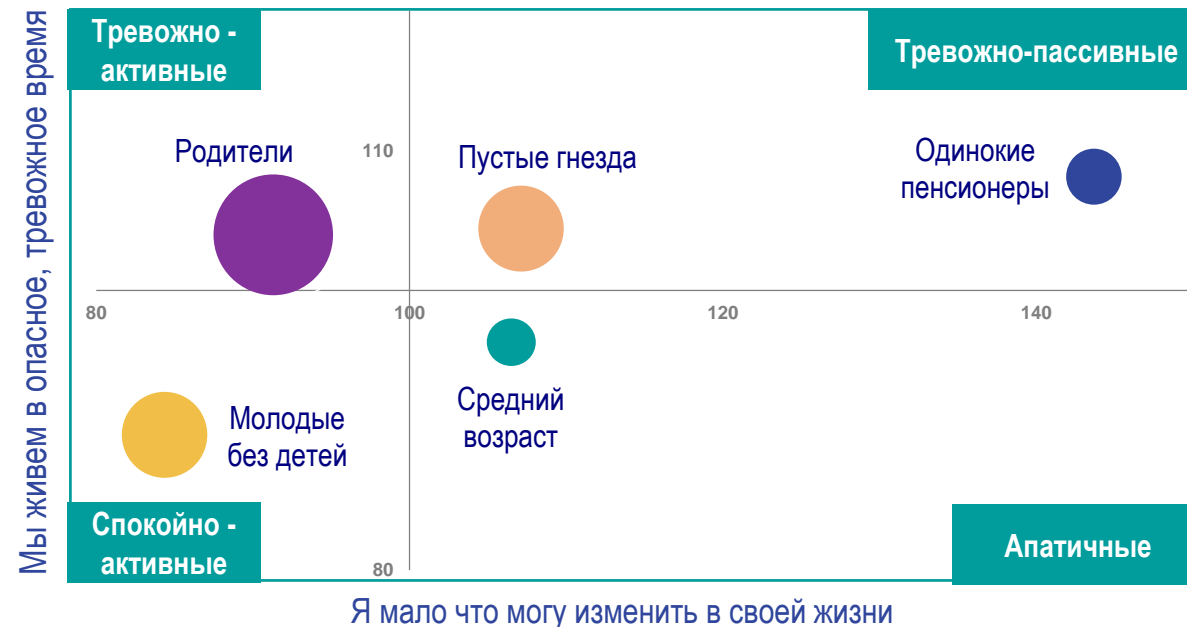
Тревожно-пассивные

Группы «Одинокие пенсионеры» и «Пустые гнезда» испытывают тревогу, но ничего не предпринимают.

Апатичные

Люди среднего возраста без детей единственные из всех сегментов за год поменяли свое эмоциональное состояние со спокойно-активного на апатичное.

МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ В КРИЗИС В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЭТАПА ЖИЗНИ



Источник: Ipsos. Исследование [РосИндекс](#) 2020/1. Сегментация [Life Stage](#)

База: Россияне 16-75, города 100К+. Сбор данных 16 марта – 6 мая 2020

Для построения использовано значение Индекса соответствия на осях.

Индекс соответствия (Affinity Index) показывает, насколько характерно то или иное высказывание для анализируемых сегментов. Среднее значение индекса – 100 пунктов.

Размер круга соответствует объему сегмента.

МОЛОДЕЖЬ НАИБОЛЕЕ ЧУВСТВИТЕЛЬНА К КРИЗИСУ

Сравнение данных первой волны 2020 г. с аналогичным периодом прошлого года показывает, что в большей степени ухудшению настроений в связи с нынешним временем оказалось подвержено молодое поколение.

Снизилась удовлетворённость жизнью

Доля отметивших, что в прошлом было лучше, чем сейчас значительно выросла именно среди молодых людей без детей, с 29% до 41%. А количество удовлетворенных своей жизнью среди молодого населения сократилось с 32% до 28%.

Больше подвержены снижению доходов

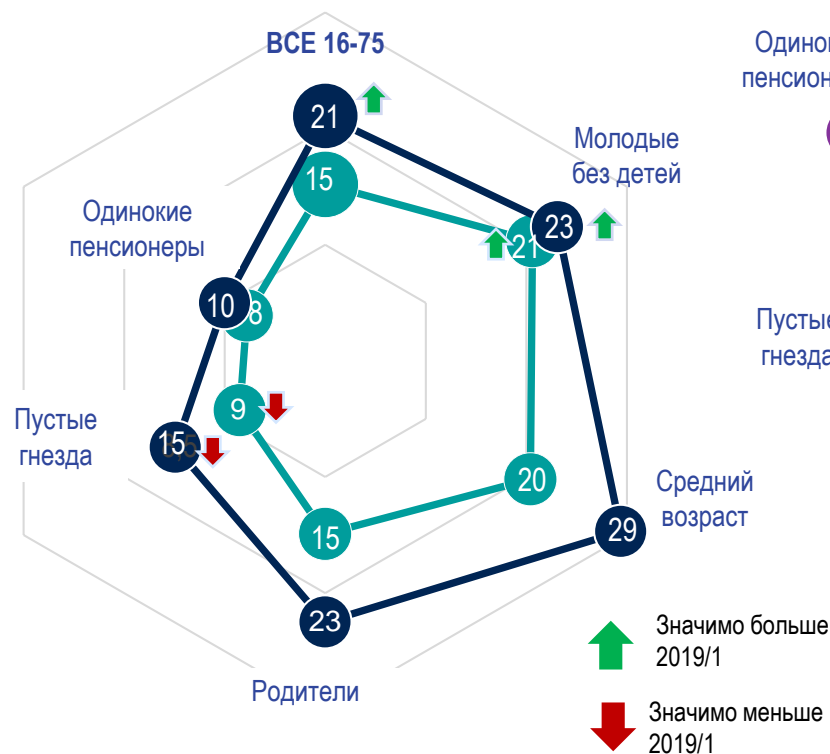
С увольнениями и сокращениями в большей степени, чем другие группы, также столкнулись молодые люди без детей – 21%. Также в этой группе есть значимый рост доли столкнувшихся с понижением зарплаты.

ДОХОД

Столкнулись с:

Понижением зарплаты

Увольнениями, сокращениями



АДАПТАЦИЯ

В прошлом было лучше, чем сейчас

Я полностью удовлетворен (а) своей нынешней жизнью



Источник: Ipsos. [РосИндекс](#) 2019/1 – 2020/1.
Сегментация [Life Stage](#)
Россияне 16-75, города 100К+
Сбор данных 16 марта – 6 мая 2020
Согласны с высказываниями, %

СЛОЖНОСТИ С РАБОТОЙ МЕНЯЮТ ВАЖНОСТЬ ЦЕЛЕЙ ЖИЗНИ

Растет актуальность поиска работы

Практически для всех сегментов существенно выросла важность цели поиска или смена работы в ближайшие 12 мес. (с 17% до 22%). Здоровый образ жизни, о приоритете которого заявляли половина опрошенных в 1 кв. 2019, хоть и по-прежнему лидирует, но снизился до 45% – в том числе за счет тех, кому сейчас, в первую очередь, важно восстановить занятость и доход.

Доход приоритетнее карьеры

С 55% до 61% увеличилось количество отметивших, что на работу ходят прежде всего из-за денег. А количество людей воспринимающих свою работу как карьеру, нежели чем просто работу, сократилось с 27% до 24%.

Сохранение дохода актуальнее всего для молодого сегмента и родителей. В сегменте среднего возраста снизились карьерные амбиции.

ОТНОШЕНИЕ К РАБОТЕ

Я хожу на работу прежде всего из-за денег

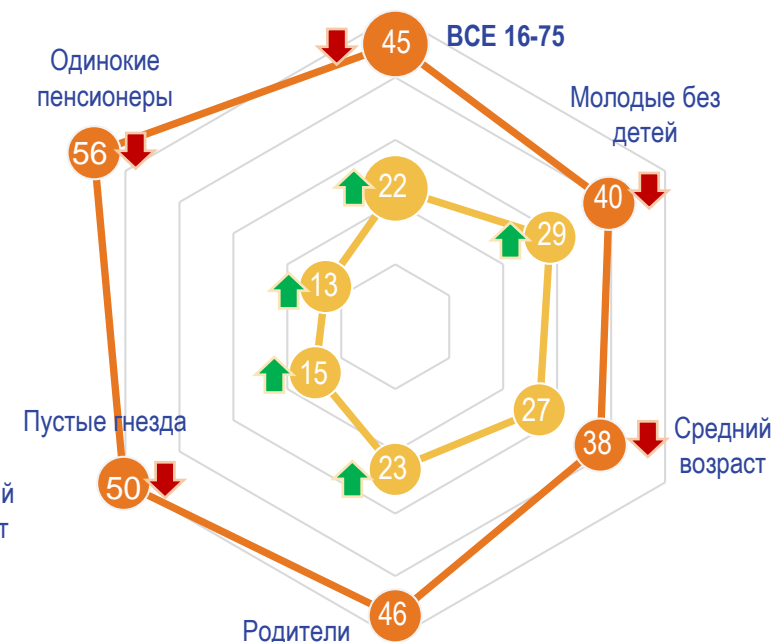
Свою работу я скорее воспринимаю как карьеру, нежели как просто работу



ЦЕЛИ ЖИЗНИ

Здоровый образ жизни

Поиск или смена работы



↑ Значимо больше 2019/1
↓ Значимо меньше 2019/1

Источник: Ipsos. [РосИндекс](#) 2019/I – 2020/I.
Сегментация [Life Stage](#)
Россияне 16-75, города 100K+
Сбор данных 16 марта – 6 мая 2020
Согласны с высказываниями, %

СОЗИДАТЕЛЬНАЯ РОЛЬ КРИЗИСОВ

ДВОЙСТВЕННОСТЬ КРИЗИСОВ

СОЗИДАНИЕ ЧЕРЕЗ РАЗРУШЕНИЕ

Кризисы, связанные с разрушением привычных паттернов и утратой взаимосвязей, также стимулируют создание нового. Не все люди готовы увидеть в кризисах стимул к развитию, только 13,6% жителей городов-миллионников имеют гибкое мышление и не боятся нового, в частности, к новым вызовам стремятся всего 0,5% опрошенных.

Спасение в созидании

Созидание в кризис может служить способом отвлечения от неблагоприятных внешних обстоятельств, а также выступает как защитный механизм.

Бренды-лидеры противостоят кризисам, активируя ресурсы co-creation, вовлекая сотрудников, клиентов, единомышленников и партнеров.

Увидеть светлую сторону

КЕЙС: В Facebook-группе ИзоИзоляция люди создавали копии шедевров мирового искусства из подручных материалов. Группа собрала 600 тыс. участников.

Люди борются с социальной депривации через доступную форму созидания и через одобрение согруппниками.

Спасение за 100 часов

КЕЙС: Mercedes за 100 часов создал массовый аппарат для помощи дыханию на том же принципе, который работает в гоночных болидах. Чертежи доступны бесплатно.

Компания перешла от вынужденной остановки бизнеса к созиданию на благо общества.

23,6%

Склонны к
предопределенному
порядку вещей

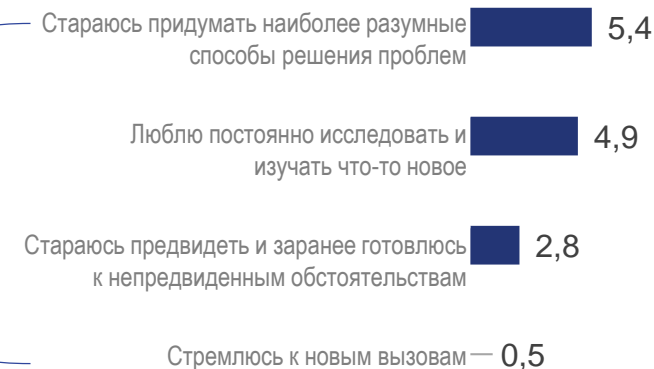
Кризис = проблема



Кризис = возможность

13,6%

Имеют гибкое
мышление и не
боятся нового



Источник: Ipsos [Adapt!](#) Июнь 2020

База: 18-65 лет, города России с населением 1млн+, N=3000

Вопрос: Какое из этих утверждений лучше всего описывает вас?

Два типа будущего

Будущее вне нашего контроля

Будущее, которое мы можем создать

Опираясь на 4 ключевых вопроса

1

Как и какие ценности изменятся со временем?

2

Насколько сильно будущее будет отличаться от жизни до изменений?

3

Как спланировать сразу несколько сценариев?

4

Что и почему нужно мониторить?

FUTURES

СЦЕНАРИИ БУДУЩЕГО

В английском языке для обозначения многовариантности будущего используется множественная форма существительного Future – «Futures».

В русском языке нет множественной формы существительного «Будущее». На лингвистическом уровне предопределено, что будущее – единственно и неопределенно.

Подход, основанный на сценарном, многовариантном, будущем, делает неопределенность управляемой. В основе создания сценариев лежит отслеживание сигналов изменений.

В этом выпуске Trend Vision мы собрали тренды и сигналы, которые принесла или актуальность которых повысила пандемия COVID-19.

ЧТО ТАКОЕ СИГНАЛЫ ИЗМЕНЕНИЙ

Сигналы изменений – это то, что уже происходит сегодня и может быть ключом к будущему.

Сигналом может быть новое изобретение или продукт, новый бизнес или новое поведение.

Сигналом может быть не только создание, но и разрушение чего-то существующего.

Сигнал демонстрирует, что порядок вещей, наше будущее, могут быть другими.

КАК ОЦЕНИВАТЬ СИГНАЛЫ ИЗМЕНЕНИЙ

Ipsos TrendTRAC

Новые паттерны поведения, продукты или сервисы

Изменения в кризисы не означают строгой замены одного на другое. Нарушение существовавшего порядка вещей запускает механизмы поиска новых законов равновесия, в результате, происходит перебалансировка взаимосвязанных вещей.

Важно не просто фиксировать происходящие изменения на ранней стадии (видеть сигналы). Важно анализировать, как они могут повлиять на переход из одного состояния в другое, и какие сценарии будущего активируют или ускоряют.

Для этого мы опираемся на фреймворк Ipsos TrendTRAC.

Противоречие с ранее существовавшими ценностями или социальными трендами



REVERSE ВРЕМЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

Изменения, идущие вразрез с базовыми ценностями или ранее актуальными трендами. Если эти изменения не удовлетворяют возникшие в результате кризиса новые потребности, то такие изменения со временем исчезнут.



ACCELERATE УСКОРЕНИЕ

Некоторые сигналы заметно усиливают основные тренды и базовые ценности, открывая новые способы удовлетворения потребностей, существовавших и до кризиса.



TRANSFORM ТРАНСФОРМАЦИЯ

Трансформация отвечает на возникшую напряженность или противоречие. Она требует пересмотра привычных взглядов и практик, форм выражения тренда, порождая новые потребности и новые тренды. Нужно отслеживать развитие таких сигналов, т.к. они стимулируют инновации и появление новых креативных стратегий.



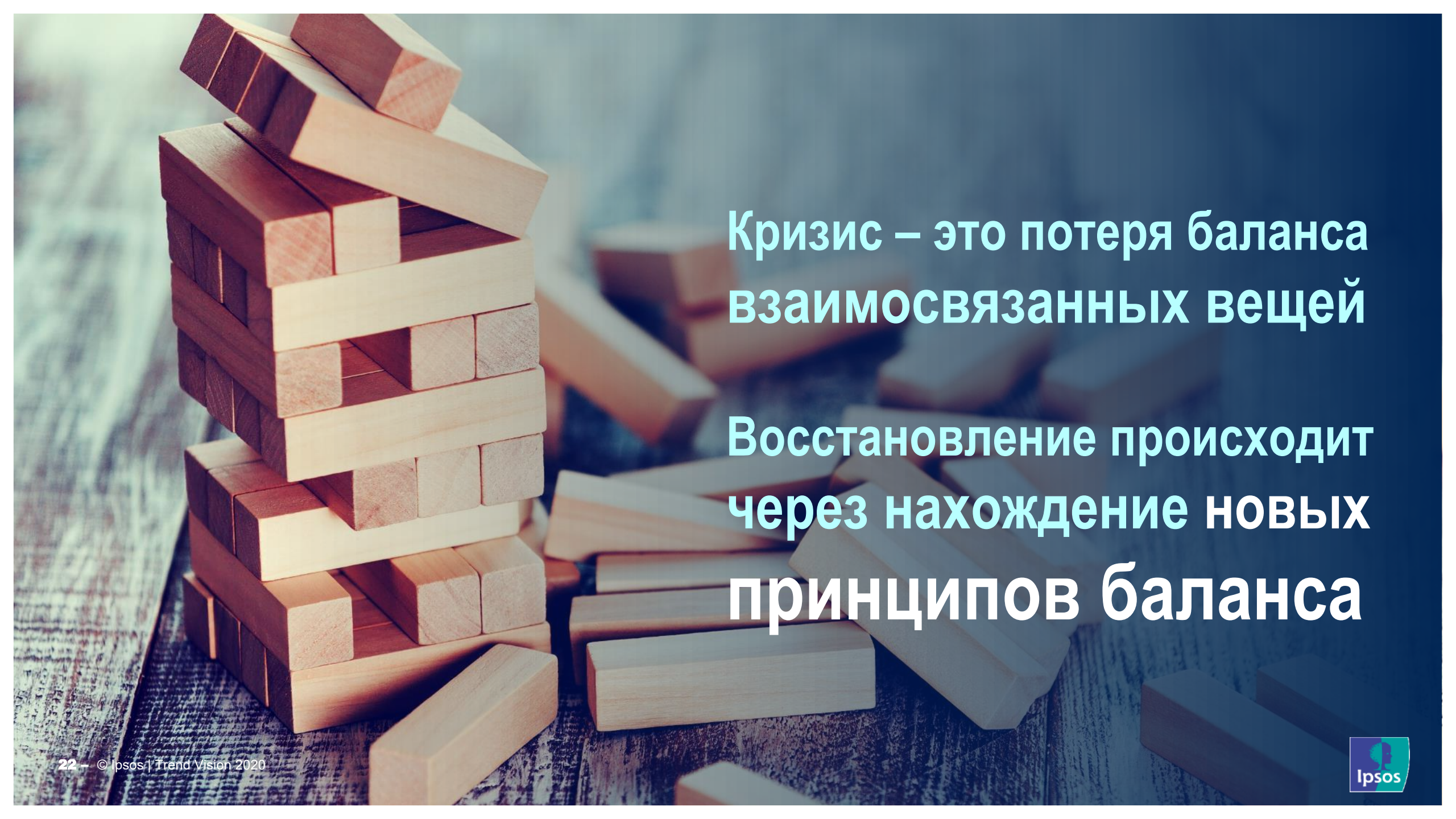
CONSOLIDATE ЗАКРЕПЛЕНИЕ

Некоторые изменения подкрепляют и продолжают существующие тренды. Нужно мониторить эти изменения, чтобы быть уверенным в надежности работающих процессов, не пропустить момент необходимых изменений или заметить начало активного роста.

Выражение существующих ценностей и социальных трендов

Существующие паттерны поведения, продукты или сервисы

В ПОИСКАХ БАЛАНСА



**Кризис – это потеря баланса
взаимосвязанных вещей**

**Восстановление происходит
через нахождение новых
принципов баланса**

Безопасность физическая – Безопасность цифровая

БЕЗОПАСНОСТЬ 360° – КЛЮЧЕВАЯ ЦЕННОСТЬ

Пандемия резко сократила число мест, где человек чувствует себя в безопасности. Российскому потребителю не нравится неопределенность, он ждет от брендов и властей помощи в преодолении тревоги.

Зарождение бесконтактной экономики

Пандемия породила запрос на покупки с сохранением дистанции и минимизацией прикосновений к внешним объектам.

Новые гигиенические ритуалы

Возрождение гигиены рук. Моем руки чаще. Санитайзеры – на каждой полке, в каждой сумочке, во всех общественных местах.

Конкуренция за место в мобильном телефоне

При росте тренда на бесконтактность, смартфон становится главным инструментом взаимодействия с миром. Но брендов, предлагающих свои приложения, гораздо больше, чем может вместить память в телефоне потребителя.

На пике онлайн вырос уровень кибер'угрозы

Бизнесу придется обучать своих сотрудников принципам «сетевой гигиены» и усиливать защиту персональных данных клиентов.

Безопасность – обязательная часть корпоративной ответственности

Роль брендов – не просто найти общие ценности с потребителем, но стать для него островком спокойствия посреди тревожного мира, проводником и наставником в принятии изменений.



ПОТЕРЯ БАЗОВОГО ЧУВСТВА
БЕЗОПАСНОСТИ ОЧЕНЬ ОСТРО
ВОСПРИНИМАЕТСЯ ВСЕМИ,
ПОТОМУ ЧТО В НАШЕЙ
ПРЕСЛОВУТОЙ ПИРАМИДЕ
ПОТРЕБНОСТЕЙ ЭТО ЛЕЖИТ
ИМЕННО В ОСНОВЕ.

И КОГДА МЫ ТЕРЯЕМ
ОЩУЩЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ,
МЫ ОЧЕНЬ БЫСТРО НА ЭТОМ
РАЗРУШАЕМСЯ.

Лариса Пыжьянова
Кризисный психолог МЧС, психолог детского хосписа «Дом с маяком»,
к.п.н., автор книг и научных работ

БЕСКОНТАКТНАЯ ЭКОНОМИКА, РОЖДЕННАЯ ПАНДЕМИЕЙ COVID-19

Фраза года 2020 – социальная дистанция (1,5-2 м). Даже после решения проблемы с COVID-19 в мире останутся другие опасные вирусы и бактерии. В городах, где предметы в общественных местах проходят через тысячи рук, бесконтактность становится важным драйвером изменений социальной среды и способов взаимодействия организаций и потребителей.

Ограниченная клиентоориентированность

Потребитель стремится вернуться к доковидному образу жизни, но бизнес поставлен в ситуацию выживания при условии обязательного соблюдения официальных ограничений и уже не может ориентироваться только на желания клиента.

Новые виды рекламоносителей

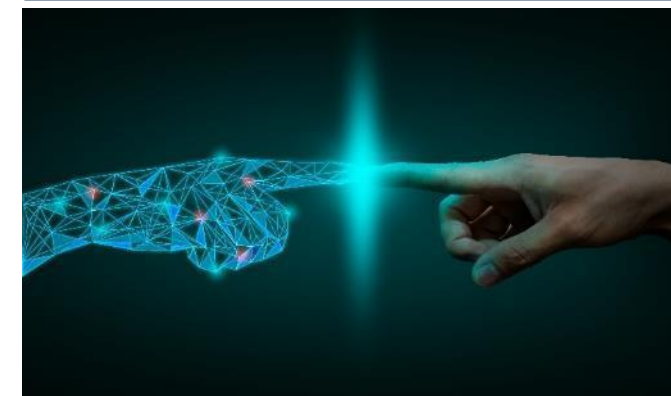
В московском метро установлены тепловизоры для бесконтактного измерения температуры и бесконтактные терминалы для дезинфекции рук, которые уже начинают оснащать экранами для демонстрации рекламы – что говорит о долгосрочности планов по их установке.

Ограничение физических контактов в связи с пандемией COVID-19, %



Источник: Ipsos [Adapt!](#) Июнь 2020
База: 18-65 лет, города-миллионники, N=3000

ПРИКОСНИСЬ, НЕ ПРИКАСАЯСЬ



СИГНАЛ Разработано подобие пластыря, с помощью которого можно почувствовать прикосновение человека, находящегося в любой точке мира.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Станет возможной **передача** тактильных ощущений на расстоянии без необходимости применения дорогостоящего оборудования.

НОВЫЕ РИТУАЛЫ БЕСКОНТАКТНОЙ ЭКОНОМИКИ

Соблюдать дистанцию

По данным Росстат на 1 января 2019 в России 75% населения живет в городах. В мегаполисах люди уже испытывают дефицит личного пространства. Социальная дистанция, переход прикосновений к посторонним людям в статус нежелательного поведения, для многих сделает городские пространства более комфортными.

Держать руки чистыми

- **Минимум прикосновений** к внешним объектам в общественных местах, в т.ч. для оплаты покупок. После пандемии COVID-19 в мире по-прежнему останутся болезни, передающиеся контактно.
- **Мытье рук**, спустя сотню лет после признания полезности, переживает возрождение и из скучного рутинного процесса становится культом. По данным исследования Ipsos Adapt! 68% опрошенных мыли руки чаще, чем обычно.
- **Санитайзеры** появились во всех общественных местах, в дамских сумочках и на полках супермаркетов. Производство санитайзеров начали [косметические гиганты L’Oreal и Coty](#). По данным исследования Ipsos Adapt! 48% опрошенных использовали антисептики чаще, чем обычно.



- Ты упаковку с печеньями тоже помыла?

- Конечно.

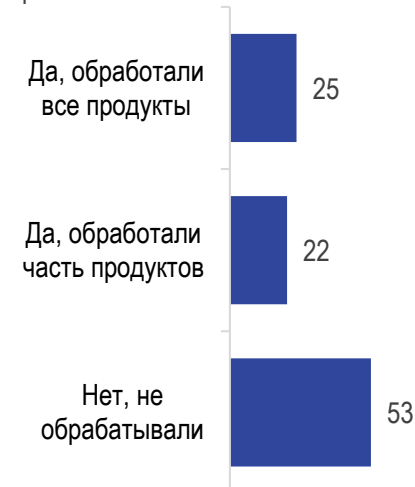
- Она же бумажная!

- Я же не под краном!

Источник:
мониторинг соцсетей

Гигиена продуктов питания

Обрабатывали ли вы приобретенные в магазине продукты питания антисептиками сразу после покупки или перед употреблением? %



Источник: Ipsos [Adapt!](#) Июнь 2020
База: 18-65 лет, города-миллионники
России, N=3000

БОРЬБА ЗА МЕСТО В МОБИЛЬНОМ ТЕЛЕФОНЕ

При развитии бесконтактной экономики смартфон становится важным инструментом взаимодействия с окружающим миром. У пользователей уже есть проблема нехватки объема памяти для нужных приложений. Каждая новая версия, часто требующее больше памяти, каждое новое нужное приложение вынуждает пользователя принести в жертву менее значимые приложения...

Какими приложениями жертвуют?

За год значительно уменьшилась доля используемых приложений соцсетей, карт, электронной почты и игр. правило, эти приложения занимают много места.

Какими пользуются больше?

За год увеличилась доля установленных приложений для заказа такси, ресторанов и служб доставки еды, приложений купонных сервисов. В равной степени выросли приложения для знакомств и для управления личным бюджетом – теперь они установлены у каждого десятого.

90%
Есть
смартфон*

Установленные приложения (топ-10), % vs 2019/1



МИНИ-ПРИЛОЖЕНИЯ VK



СИГНАЛ Социальная сеть «ВКонтакте» запустила формат мини-приложений, которые доступны по ссылке и не требуют установки в телефон.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Мини-приложения не занимают память и не конкурируют с другими приложениями в телефоне. Они не претендуют на многофункциональность, но имеют простой интерфейс и решают одну задачу пользователя. В разгар самоизоляции мини-приложение COVID-19 посещали 1 млн человек в день.

* Источник: Ipsos. [РосИндекс](#) 2020/1
База: Россияне 16-75, города 100K+
Сбор данных 16 марта - 6 мая 2020

Источник: Ipsos [OnLife](#), 2020/1
16-75, активные интернет-пользователи, города
100 тыс. + N=2500. Март 2020

УСКОРЕНИЕ ПЕРЕХОДА «В ЦИФРУ» ПОВЫСИЛО УРОВЕНЬ КИБЕРУГРОЗЫ

Чем выше темпы цифровизации, тем выше цифровые риски для пользователей, не успевающих осознавать новые угрозы

- Россия стремится выйти лидеры по внедрению цифровых сервисов. Цифровая безопасность будет включена в концепцию общественной безопасности РФ.
- 93% опрошенных в России понимают, что в будущем с развитием технологий люди будут терять приватность (Ipsos Global Trends 2020)
- Минимум раз в месяц СМИ в России сообщают об утечках баз пользователей, оставляющих свои данные при взаимодействии с организациями.
- Под угрозой не только те, кто сам оставляет «цифровой след» онлайн, но и те, кто невольно оставляет «цифровую тень», попадая на селфи случайных прохожих.

Я обеспокоен(а) тем, как используется информация, собираемая обо мне онлайн

69%

Обеспокоены информацией, собираемой компаниями

63%

Обеспокоены информацией, собираемой властями

Источник:
Ipsos Global Trends 2020
База: 16-74 года.
Данные по России. N=500

ФОКУС – НА КИБЕРБЕЗОПАСНОСТЬ



СИГНАЛ Исследование Ростелекома показало, что за время самоизоляции число случаев хищения корп. данных выросло на 25%. В 1Q/2020 также из-за перехода на удалёнку мировые инвестиции в кибер-безопасность выросли почти на 10% и достигли 10,4 млрд USD.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Обучение населения принципам кибербезопасности будет идти, в первую очередь, от работодателя к сотрудникам. Как потребители люди будут требовать от брендов надёжной защиты собираемых данных и прозрачности использования.

БЕЗОПАСНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ – ЧАСТЬ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БРЕНДОВ

Роль брендов в постковидном мире – не просто найти общие ценности с потребителями, но стать для них островком спокойствия посреди тревожного мира, проводником и наставником в принятии изменений.

В период самоизоляции бренды активно помогали потребителям:

- **Призывали оставаться дома** – Lay's [дарил чипсы](#), Lamoda временно сменила название на [LaDoma](#), авиакомпания S7 предложила клиентам [«Летать дома»](#) и получать за это мили.
- **Бесплатные маски и перчатки** выдают многие сетевые ритейлеры на входе в магазины, а [Twitter пообещал создать редактор сообщений](#), если все наденут маски.
- **Столики с санитайзерами** появились в ритейле, а [Lush предложил посетителям вымыть руки](#) прямо в магазинах. S7 и Тинькофф банк [обучали клиентов мыть руки](#) с помощью онлайн-игры.
- **Покупать разумно**, чтобы не переждать на самоизоляции, [учила сеть магазинов «Перекресток»](#) – также с помощью онлайн-игры.

РЯДОМ С СИЛЬНЫМИ БЕЗОПАСНЕЕ



СИГНАЛ [Сбербанк](#) и [«Пятерочка»](#) начали вносить свою лепту в создание безопасной общественной среды еще до пандемии COVID-19, запустив сотрудничество с проектом [Лиза Алерт](#) для помощи потерявшимся людям.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Будет расти число социальных проектов брендов, направленных на обеспечение безопасности потребителей в широком смысле – в офлайне и в киберпространстве

ГИГИЕНИЧНО. БЕСКОНТАКТНО. БЕЗОПАСНО

В мире, где стало актуальным социальное дистанцирование, а физическая и виртуальная безопасность выходят в топ повестки дня, появляется запрос на минимизацию прикосновений к окружающим объектам для повышения уровня общественной безопасности и минимизации распространения вирусов – как COVID-19, главного «виновника» изменений в жизни в 2020 году, так и других вирусов. Какие сигналы отражают изменения в восприятии безопасности?



REVERSE

ВРЕМЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

СИГНАЛ Массовое ношение медицинских масок и перчаток. Под влиянием коронавируса бикини превращается в трикини

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Несмотря на быстро разлетевшуюся по соцсетям идею превращения бикини в трикини, такая мода, равно как и добровольное ношение масок и перчаток, вряд ли приживется после завершения пандемии.



TRANSFORM

ТРАНСФОРМАЦИЯ

СИГНАЛ Еще совсем недавно СМИ не рекомендовали сдавать биометрию. С окончанием самоизоляции Сбербанк и Visa запустили в кафе Prime опцию оплаты взглядом для сдавших биометрию.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Потребитель не всегда быстро принимает новые технологии, но безопасность – сильный стимул начать использование нового.

- Решение каких задач обеспечения физической безопасности может быть ускорено благодаря бесконтактным технологиям?
- Решение каких задач цифровизации ускорит приоритет важности физической безопасности человека?



ACCELERATE

УСКОРЕНИЕ

СИГНАЛ KFC в Москве в июне 2020 запустил пилотный формат с заказом только через digital-киоски (без касс) и с автоматической выдачей заказов.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Ускоряется внедрение технологий, которые воспринимались как опережающие время решения завтрашнего дня, например, роботы в массовом обслуживании и беспилотные автомобили, которые, как ожидается, вытеснят и каршеринг.



CONSOLIDATE

ЗАКРЕПЛЕНИЕ

СИГНАЛ Дальнейшее распространение QR-кодов: QR-коды заменяют бумажные меню в ресторанах.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Закрепление за смартфонами функции «персонального пульта управления» взаимодействием с коммерческими и общественными сервисами. Но при продолжении этого тренда будет иметь место высокая конкуренция за место в мобильном телефоне потребителя из-за ограниченности ресурса памяти. Решение может быть или в удешевлении памяти мобильных телефонов или в возврате к онлайн-решениям, адаптированным под работу с мобильного устройства.

Технологичность – Человечность

КРИЗИС ПОДЧЕРКНУЛ

ВАЖНОСТЬ ЭМОЦИЙ В МИРЕ ТЕХНОЛОГИЙ

Внедрение технологий между кризисами помогает легче пережить моменты потрясений. Люди в России любят технологии, но любимые бренды – по-прежнему те, что находят эмоциональный отклик.

В России высок уровень принятия технологий

Люди в России позитивно относятся к новым технологиям, так как это открывает им новые возможности

Инновационность – не главное для брендов

Бренды основаны на эмоциональной связи с потребителем. Технологии несут опасность «расчеловечивания» – ускоряясь, бренды могут упустить из виду эмоции потребителей и потерять их доверие. Ценность технологий глазами потребителей в том, чтобы помочь людям им лучше понимать самих себя.

Растет ценность эмпатии и доверия

Нужно заранее задавать вопросами об эмоциональной стороне автоматизации, чтобы в моменты технологических ускорений не упустить этику из вида.



МЫ ВЕДЬ И ТАК
УЖЕ ПРАКТИЧЕСКИ КИБОРГИ.
ТЕЛЕФОН, КОМПЬЮТЕР —
ЭТО ВАШЕ ПРОДОЛЖЕНИЕ.

НО ВАШЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ
ПРОИСХОДИТ С ПОМОЩЬЮ
ДВИЖЕНИЯ ПАЛЬЦЕВ ИЛИ РЕЧИ,
А ЭТО ОЧЕНЬ МЕДЛЕННО.

УПРАВЛЯЕМЫЙ МОЗГОМ
ИНТЕРФЕЙС ПОЯВИТСЯ, ДУМАЮ,
ЧЕРЕЗ ЧЕТЫРЕ-ПЯТЬ ЛЕТ.

Илон Маск, изобретатель,
предприниматель, инженер

УРОВЕНЬ ПРИНЯТИЯ ТЕХНОЛОГИЙ В РОССИИ ПО-ПРЕЖНЕМУ ВЫСОК

Россия – страна с высоким уровнем принятия технологий. Большинство людей использует технические новинки для расширения своих возможностей, но для молодежи этот фактор не так силен – здесь устройства уже рутина. Эту группу гаджеты интересуют гораздо больше как способ сделать жизнь интересней и наполнить ее новыми эмоциями.

Использование техники для улучшения организации жизни также широко распространено, особенно в категориях Родители и Пустые гнезда. Меньше – среди молодёжи, так как потребность держать в своих руках сразу множество задач появляется на следующих стадиях жизни.

Технические новинки дают
большие возможности

Технические новинки делают
жизнь интереснее



Техника помогает быть
более организованным

Техника помогает
общаться



Источник: Ipsos, [РосИндекс](#) 2019/I – 2020/I.
Сегментация [Life Stage](#). Согласие с высказываниями, %
База: Россияне 16-75, города 100К+
Сбор данных 16 марта - 6 мая 2020

6G УЖЕ НЕ ЗА ГОРАМИ



СИГНАЛ Пока в России решают, откладывать ли ради экономии внедрение сетей 5G, Samsung представил концепт сетей 6G, коммерческое и массовое использование которых планируется с 2028-2030 гг.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Пользователями 6G будут и люди, и машины. 6G позволит предоставлять такие сервисы, как иммерсивная дополненная реальность (XR), высококачественные мобильные голограммы и цифровая репликация.

ИННОВАЦИОННОСТЬ БРЕНДОВ – НЕ ГЛАВНАЯ ЦЕННОСТЬ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Несмотря на любовь к технологиям, в брендах россияне скорее склонны видеть оплот традиций и стабильности. Для выстраивания отношений с потребителем технического превосходства не достаточно. Требуется выстраивание тесной эмоциональной связи.

Внутренний импульс изменений. Принятие

Если потребитель сам созрел для новых технологий, сам покупает новые устройства или устанавливает приложения, он принимает технологизацию с радостью, т.к. импульс исходит изнутри.

Внешний импульс изменений. Сопротивление

Если инициатива исходит от брендов, потребители оказываются перед фактом навязанных изменений. Включается сопротивление изменениям там, где приходится перестраивать привычные схемы.

Я всегда выберу инновационный бренд, а не традиционный, %



Источник: [Ipsos Global Trends 2020](#)
База: 16-74 года, N=500-1000 в зависимости от страны

ЦЕННОСТЬ ЭМПАТИИ И ДОВЕРИЯ ВЫСОКА КАК НИКОГДА

- Доверие лежит в основе эмоциональной связи потребителя и бренда. Пандемия повысила градус эмоций людей и заставила бренды доказывать потребителям, что они могут им доверять
- Увлечшись технологиями и забывая об эмпатии, сопереживании и человечности, бренды рискуют потерять доверие своих потребителей.

Интересно, что в топе доверия к организациям оказались именно службы доставки и онлайн-ритейл, сочетающие в себе и технологичность, и способность быстро удовлетворить желание потребителя.



Источник: [Ipsos Global Trends 2020](#)
База: 16-74 года. Данные по России. N=500

ПОМОЩЬ ИЛИ КОНТРОЛЬ?



СИГНАЛ Дроны Amazon могут следить за территориями, над которыми они пролетают, и сообщать о подозрительных ситуациях полиции и ответственным службам. Тем временем в Дубае уже создают дронопорты и диспетчерскую систему для беспилотников.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Дроны смогут сверху наблюдать за поведением жителей с воздуха и давать брендам новую информацию о потребительском поведении и стиле жизни. Понравится ли это потребителям?

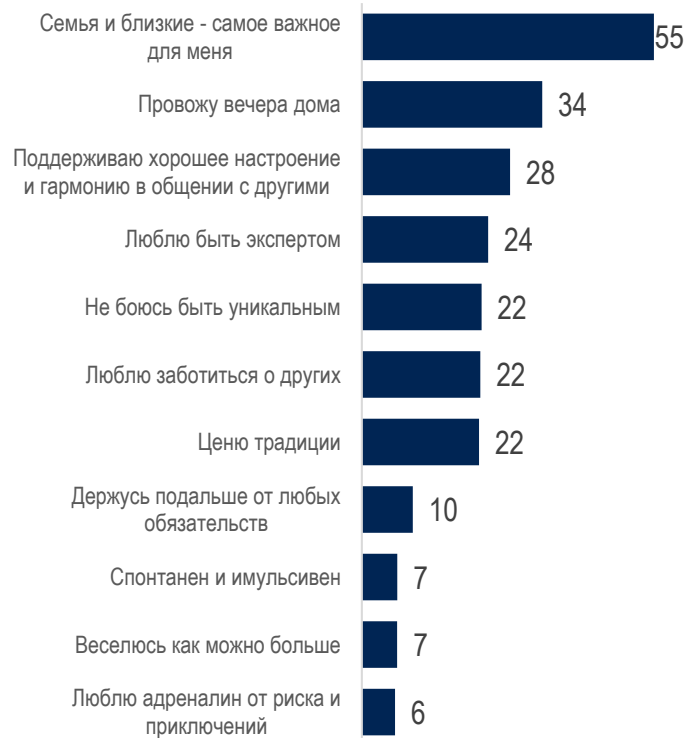
ТЕХНОЛОГИИ ДОЛЖНЫ ПОМОГАТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯМ ЛУЧШЕ ПОНЯТЬ САМИХ СЕБЯ

Уже сейчас искусственный интеллект помогает потребителю подобрать товар лучше, человек сделал бы это сам. Например, этим способом можно подобрать себе косметику.

Дата-профилерование помогает покупателю сделать выбор

Роль технологий – не только в том, чтобы упорядочить и ускорить бизнес-процессы организаций, но и в том, чтобы помочь потребителю понять свои собственные нужды и эмоции, чтобы облегчить выбор и получение товаров и услуг. С помощью анализа транзакций большого числа потребителей или через внешние наблюдения за их поведением и эмоциями технологии могут составить профиль человека и дать ему рекомендации, в основе которых будут не только данные одного конкретного потребителя, но и других, похожих на него по профилю данных.

Какими себя видят люди?, %

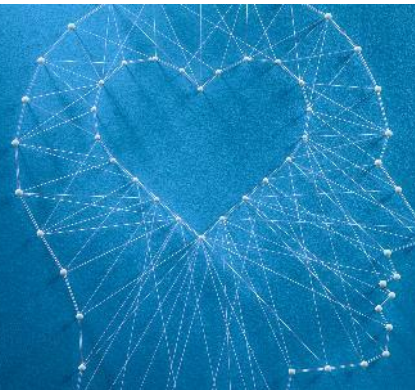


Q: Какие утверждения описывают вас лучше всего?

Источник: Ipsos [Adapt!](#) Июнь 2020

База: 18-65 лет, города России с населением 1млн+, N=3000

БЕСПРОВОДНАЯ ЭМПАТИЯ



СИГНАЛ Обычно технологические решения для распознавания эмоций требуют от пользователя установить приложение, носить на голове гаджеты или находиться рядом со спец. устройствами. Но еще в 2016-м году MIT представил [EQ Radio](#) – радио, распознающее эмоции по технологии Wi-Fi.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Технология распознавания эмоций, не требующая от пользователя использования спец. устройств и приложений, может помочь брендам считывать и управлять эмоциями потребителей. Например, в ритейле.

ОБ ЭМПАТИИ НАДО ДУМАТЬ ПРЯМО СЕЙЧАС

Скорость – главный враг эмпатии

В кризисы, когда принятие решений происходит очень быстро, может не найтись времени для сопереживания.

Важно дать себе достаточно времени для обсуждения этических вопросов применения новых технологий, чтобы учесть все возможные положительные и отрицательные проявления инноваций и обозначить чёткие приоритеты, пока на компанию не давят сжатые сроки обстоятельств.

Выбор и поощрение

Принятие технологий проходит комфортнее там, где у потребителя сохраняется выбор пользоваться новым или старым, отсутствуют жесткие временные рамки и используются программы поощрения. В ситуации внешнего давления на потребителя (штрафы, обязательные пропуска и пр.) брендам важно действовать через положительные подкрепления.

Виртуальные помощники и чат-боты все больше становятся похожими на людей – они разговаривают, учатся распознавать эмоции. Многие компании стремятся к тому, чтобы их чат-бот не только обладал интеллектом, но воспринимался потребителем как полноценный собеседник, например, таким как душевный чат-бот фонда «Старость в радость» Вера Васильевна.

ЗОЖИК ВСЕ ЗНАЕТ ПРО КОРОНАВИРУС



СИГНАЛ В апреле 2020 Минздрав РФ запустил виртуального помощника-бота Зожика. Бот круглосуточно отвечает на распространенные вопросы о коронавирусе.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Появление ботов у государственных сервисов возводит их в ранг нормы для граждан, ускоряя массовое принятие технологии для потребителей и создавая запрос на наличие аналогичных решений у коммерческих организаций.

ПАНДЕМИЯ ДАЛА ВОЗМОЖНОСТЬ ПРОЯВИТЬ ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ

Технологии помогают легче проходить через кризисы. В сложных ситуациях легко увлечься оптимизацией ресурсов, сократив расходы на то, что кажется не обязательным, но что составляет «душу» организации.

Эмпатия и человечность, сочувствие и умение сопереживать во время кризисов особенно важны – люди пребывают в состоянии тревоги и остро ощущают потребность в поддержке и «дружеском плече». Какие сигналы отражают тренд на эмпатию в бизнесе?



REVERSE

ВРЕМЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

СИГНАЛ Чтобы поддержать потребителей бренды открывают доступ к своим сервисам и дарят продукт. Онлайн-кинотеатры и издательства бесплатно дают доступ к фильмам и книгам; Yellj дарит свои супы тем, кто не смог уехать в путешествие; IKEA делится рецептами фирменных митболов.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Акции действуют в острой фазе кризиса и прекращаются, когда ситуация разрешается. Это улучшает репутацию бренда и помогает нарастить число подписчиков в социальных сетях.



TRANSFORM

ТРАНСФОРМАЦИЯ

СИГНАЛ Несмотря на жалобы пользователей, приложение «Социальный мониторинг» продолжит устанавливаться на мобильные телефоны москвичей, заболевших COVID-19. С конца апреля приложение не запрашивает идентификацию с 22:00 до 9:00, а выписанные ночью штрафы будут отозваны.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Технические решения для преодоления социально значимых резонансных проблем должны одновременно быть этичными. Этика, эмпатия, уважение к чувствам людей, должны быть присущи как руководителям, отвечающим за внедрение, так и техническим специалистам, создающим программный код.



ACCELERATE

УСКОРЕНИЕ

СИГНАЛ «Магнит» предложил трудоустроить сотрудников KFC, закрывшегося на время пандемии. «Азбука Вкуса», Perekrestok.ru, Ozon, «Додо Пицца» и Delivery Club объединились и установили инсталляцию в благодарность курьерам, работавшим в карантин.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Пандемия стимулирует коллаборации брендов для решения важных социальных задач. Нужность таких решений назрела и до пандемии, т.к. часто социальные кампании брендов повторяют друг друга до степени смешения.



CONSOLIDATE

ЗАКРЕПЛЕНИЕ

СИГНАЛ Пандемия – это время реальных лидеров, готовых помочь. Crocs бесплатно раздает обувь своего бренда врачам. P&G отправляет в больницы косметику и гигиенические средства. Яндекс организует проект Помощь рядом. Кулинарный проект «Дашины пирожки» собирает деньги на «подвешенные обеды» для врачей, одновременно сохраняя работу для своих сотрудников и давая возможность обычным людям внести свою лепту.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Закрепление важности корпоративной ответственности бизнеса – ответственности не только за сотрудников, но и за благополучие общества в целом.

Онлайн – Офлайн

ВМЕСТЕ, А НЕ ВМЕСТО: ОНЛАЙН КАК ПРОДОЛЖЕНИЕ ОФЛАЙНА

На самоизоляции люди смогли попробовать замену живому общению в виртуальной среде. Цифровая среда не может полноценно заменить живое общение и тактильные контакты «аналоговым людям». Люди и бизнесы ищут оптимальный баланс двух сред.

«Удаленная» работа влечет изменения в экономике

Не тратить время на дорогу и экономить деньги и иметь гибкий график – вот основные преимущества для потребителей.

Онлайн-обучение. Шок и новые возможности

Принятие онлайн-обучения как формата будет идти через школьников и студентов.

Отдых и развлечения. Проба новых форматов

Перейдя в онлайн, культурные проекты увеличили свою аудиторию. Пользователи смогли протестировать новые формы досуга. Запрос на позитив привел к активному применению игр и геймификации.

Рост ценности здоровья

В кризисы ценность здоровья растет. Пандемия COVID-19 ускорила внедрение телемедицины и распространения фитнеса онлайн.

Ритейл в поисках баланса

Ритейл решает сложную задачу обретения баланса онлайн-офлайн форматов, соблюдения официальных предписаний и одновременной заботы о важности опыта потребителя.



МЫ МОЖЕМ ПРЕДПОЛАГАТЬ,
ЧТО ДЛЯ КОГО-ТО ЭТО СТАНЕТ
ЦЕННЫМ ОПЫТОМ, КОТОРЫЙ
ПОКАЗАЛ: НЕ НАДО БОЯТЬСЯ
ВСЕГО, ЧТО СВЯЗАНО С
ОНЛАЙН.

ТАКОЙ СВОЕОБРАЗНЫЙ
ТРЕНИНГ, КОТОРЫЙ ПОМЕНЯЛ
МОДЕЛЬ ПОВЕДЕНИЯ

Андрей Каменюкин
Врач-психотерапевт, генеральный директор
ООО «Клиника когнитивной психотерапии»

«УДАЛЕННАЯ» РАБОТА – ПРЕДВЕСТНИК ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ

«Удаленная» работа стала масштабным следствием пандемии, позволив многим бизнесам выжить, а сотрудникам – сохранить доход и «примерить» дистанционную работу, даже если они никогда не задумывались об этом.

Что изменит удаленная работа

Принимая во внимание многочисленные преимущества «удаленной» работы (в т.ч. возможность сокращения арендуемых бизнесом площадей), можно предположить, что часть предприятий продолжит работать в этом режиме и после снятия ограничений, что потенциально может привести к серьезным последствиям, таким как:

- Миграция из больших городов в целях экономии и поиска более экологичной жизни; найм сотрудников из других регионов с более дешевой рабочей силой;
- Развитие цифровизации и систематизации бизнес-процессов; появление новых сервисов видеосвязи, таких как «Телемост» от Яндекс;
- Трансформация концепций устройства офиса: Activity-based Working вместо уходящего в прошлое Open Space. При «смешанном» формате работы, пропадет необходимость иметь индивидуальные рабочие места; ценность приобретет зонирование пространства под конкретные офлайн-активности.



ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЕ ШОК И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Переход на онлайн-обучение стал испытанием для учащихся, учителей и родителей из-за скорости, необратимости произошедшего и необходимости быстро осваивать Skype, Zoom, Discord и другие инструменты для ведения виртуальных уроков, создания тестов и квизов.

Адаптация под онлайн необходима

Необходима адаптация учебного процесса под специфику интернета: меньшие по числу учеников классы, записи занятий, больше способов вовлечения и удержания внимания, прокторинг (наблюдение за экзаменами в онлайн-режиме). Возникает задача обеспечения каждой семьи компьютером с доступом к интернету.

Школьники и студенты – драйверы роста

Дальнейший рост доли обучающихся онлайн продолжится за счет школьников и студентов. По мере их взросления, онлайн-обучение или комбинация «онлайн/офлайн» будут становиться нормой.

Среди взрослых, дополнительное онлайн-образование не видится как жизненно важная неизбежная необходимость; для них результатом запрета стал рост ценности живых встреч и мероприятий.

Дистанционное обучение, %



Источник: Ipsos [Adapt!](#). Июнь 2020, N=3000
База: 18-65 лет, города России с населением 1млн+

Образовательные проекты, которые быстро перестроились или уже работали онлайн, смогли расширить и аудиторию, и географию.

БЕСШОВНОЕ ОБУЧЕНИЕ



СИГНАЛ Офлайновый формат «Новая школа» запускает проект «Заочка», который будет совмещать обучение онлайн и офлайн.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Офлайновые школы, имеющие хорошую репутацию, запускают гибридные онлайн-офлайновые форматы. Качество онлайн-образования будет расти. Базовое школьное образование будет сопровождаться меньшим стрессом для учащихся и давать больше возможностей для развития в выбранном направлении.

ОТДЫХ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ

ПРОБА НОВЫХ ОНЛАЙН-ФОРМАТОВ

Массовый перевод офлайн-развлечений в онлайн помогал удерживать людей дома и избавлять их от тяжести вынужденного долгого нахождения в одном и том же замкнутом пространстве. В отличие от пугающих новостей, развлечения несут позитив, **ценность которого сохранится и после пандемии.**

Это временно

После первой волны интереса к виртуальному общению пошел на спад интерес к [Zoom-вечеринкам](#) и [фотосессиям по FaceTime](#).

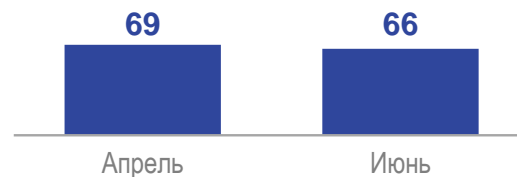
Культура – в массы

Переход в онлайн на самоизоляции позволил многим культурным проектам [существенно расширить свою аудиторию](#) и предложить новые форматы, например, [экскурсии по закулисыю](#).

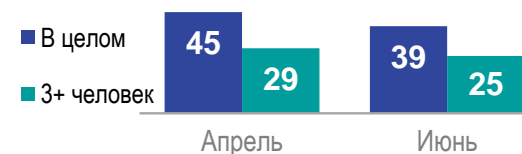
TikTok. Свежий взгляд на классику

Платформа коротких видео TikTok, ориентированная на юную аудиторию, впервые была использована Министерством культуры для проведения онлайн такого классического формата, как «Ночь музеев». [Министерство образования](#), [Ростуризм](#) продолжают использовать TikTok для коммуникаций с молодой аудиторией. Тем временем Facebook [анонсировал запуск конкурента TikTok](#).

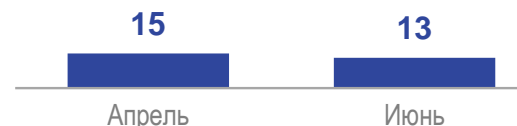
Просмотр видеоконтента дома, %



Видео-общение по личным вопросам, %



Просмотр онлайн-спектаклей, онлайн-выставок, %



Источник: Ipsos [Adapt!](#)
База: 18-65 лет, города России с населением 1млн+

VR В ГОЛОВЕ



СИГНАЛ Иммерсивное шоу – это формат, где зрители сидят с закрытыми глазами, придумывая развитие сюжета в своем воображении. Из офлайна формат переместился онлайн во время самоизоляции.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Чтобы получить сильное эмоциональное впечатление, человеку достаточно закрыть глаза. Не нужны виртуальные шлемы, залы или помещения для квестов. Только Zoom, повязка на глаза, модератор и воображение.

ГЕЙМИФИКАЦИЯ

ПОБЕГ ОТ РЕАЛЬНОСТИ В ИГРУ

Пандемия ускорила распространение игр и повысила запрос на геймификацию неигровых задач. В неустойчивом мире люди ищут способ уйти от реальности туда, где им весело, и где развитием событий можно управлять.

Бренды и потребители в игре

- Экспоненциально растет участие людей в промо-акциях – это не только способ сэкономить, это игра «купить хороший товар по низкой цене», «выиграть» у продавца
- Бренды активно используют онлайн-игры для вовлечения и обучения потребителей на самоизоляции: [Перекресток](#) обучает покупать разумно, [S7+Tinkoff](#) – мыть руки.
- Бренды разнообразили будни потребителей [флешмобами](#) и [хештег-челленджами](#), в которых люди делали то, чего оказались лишены в офлайне – макияж, наряды, фитнес. Примеры: #FreelanceFashionWeek от МТС и #планкаспомадой от Maybelline.
- Пожалуй, самый яркий игровой кейс изоляции – все желающие могли [управлять реальными жителями Фарерских островов](#), как в компьютерной игре.

Компьютерные игры

53% жителей России играют в игры онлайн или на мобильном. С 2016 года киберспорт официально признан в России и уже заслужил популярность фанатов.



Ipsos [РосИндекс](#) 2020/1.
Россияне 16-75, города 100К+
Сбор данных 16 марта - 6 мая

Игры – это серьезно

- В инициативе [НТИ 2.0](#), работающей над видением будущего России до 2035 г., игры выделены как отдельное направление GameNet.
- Международная ассоциация [Games for Change](#) продвигает игровые инструменты для решения значимых социальных проблем.

КОПИИ ВШЭ И MIT В MINECRAFT



СИГНАЛ В разгар самоизоляции Высшая школа экономики создала [виртуальную копию своего главного корпуса в игре Minecraft](#). В это же время в Minecraft появилась и [копия знаменитого Массачусетского технологического института \(MIT\)](#) – Minecraft Institute of Technology

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Вслед за ритейлом, образование становится омниканальным, претендуя на бесшовность перехода онлайн-офлайн. Одновременно растет запрос на геймификацию и edutainment, без которых онлайн-образование почти нежизнеспособно.

ЗАБОТА О ЗДОРОВЬЕ – ОНЛАЙН РАСШИРЯЕТ ВОЗМОЖНОСТИ ОФЛАЙНА

Каждый кризис повышает ценность здоровья – человек может справляться с экономическими проблемами или использовать новые возможности, если он здоров.

Фитнес

Онлайн-фитнес поддерживал людей в условиях ограничения возможностей для занятий спортом на самоизоляции. Но и после снятия ограничений офлайн-фитнес-клубы сохраняют онлайн-программы и ищут способы их монетизации.

Во время пандемии востребованность коммуникаций с потребителем через спорт выросла еще сильнее – и у фитнес-клубов, и у компаний других отраслей. Тренд будет продолжаться.

- #ФитнесПротивВируса – [совместный проект онлайн-тренировок со звездами Клуба World Class](#), Okko, more.tv, Сбербанк и Департамента спорта Москвы.
- Примеры использования фитнес-тематики брендами из других индустрий: [видео тренировки от Wildberries](#), [финансовая йога от Райффайзенбанк](#)



Рост телемедицины

Пандемия ускорила рост применения телемедицины. Калужская область стала первой в России, где [телемедицину внедрили в систему ОМС](#). Дистанционно консультироваться с врачом теперь можно бесплатно.

Обращение к врачу «удаленно», %



Источник: Ipsos [Adapt!](#). Июнь 2020, N=3000
База: 18-65 лет, города России с населением 1млн+

МОНЕТИЗАЦИЯ ОНЛАЙНА



СИГНАЛ Американский ритейлер Walmart начал продажи умной ЗОЖ-колонки [HandsFree Health WellBe](#) с голосовым управлением. Функции включают напоминания о приеме лекарств и назначениях врача, встроенный трекер состояния здоровья, информацию о профилактике и пр.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Умные колонки учатся помогать сохранять здоровье потребителей. Следующий шаг – интеграция с телемедицинскими системами.

РИТЕЙЛ

В ПОИСКАХ БАЛАНСА

Пандемия поставила перед ритейлом сложную задачу определения оптимального сочетания офлайн- и онлайн- форматов с выполнением официальных требований по дистанцированию и безопасности, одновременно не забывая и о важности опыта потребителя.

Поиск совмещения форматов

Выход в лидеры [X5 Retail Group](#) в сегменте e-grocery иллюстрирует роль доверия брендам, когда потребитель предпочел онлайн-версии традиционных игроков чисто онлайн-форматам. Идет адаптация бизнес-моделей, например, о введении предзаказа через приложение объявил [Starbucks](#). Однако, вспомним, что до пандемии [Amazon](#) и Lamoda открыли магазины офлайн. Поиск баланса продолжается.

Возрастает чувствительность к опыту клиента

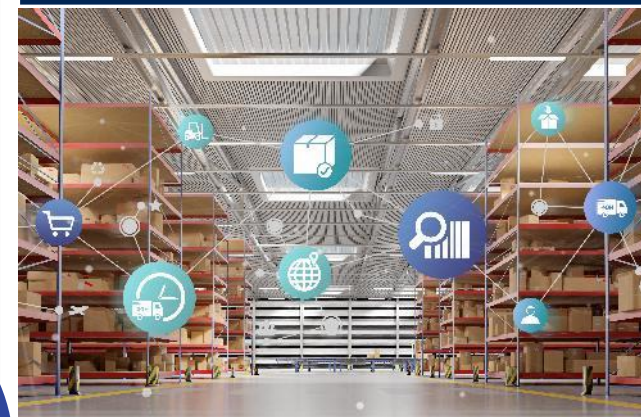
Требования носить маски и перчатки, соблюдать дистанцию ухудшают опыт клиента в офлайн ритейле. Онлайн также пока не компенсирует опыт, который люди получали в офлайне до пандемии. Например, это касается покупки премиальных товаров, где высокая цена всегда определяла высокий уровень заботы о клиенте. Одним из способов компенсировать недостаток заботы о клиентах онлайн может стать положительное впечатление от доставки. В целом, ритейлу необходимо уделять еще больше внимания опыту, который получает клиент.



Наличные еще в ходу

Несмотря на то, что наличные деньги считаются самыми грязными носителями огромного числа бактерий, их использование за время самоизоляции не сократилось, а увеличилось, так как потребитель не всегда готов внести предоплату онлайн, и не все курьеры имеют с собой терминалы для оплаты картой.

3D ОНЛАЙН-МАГАЗИНЫ В КИТАЕ



СИГНАЛ Китайский онлайн-магазин Tmall тестирует 3D-аналоги офлайновых магазинов.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Сейчас в онлайн-ритейле покупатель не может побродить по магазину и спонтанно взять с полки «что-то новое для души». 3D-симулятор решает эту проблему, приближая виртуальный опыт шопинга к реальному.

СПАСИТЕЛЬНАЯ ДОСТАВКА

СМИ назвали «диванной революцией» почти рекордное число изменений в способах совершать покупки на самоизоляции, не выходя из дома.

Потребителям, определенно, понравилась доставка не просто в день, а в час заказа.

Вместе с возросшими в ценности курьерами доставщиками стали водители агрегаторов такси и консультанты опустевших магазинов.



REVERSE ВРЕМЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

СИГНАЛ [Бесконтактная доставка курьерами](#)

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

[Бесконтактная доставка курьерами](#) в том виде, как она существовала во время изоляции, скорее всего тоже останется в прошлом. Сервис не был отлажен и при возможности свободного перемещения функцию бесконтактного получения товаров выполняют постаматы, а также запущенные в тестовом режиме Азбукой Вкуса и Вкусвиллом [вендинговые автоматы в жилых домах](#).



TRANSFORM ТРАНСФОРМАЦИЯ

СИГНАЛ Delivery Club расторгла договор с партнером, не выплатившим зарплату курьерам, [что вызвало угрозу забастовки](#).

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Высокая востребованность доставки и сложность управления большим штатом курьеров создают предпосылки замены курьеров на наземных и авиа роботов. В июле 2020 Яндекс протестировал беспилотного [робота-доставщика «Яндекс.Ровер»](#). Работу над применением бесконтактной авиадоставки еще с 2014 г. [ведёт Dodo пицца](#). По прогнозам, через 10 лет обороты рынка бесконтактной авиадоставки превысят обороты пассажирских авиаперевозок.



ACCELERATE УСКОРЕНИЕ

СИГНАЛ Накануне самоизоляции [«Яндекс.Такси» запустил сервис «Доставка»](#), которым клиенты могли быстро отправлять грузы друг другу – своевременное решение, которое помогло клиентам, таксистам и ритейлерам преодолеть коронакризис.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Еще до самоизоляции хорошим тоном стала доставка в течение суток. В карантин ритейл показал «сверхзвуковые скорости» – продукты появлялись у клиента через 15–20 минут после заказа. И эту скорость доставки клиент хотел бы сохранить.



CONSOLIDATE ЗАКРЕПЛЕНИЕ

СИГНАЛ [Яндекс.Лавка](#) запустил [доставку товаров дачникам](#) в окрестностях Москвы и [Санкт-Петербурга](#). После успешного запуска доставки на дачи в Московском регионе СберMarket планирует за лето запустить аналогичную услугу [для всех городов-миллионников](#).

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Расширение ареала доставки за счет пригородов. С выездом населения на дачи из-за удаленной работы или закрытия учебных заведений на карантин, остро встал вопрос доставки на дальние расстояния. До самоизоляции доставку покупок на дачу выполнял Утконос, под влиянием коронавируса к нему присоединились и другие игроки онлайн-ритейла.

Ускорение – Замедление

ЗАМЕДЛИТЬСЯ, ЧТОБЫ РАЗГЛЯДЕТЬ ДРУГ ДРУГА

Пандемия искусственно замедлила людей, заставив рассмотреть жизнь в мельчайших деталях, пересмотреть быт, сформировать новое понимание личного времени, провести переоценку ценностей и начать поиск баланса быстрой и медленной жизни.

Переосмысление времени

Замедлиться для действительно важного, ускорить рутинные задачи. Люди снова начали ценить простые вещи.

Ментальное здоровье требует особого внимания

Физическое здоровье всегда было в приоритете, пандемия показала, что ментальное благополучие важно не меньше.

Путешествия. Ожидание и переосмысление

Внутренний туризм, виртуальные путешествия, Google Street View и потенциал цифровых двойников.

Едим дома – едим медленно

Готовить дома, открывать новые вкусы и продукты. Еда приносит «маленькие вкусные удовольствия».



САМЫЙ БЫСТРЫЙ
СПОСОБ ПРИЙТИ К
ХОРОШЕЙ ЖИЗНИ
– ЗАМЕДЛИТЬСЯ

Гейр Бертелсен,
Основатель
Мирового института медленности
[/The World Institute of Slowness/](#)

ЗАМЕДЛИТЬСЯ ДЛЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ВАЖНОГО

От ценности «успеть всё» к ценности проживания момента

Пандемия принесла переосмысление времени. Кризис напомнил, что человеку нужен баланс быстрой и медленной жизни. «Замедление» показало ценность, казалось бы, простых и обыденных вещей в жизни человека – увидеться с друзьями и близкими, посидеть в кафе и ресторане. Ценность проявилась через потерю.

Новые критерии успеха: тратить на рутину как можно меньше времени, освободившееся время уделять себе, семье, близким, фокус на smart-потребление и ментальное здоровье.

На что тратить время действительно важно:

- Семья
- Внутренняя гармония и баланс (выспаться, прогулки на природе)
- Изучение нового (рисование, игра на музыкальных инструментах и пр.)
- Делать добро, помогать другим (взять собаку из приюта, волонтерство и пр.)



Раньше многие действия я совершала на автопилоте. Карантин заставил меня взять паузу, и я поняла, что хочу заниматься только по-настоящему ценными вещами и не тратить время впустую.

Источник: Синдикативное сообщество Ipsos в России

Среднее кол-во часов в день, экономленных на рутинных активностях

15-17 июня 2020



Источник: Ipsos [Adapt!](#).
Июнь 2020, N=3000
База: 18-65 лет, города
России с нас 1млн+

САМЫЕ МЕДЛЕННЫЕ ЧАСЫ



СИГНАЛ Основатель Amazon Джеф Безос строит часы, рассчитанные на 10 000-лет работы. Часы будут тикать один раз в году.

ЧТО ЭТО МЕНЯЕТ

Цель этой арт-инсталляции – призвать людей перейти от сиюминутного мышления к мышлению на длинных горизонтах – в масштабе поколений и тысячелетий.

УСКОРИТЬ РУТИННЫЕ ЗАДАЧИ

Потребители на самоизоляции стремились ускорить выполнение рутины, в том числе покупки, уборку, приготовление пищи.

Если холодильник и стиральная машина давно есть в каждом доме, то мультиварка облегчает быт пока только каждой второй российской семье (52%), а посудомоечная машина – каждой пятой (19%).

Техника с удаленным управлением приходит в российские дома

Хотя понятие «умный дом» и «интернет вещей» полностью соответствуют запросу на безопасность и длительное комфортное нахождение дома, у российского потребителя понимания этих категории пока нет и представление о них очень ограничено.

Тем не менее, техника, управляемая дистанционно через wi-fi или Bluetooth уже есть в 37% семей. Из них 7,2% имеют «умную» стиральную машину, 5,5% - холодильник и 5% - мультиварку.



Я использую отложенный старт на бытовой технике, это тоже умное решение, чтоб каша была сварена утром, белье выстиралось к определенному времени, за несколько часов до подъема запустилась посудомойка, могу управлять чайником. Листаешь ленту соцсетей в кровати – чайник уже вскипел.

Источник: [Синдикативное сообщество Ipsos в России](#)

Наличие в домах техники, управляемой по Wi-Fi или Bluetooth, %



Источник: Ipsos. [РосИндекс](#) 2020/1

База: Домохозяйства, имеющие технику с Wi-Fi, Bluetooth, города 100К+
Сбор данных 16 марта - 6 мая 2020

МЕНТАЛЬНОЕ ЗДОРОВЬЕ ТРЕБУЕТ ОСОБОГО ВНИМАНИЯ

Помощь в поддержании ментального равновесия – задача не только для терапевтов, но и для брендов, от взаимодействия с которыми люди будут ждать максимального душевного комфорта как в коммуникациях, так и в сервисе без стресса.

Пандемия заставила задуматься

В конце 2019 г. Ipsos [исследовал отношение к ментальному здоровью](#) в 29 странах мира. В России только 25% сообщили, что задумываются о своем психическом здоровье. Россия стала последней в списке стран по этому показателю.

Женщины тревожатся больше

После многолетнего ускорения темпа жизни вынужденное физическое замедление вызвало тревожность и депрессии, особенно и у женщин. Уменьшение физической активности, которая обычно помогала разгрузиться, осложнило ситуацию. 29% женщин и 16% мужчин нашли спасение в переедании, каждый десятый увеличил потребление алкоголя.

Как COVID-19 влияет на людей



ДОКРИЧАТЬСЯ ДО ИСЛАНДИИ



СИГНАЛ Чтобы снять нагрузку на психику, вызванную длительной изоляцией, можно крикнуть со всей силы – так, чтобы было слышно в Исландии. Крик будет записан на специальном сайте и транслирован через динамик в безлюдном месте в Исландии по выбору человека. Полегчало?

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Из-за возрастающей нагрузки на психику, вызванной страхом перед будущим и резкими переменами, будет расти запрос на способы снимать тревожность и психическое напряжение.

ПУТЕШЕСТВИЯ

ЦЕННОСТЬ ОТДЫХА РАСТЕТ

Остаемся дома?

Возможность путешествовать – это один из основных компонентов благополучия человека. Карантинные ограничения перемещений, необходимость получения справок и требования находиться в масках во время перелета или отмена рейсов вынуждают многих остаться дома в 2020 году, формируя отложенный спрос. Работа из дома делает путешествия еще более необходимыми, чем раньше.

Дома путешествуем медленнее

Закрытие границ стимулирует внутренний туризм. России – это огромные расстояния, определяющие специфику путешествий. Здесь нельзя в неделю уместить десяток городов, как в камерной Европе. Центром притяжения часто становятся природные объекты. Нестолничная Россия – это чаще отдых «медленный», соответствующий запросу на поддержание ментального здоровья.

Staycation

Возможность поменять обстановку, поселиться в отеле или санатории, отправиться на экскурсии в своем городе или даже совершить виртуальное путешествие, не покидая квартиры – новый опыт эпидемии. Останется ли он с нами, покажет время.

Хотели бы путешествовать по всему миру

Отпуск, каникулы нравится проводить на даче

Ipsos [РосИндекс](#) 2020/1.
Сегментация [Life Stage](#)
Россияне 16-75, города 100К+
Сбор данных 16 марта – 6 мая 2020

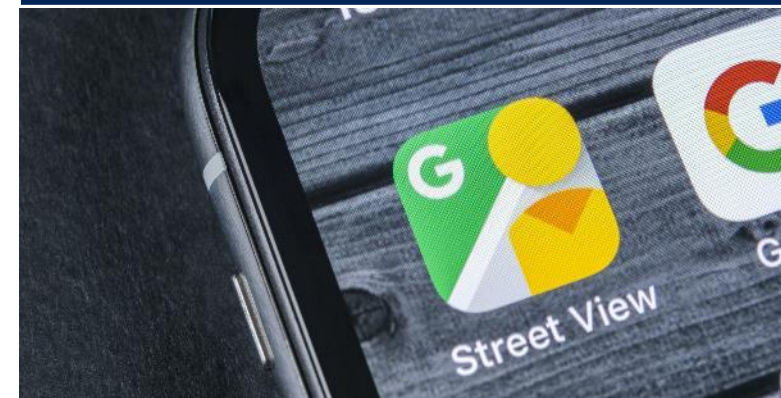


Планы тур. путешествий в первые 6 мес. после карантина, %



Источник: Ipsos [Adapt!](#), июнь 2020
База: N=3000, 18-65 лет,
города России с населением 1 млн +

АНТИПУТЕШЕСТВИЯ ОНЛАЙН



СИГНАЛ Во время изоляции сервис Airbnb и многие гиды предлагали виртуальные впечатления. Но задолго до пандемии Джеки Кенни, страдающая агорафобией, начала путешествовать по миру, не выходя из дома – с помощью Google Street View.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Виртуальные путешествия имеют шанс дальнейшего развития – например, с помощью технологии «цифровых близнецов». Она используется для создания цифровых копий предприятий и даже целых городов, но со временем может помочь продвижению новых направлений и, возможно, так многие отправятся даже на Марс.

ЕДИМ ДОМА ЕДИМ МЕДЛЕННО

В «обездвиженном» мире потребитель получил еще одно подтверждение, что питание – мощный фактор управления здоровьем.

Готовим дома

Самоизоляция открыла путь к экспериментам на кухне, превратив готовку из рутины в хобби. Можно ли обойтись без «вредностей» и фаст-фуда? Какие новые продукты можно найти в супермаркете? Что нового можно приготовить и так ли это долго, готовить каждый день?

Едим медленно

Время, которое обычно тратилось на дорогу на работу и обратно, можно теперь потратить на то, чтобы почувствовать вкус жизни – в том числе и в прямом смысле, насладившись завтраком, обедом или ужином.

Получаем удовольствие

Еда – не только базовая потребность, но и один из легких способов побаловать себя, если в мире всё идет «не так». Даже здоровая и полезная пища тоже должна быть вкусной и приносить удовольствие. Здоровое питание – это важно, но и оно должно быть источником счастья.

Готовим дома, %



Изменения в рационе за 7 дней, %



Источник: Ipsos [Adapt!](#). Июнь 2020, N=3000
База: 18-65 лет, города России с нас 1млн+

ГРЯДКА В КВАРТИРЕ?



СИГНАЛ Больше времени дома – это шанс вырастить здоровые органические овощи и зелень прямо в квартире. Миркозелень на подоконнике, гидропоника или вертикальные фермы – выбор вариантов в продаже уже есть.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Футурологи предсказывают, что городские фермы – на крышах и в квартирах – это неизбежное будущее городов. Первые попытки продвижения вертикального фермерства в России не принесли предпринимателям массового успеха, но они не оставляют надежды увеличить популярность новой технологии.

БОЛЬШЕ, ЧЕМ ЕДА...

Еда – это не только удовлетворение базовой потребности, но и способ занять время, развлечься на самоизоляции, когда выбор занятий сильно ограничен.

Чем больше неопределенность окружающего мира, тем выше ценность «маленьких вкусных удовольствий». Кажется, забрать развлекательную функцию еды, как легкого способа обретения счастья, уже не удастся. Каким может быть «решение в тарелке» для нестабильного мира?



REVERSE

ВРЕМЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

СИГНАЛ Во время самоизоляции у многих потребителей появилось время готовить дома, в т.ч. пробовать новые сложные рецепты из новых продуктов. Например, печь разные виды хлеба, в т.ч. такую экзотику, как хлеб из зеленой гречки.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

По мере приближения к снятию самоизоляции люди устали готовить дома сложные блюда каждый день и постепенно вернулись к блюдам базовым и простым.



TRANSFORM

ТРАНСФОРМАЦИЯ

СИГНАЛ В самоизоляцию еда стала развлечением, произошел «бум» кулинарных мастер-классов и готовки дома, но одновременно эмоциональное переживание, стало угрозой для здоровья.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Поиск решения, как сделать питание здоровым и одновременно приносящим удовольствие, открывает путь к инновациям:

- Как сохранить баланс между удовольствием от еды и пользой для здоровья?
- Помогут ли социальные акции в контроле за собственным питанием (напр., «готовлю, чтобы накормить других», «не ем и зарабатываю баллы в помощь нуждающимся»)?



ACCELERATE

УСКОРЕНИЕ

СИГНАЛ KFC анонсировал сотрудничество с российской лабораторией 3D Bioprinting Solutions по разработке инновационной технологии создания куриного мяса с помощью 3D-биопринтера.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Мясо, выращенное в пробирке – это уже вопрос времени. Сделав первый шаг в меню в ресторанах, оно со временем будет запущено в массовое производство и появится на полках супермаркетов.



CONSOLIDATE

ЗАКРЕПЛЕНИЕ

СИГНАЛ Продолжается партнерство ритейла и ресторанной отрасли. О расширении сотрудничества с ритейлерами заявил ресторатор Аркадий Новиков.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Продолжается расширение ассортимента качественных упакованных блюд на полках супермаркетов. Потребитель хочет экономить, но не готов снижать уровень жизни. Ритейл и рестораны объединяют усилия, предлагая нацеленному на поиск оптимальных вариантов цена-качество потребителю ассортимент «медленной» ресторанной еды, где наслаждение вкусом уже является частью торгового предложения.

ЭКОЛОГИЯ – ЭКОНОМИКА

«КОШЕЛЁК»

ИЛИ ЭКООТВЕТСТВЕННОСТЬ?

На фоне экономического кризиса, вызванного пандемией Covid-19, возникает высокий риск перехода экологической повестки в разряд второстепенной, приравнивания ее к «избыточной роскоши».

Подумаем об экологии завтра

Несмотря на то, что большинство опрошенных в России осознает свою ответственность за сохранение планеты, прямо сейчас восстановление экономики беспокоит людей больше

Двойственность влияния пандемии на экологию

За время самоизоляции природа очистилась без людей, но одновременно вырос объем мусора из-за повышенной потребности в доставке

Экология восстанавливается медленнее экономики

Пара лет на восстановление экономики в сравнении в десятками или сотнями лет на восстановление экологии – весомый аргумент для бизнеса не останавливать экологические инициативы на время восстановления после пандемии



КОГДА ТЯЖЁЛАЯ
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ,
ЛЮДЯМ НЕ ДО ЭКОЛОГИИ.

ТО ЕСТЬ, ПРИНЦИП
САМОВЫЖИВАНИЯ ОТВОДИТ
ЭКОЛОГИЮ НА ДРУГОЙ СРОК.

СЕЙЧАС БУДЕТ МНОГО
ЛОББИСТОВ, КОТОРЫЕ БУДУТ
УГОВАРИВАТЬ ПРО ЭКОЛОГИЮ
ЗАБЫТЬ, ЧТОБЫ ПРИВЕСТИ
ЭКОНОМИКУ В ПОРЯДОК.

Андрей Нагибин,
Председатель правления, Исполнительный директор
общественной организации «Зелёный патруль»

МЫ ОТВЕЧАЕМ ЗА ПЛАНЕТУ, НО СЕЙЧАС НАМ НЕ ДО ЭКОЛОГИИ

Осознаем важность экологии

Отвечая на вопрос о сохранении планеты для следующих поколений, россияне декларируют высокий уровень ответственности, хотя даже при высоком значении (79%) мы отстаем от многих стран. По уровню экологической осознанности среди опрошенных стран лидирует Китай.

Следуем за эко'трендами

Хотя в целом наше общество является последователем, а не лидером экологического тренда, многие уже хотят воспринимать экологичность как норму.

Но сначала решаем «горящие проблемы» экономики

Сегодня в России быстрое восстановление экономики, всё же, воспринимается как более приоритетное по отношению к вопросам экологии, хотя и каждый третий и не согласен с такой установкой. Глобально мы наблюдаем более решительное несогласие принести «экологическую жертву» - например, во Франции и в Китае.

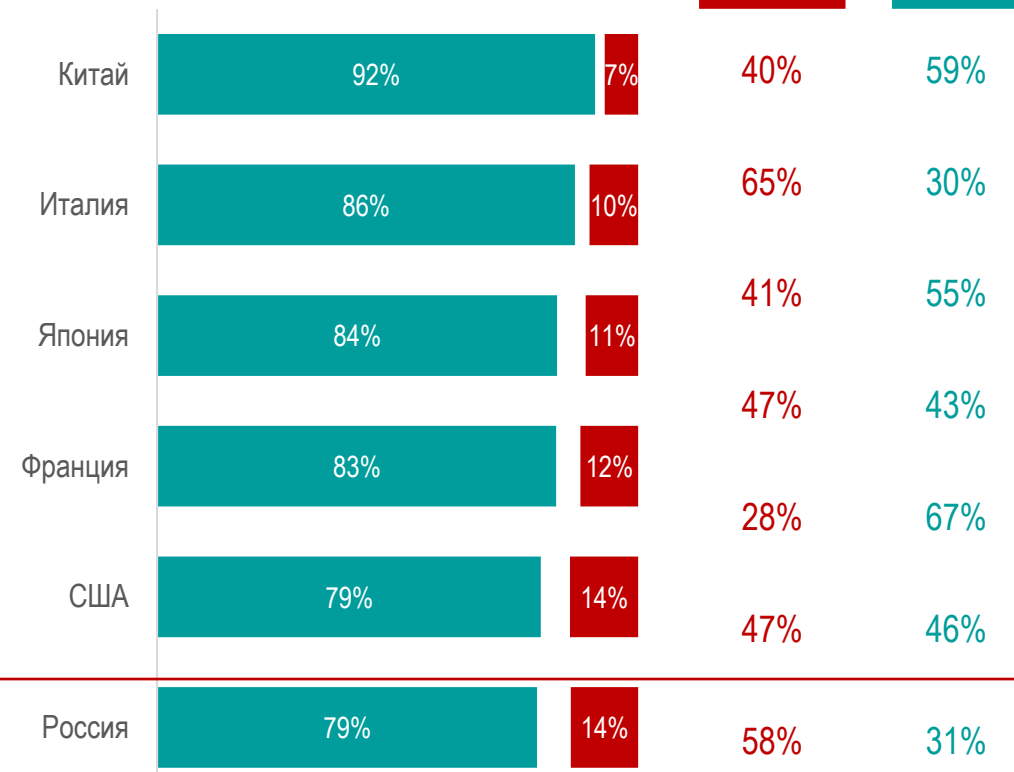
Я отвечаю, чтобы моё поколение не разрушило
планету для следующего поколения

Приоритет экологии в
пост-пандемический период

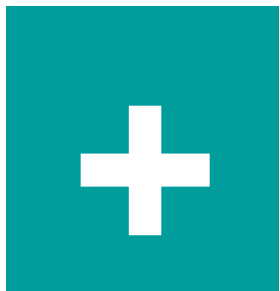
■ Согласны ■ Не согласны

Низкий

Высокий



ДВОЙСТВЕННОЕ ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА ЭКОЛОГИЮ

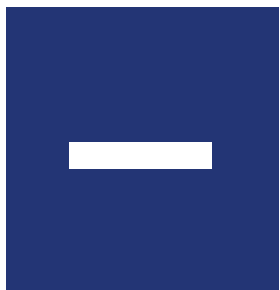


ПРИРОДА ОЧИСТИЛАСЬ БЕЗ ЛЮДЕЙ

Пока люди сидели дома, многократно снизился углеродный след каждого, и воздух стал существенно чище.

[Улучшение качества воздуха в странах Европы за апрель 2020 помогло избежать свыше 11 тысяч](#)

[смертей](#), подсчитали специалисты финской организации Centre for Research on Energy and Clean Air, занимающейся вопросами загрязнения атмосферы.



БЕСКОНТАКТНАЯ ЭКОНОМИКА СТОЛКНУЛАСЬ С «МУСОРНЫМ ВЫЗОВОМ»

Рост объема упаковки, используемой для доставки в новой «гигиенической экономике», а также широкое обязательное применение одноразовых средств противовирусной защиты (маски, перчатки), необходимость использования одноразовой посуды в открывшихся кафе породили новый виток мусорной проблемы.

УТИЛИЗАЦИЯ МАСОК



СИГНАЛ Корпорация "Росхимзащита" [создала специализированный контейнер для безопасной утилизации СИЗ](#) и рассчитывает на повсеместную установку.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Рядом с контейнерами для отдельного сбора бумаги, пластика и пищевого мусора на улицах могут появиться и контейнеры для безопасного сбора использованных средств личной гигиены.

ЭКОЛОГИЯ ВОССТАНАВЛИВАЕТСЯ МЕДЛЕННЕЕ, ЧЕМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ

Срочные проблемы, вызванные коронавирусом, вызывают желание отложить вопросы экологии до лучших времен. Однако, экономика восстановится быстрее, чем экология. Бизнесу нужно продолжать экологические активности, проявлять лидерство в этом как в вопросах производства, так и в коммуникациях с потребителями.

Пара лет на восстановление экономики

По опыту предыдущих кризисов восстановление экономики после кризисов занимает, в среднем, два года. После отмены самоизоляции, россияне наверстывают дефицит потребительской активности. Правительство РФ предполагает [возврат экономики на докризисный уровень](#) в течение года.

Десятки и сотни лет – на восстановление экологии

В состав широко используемых для защиты от вируса масок и перчаток входит полипропилен, [разлагающийся 450 лет](#). Превращаясь в мусор, они увеличивают загрязнение суши и водоёмов.

В Госдуме планируют отменить экологическую экспертизу при строительстве наиболее опасных объектов. Экологи предсказывают, что это увеличит число экологических катастроф в России, таких как, к примеру, разлив нефти под Норильском, на восстановление после которой уйдет минимум 5-10 лет.

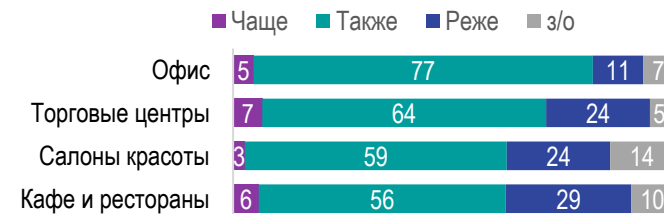
В нашей стране низкая экологическая культура

Готовы изменить свои привычки, чтобы улучшить экологию



Ipsos [РосИндекс](#) 2020/I. Сбор данных 16 марта – 6 мая 2020
Сегментация [Life Stage](#).
Россияне 16-75, города 100K+
% согласных с высказываниями

После окончания карантина вы будете посещать следующие места чаще или реже? %



Источник: Ipsos [Adapt!](#) Июнь 2020
База: 18-65 лет, города-миллионники, N=3000

КАК МЕНЯЕТСЯ РОЛЬ УПАКОВКИ?

В мире, где безопасность во всех смыслах становится определяющей ценностью, растут и требования к функционалу упаковки.

Роль упаковки – уже не только в защите продукта и информировании потребителя о его свойствах. Современная упаковка должна помогать обеспечить и биологическую, и экологическую безопасность, не увеличивая нагрузку на окружающую среду.



REVERSE

ВРЕМЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

СИГНАЛ Возврат к одноразовой упаковке, которая воспринимается как лучше защищающая от распространения вирусов.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

В краткосрочной перспективе с отменой коронавирусных ограничений вернется тренд на сокращение использования одноразовой упаковки – до тех пор, пока не будет создана одноразовая упаковка, полностью безопасная для окружающей среды и одновременно недорогая для массового применения.



TRANSFORM

ТРАНСФОРМАЦИЯ

СИГНАЛ Возврат одноразовой упаковки конфликтует с экологичностью и ставит под вопрос до-пандемический тренд перехода на многоразовую упаковку.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Конфликт стимулирует поиск инноваций для ответов на вопросы:

- Как вернуть многоразовой упаковке статус безопасной? Остановит ли вирусы антибактериальная упаковка?
- Поможет ли съедобная или компостируемая упаковка?
- Как сочетать бесконтактность и покупки на вес в свою тару?



ACCELERATE

УСКОРЕНИЕ

СИГНАЛ 61% россиян внимательно читают текст на упаковке, чтобы узнать состав продукта (75% в группе 65+ лет). Как визуально определить качество продукта и узнать его состав, не касаясь упаковки?

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Точка роста упаковки с индикаторами срока годности, меняющей внешний вид, а также с элементами дополненной реальности, всплывающими при наведении смартфона. Ритейл уже тестирует такие решения.



CONSOLIDATE

ЗАКРЕПЛЕНИЕ

СИГНАЛ Чем активнее используется доставка, тем актуальнее вопрос минимизации защитной упаковки и дальнейшей ее утилизируемости.

ЧТО ЭТО ИЗМЕНИТ

Закрепление тренда на осознанную утилизацию мусора, дальнейшее распространение фандоматов и более заметной маркировки перерабатываемости упаковки. Например, сервис доставки Яндекс.Лавка перешел на более долговечные пакеты из полиэтилена высокого давления.

ИНДИКАТОРЫ ИЗМЕНЕНИЙ

ЗАЧЕМ НУЖНЫ ИНДИКАТОРЫ ИЗМЕНЕНИЙ

Индикаторы – это совокупность взаимосвязанных показателей, помогающих отследить проявления выбранных сценариев, как можно раньше заметить изменения во внешней среде.

Сюда входят:

- меры макроуровня,
- поведенческие индексы,
- индексы потребительской уверенности,
- мониторинг социальных сетей,
- сигналы социальных изменений и пр.

На следующем слайде мы собрали несколько проверенных инструментов, которые помогут в решении этих задач.

ИНСТРУМЕНТЫ IPSOS ДЛЯ ОТСЛЕЖИВАНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ

TREND RADAR

Какие сигналы изменений трендов и настроений можно увидеть в соцсетях?

Выявление долгосрочных и краткосрочных трендов, понимание их внутренней динамики, драйверов и барьеров развития. Прогностические модели

МОНИТОРИНГ «НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ»

Как меняется реакция людей на изменения в экономике?

Индексы важности социо-экономических событий, потребительской уверенности, изменения в покупательском поведении, экономии на товарах и услугах, финансовом поведении. Динамика с ноября 2008

СИНДИКАТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Как меняются стиль жизни, ценности и потребление отдельных целевых групп?

Регулярные проекты:
РосИндекс (население 16+),
Premier (высокодоходные),
OnLife (активные в интернете),
New Generation (дети 4-15 лет),
Baby Index (мамы малышей)

МЕТА-АНАЛИЗ «ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ!»

Какой ценный опыт мы извлекли из предыдущих кризисов?

Готовый отчет на основе анализа уже имеющихся данных с 2008 года. Сегменты потребителей по типам реакции на кризисы.

Реакция на кризис разных товарных категорий, ключевые угрозы и драйверы восстановления.

BRAND COMPASS

Как найти ориентиры в меняющейся среде?

1. Category Explorer. Понимание новых привычек и паттернов поведения людей, выявление возникающих барьеров и сложностей.
2. Brand Sprint. Изучение возможных ролей бренда в новом контексте, выбор приоритетного ответа, активация полученных результатов.

КАЧЕСТВЕННОЕ ОНЛАЙН-СООБЩЕСТВО

Как быстро собрать инсайты под любую идею или сценарий?

300 потребителей из разных городов России готовы к обсуждению новых трендов и идей разработки новых категорий, товаров и услуг

ОРИЕНТИРЫ НА БУДУЩЕЕ

ЧТО ВАЖНО ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

В нашем недавно вышедшем обзоре [Ipsos Global Trends 2020](#) мы выделили 36 ценностей, которые так или иначе влияют на социум в глобальном масштабе.

Все ценности распределились на плоскости из четырех квадрантов: оптимистичные-пессимистичные и традиционные-радикальные.

Ценности меняются медленно. Несмотря на пандемию, они не утратили актуальности, но коронавирус расставил свои приоритеты.

Можно с определенностью сказать, что


безопасность, здоровье, эмпатия

вышли на первый план и стали для потребителей ключевыми.



КАК ГОВОРИТЬ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ О ВАЖНОМ

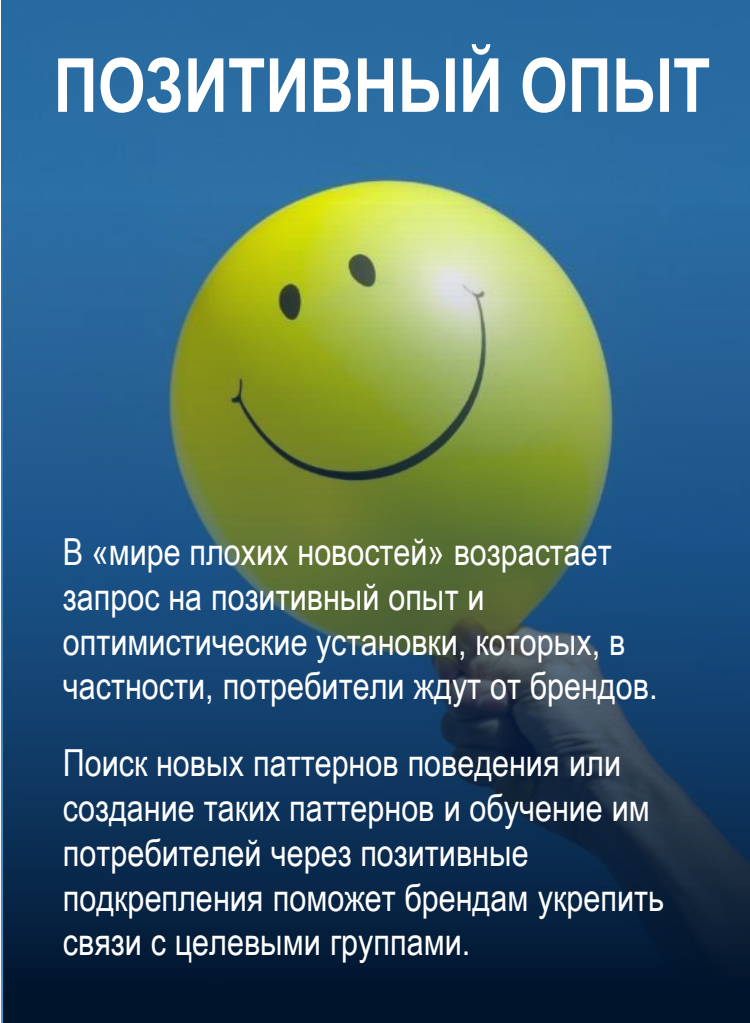
ПРОСТОТА



Ценность ключевых ориентиров для потребителей – безопасности, здоровья и человечности (эмпатии) заключается в их универсальности и простоте. Простота и неизбежность ориентиров помогает человеку выжить в нестабильном мире.

Неопределенность вынуждает людей искать опору среди «своих», упрощая отношения с окружающими до принципа «свой/чужой». Это относится и к брендам.


ПОЗИТИВНЫЙ ОПЫТ



В «мире плохих новостей» возрастает запрос на позитивный опыт и оптимистические установки, которых, в частности, потребители ждут от брендов.

Поиск новых паттернов поведения или создание таких паттернов и обучение им потребителей через позитивные подкрепления поможет брендам укрепить связи с целевыми группами.

СОЦИАЛЬНЫЕ КОЛЛАБОРАЦИИ



Дополнительную устойчивость через коллаборации и партнерства смогут получить бренды и организации, имеющие хорошую репутацию и заслужившие доверие у потребителей и партнеров.



Кризисы происходят регулярно

Устойчивые бренды отличаются
гибкостью во время кризисов и

ЖИЗНЬЮ В СОСТОЯНИИ

ЭКСПЕРИМЕНТА

в перерывах между ними

IPSOS. BE SURE

GAME CHANGERS

