

RECONNECTING

RELACJE OD NOWA

TECZKA TRENDÓW 4P 2024/2025



„Kryzys relacji”, „atrofia więzi” – to hasła opisujące jeden z najsilniejszych obecnie mega-trendów – kryzys więzi międzyludzkich. Odnosi się do globalnych procesów narastających od lat, przyspieszonych jednak przez trendy pandemiczne i postpandemiczne. Zaniepokojone rządy, instytucje międzynarodowe, NGO-sy i ośrodki akademickie starają się te zjawiska rozumieć i szukają sposobów „naprawy”, „rekonstrukcji”, a może budowy od nowa bardziej gęstej tkanki społecznej. Obywatele, konsumenci, pracownicy – szukają wiedzy (co się dzieje, jak sobie radzić) oraz wsparcia.

W raporcie przyglądamy się temu, jak aktualnie wygląda kwestia więzi międzyludzkich w Polsce i w innych krajach, jakie są przejawy i przyczyny kryzysu (a może po prostu ZMIANY?) i jakie aktualne trendy konsumenckie są z tym związane. W szczególności, jak relacje są obecnie redefiniowane, odbudowywane i wspierane w procesie „renesansu relacji”. W ponad 200-stronicowym raporcie **„RECONNECTING. RELACJE OD NOWA. Teczka trendów 4P 2024/2025”** pokazujemy manifestację trendów w każdej z 10 kluczowych sfer: SAMOTNOŚĆ, RODZINA, PRZYJAŹŃ, SĄSIEDZTWO, PRACA, POMAGANIE, GAMING, SEKS, TERAPIA, AI I ROBOTY. I oczywiście podpowiadamy „So what!”

Firmy i marki powinny wychodzić naprzeciw nowym potrzebom i problemom swoich konsumentów, budując ich świadomość, „oswajając temat” i w miarę możliwości – pomagając.

Wszystkie poruszane tematy są wspierane analizami ilościowymi danych własnych i danych zastanych.



SAMOTNOŚĆ

WHO alarmuje o narastającej epidemii samotności. Długo w największym stopniu dotyczyła ona ludzi starych,

obecnie jednak z dużym poczuciem osamotnienia borykają się także młodszy, zwłaszcza Żetki. Czy marki powinny dawać im wsparcie?



RODZINA

Współczesne rodziny szybko się zmieniają. Nadal „rodzina i szczęście rodzinne” to najważniejsza wartość w życiu Polaków,

ale rodziny borykają się dzisiaj z wieloma nowymi problemami. Czy Twoja marka je dostrzega?



PRZYJAŹŃ

Przyjaźń zaczyna się stawać „towarem deficytowym”. Prawdziwa przyjaźń wymaga bowiem czasu, wysiłku i uważności.

A to dzięki niej znajdujemy wsparcie, koleżeństwo i miłość. Celebrymy przyjaźń w komunikacji!



SĄSIEDZTWO

Relacje sąsiedzkie okazały się użyteczne w czasach kryzysowych, pomogły podtrzymać dobrostan naszych społeczności.

Jednym dały realną pomoc, innym – poczucie sprawstwa i wspólnoty. I okazuje się, że dobre relacje sąsiedzkie zwiększają zadowolenie z życia!



PRACA

Polacy w pracy spędzają niemal najwięcej czasu w porównaniu do innych krajów UE. Dobre relacje i przyjaźń w pracy

przekładają się m.in. na zaangażowanie i innowacyjność. Praca jest też miejscem gdzie najczęściej, po szkole i studiach, poznajemy przyjaciół, nieraz „na całe życie”.



POMAGANIE

Altruizm pomaga nam budować lepsze relacje z innymi ludźmi, daje mocniejsze poczucie więzi, przynależności

i solidarności, a także – obecnie deficytowej wartości – jaką jest sprawczość. Marki wciąż uczą się robić to dobrze!



GAMING

Gaming dystansuje, czy buduje relacje? Pandemia COVID-19 sprawiła, że granie zaczęło być postrzegane jako zdrowy

alternatywny sposób na podtrzymywanie kontaktu z rodzinami i znajomymi. Kontakty społeczne, które nawiązują w trakcie gry, są dla graczy ważne!



SEKS

Dane pokazują, że chociaż uprawiamy seksu coraz mniej (zwłaszcza pokolenie Żet), to częściej eksperymentujemy,

a nawet nie wykluczamy z zabawy ... AI. Granie seksem w reklamie wymaga dzisiaj dużo większej zręczności niż kiedyś.



TERAPIA

Coraz więcej Polaków korzysta – i przynajmniej się do korzystania z psychoterapii i leczenia psychiatrycznego. Język

terapii coraz bardziej się upowszechnia i pozwala w nowy sposób mówić o naszych relacjach. A czy marka może być terapeutą?!



AI I ROBOTY

Im bardziej sztuczna inteligencja staje się wyrafinowana, tym bardziej ludzie zwracają się do niej by zaspokoić

swoje różne potrzeby. Awatary i boty stają się naszymi doradcami, przyjaciółmi, a nawet ... kochankami. AI może służyć nam do późnej starości, a nawet po śmierci.

PRZYKŁADOWE MANIFESTACJE TRENDÓW:



SAMOTNOŚĆ

Kampania marki Four Nine ma zwiększać świadomość problemu samotności młodych. Pokazuje jak rozpoznać 5 nieoczywistych sygnałów, że doświadczamy samotności.



RODZINA

Kampania „Odłącz się! Połącz się!” stowarzyszenia Strefa Wsparcia promuje wiedzę na temat zrównoważonego korzystania z technologii przez dzieci, a przy okazji uczy „zdań, które budują relację”. Partnerzy to m.in. kredki Bambino, Trefl, Majaland, TVPabc.

RE CONNE CTING

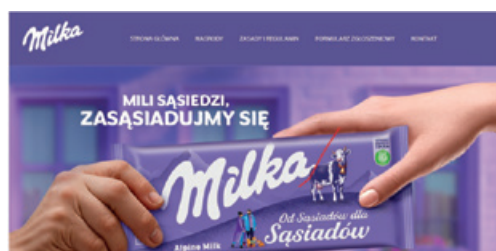
RELACJE OD NOWA

TECZKA TRENDÓW 4P 2024/2025



PRZYJAŹŃ

Prawdziwa przyjaźń wybaczy wszystko! Nawet zjedzenie ostatniego skrzydełka Wild Wings! KFC na Facebooku.



SĄSIĘDZTWO

Milka pomogła nawiązać nowe relacje sąsiedzkie wysyłając paczki pod niewłaściwe adresy!



PRACA

McDonald's: „[...] kluczowe dla naszego ogólnego samopoczucia jest to, aby czuć się wartościową i szanowaną częścią zespołu [...] niezależnie od wieku czy zajmowanego stanowiska.”



POMAGANIE

Marka ROSGMAN daje wybór: komu pomagać, jakimi inicjatywami wspierać, w jaki sposób pomagać itp. Daje to ofiarodawcom większe poczucie sprawczości.



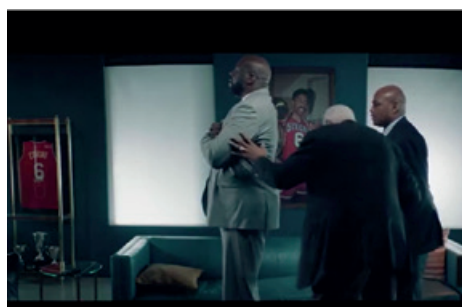
GAMING

Marka Dove udostępnia narzędzie umożliwiający TAKŻE czarnoskórym graczom stworzenie własnej fryzury.



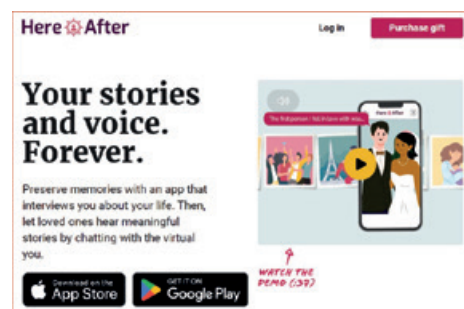
SEKS

Durex tłumaczy czym jest „świadoma zgoda na seks”. Według polskiego prawa właśnie zmieniła się definicja gwałtu – decydujący jest „brak zgody”, a nie „czynny opór”.



TERAPIA

Do terapii małżeńskiej nawiązała NBA w reklamie z graczami Shaquille O'Nealem i Charlesem Barkleyem, którzy omawiają swoją trudną relację na kozetce, a następnie poddają się „testowi zaufania”.



AI I ROBOTY

Startup Here After pozwala stworzyć swojego awatara, którego możemy zostawić potomnym.

Kontakt w sprawie raportu syndykatowego:
anna.kotkowska@grupa4p.pl
+48 500 166 893

4P Research Mix Sp. z o.o.
ul. Puławska 12a/5
02-566 Warszawa
tel. +48 22 565 27 50
www.grupa4p.pl