

10 Hot Consumer Trends

Life in a Climate-Impacted Future



Climate Change

L'impatto sui consumatori

Sistemi cyber-fisici. Case automatizzate connesse. Assistenti personali di intelligenza artificiale. Esperienze di realtà mista con device leggerissimi. Tutte queste potrebbero rappresentare esperienze della vita di tutti i giorni nel prossimo decennio. Ma i consumatori vedranno anche intensificarsi gli impatti di un altro fenomeno: il cambiamento climatico.

Un mondo più caldo avrà un clima più intenso e imprevedibile, ma potrebbe anche portare cambiamenti sistemici su scala globale. Dalla produzione di cibo all'approvvigionamento energetico, che porterà a nuove sfide.

Abbiamo chiesto agli early adopter urbani di immaginare di vivere in un mondo più caldo nel 2030. Per questo scenario futuro, abbiamo chiesto loro di valutare 15 aree di servizi digitali che vanno dagli sforzi di adattamento al clima per la vita quotidiana ai modi per gestire eventi meteorologici disastrosi.



Life in a Climate -Impacted Future

Più della metà degli early adopters urbani si dice preoccupata per l'impatto negativo del riscaldamento globale, ma vede anche la connettività e i servizi Internet come importanti strumenti per fronteggiare le sfide quotidiane causate dal cambiamento climatico.

59%

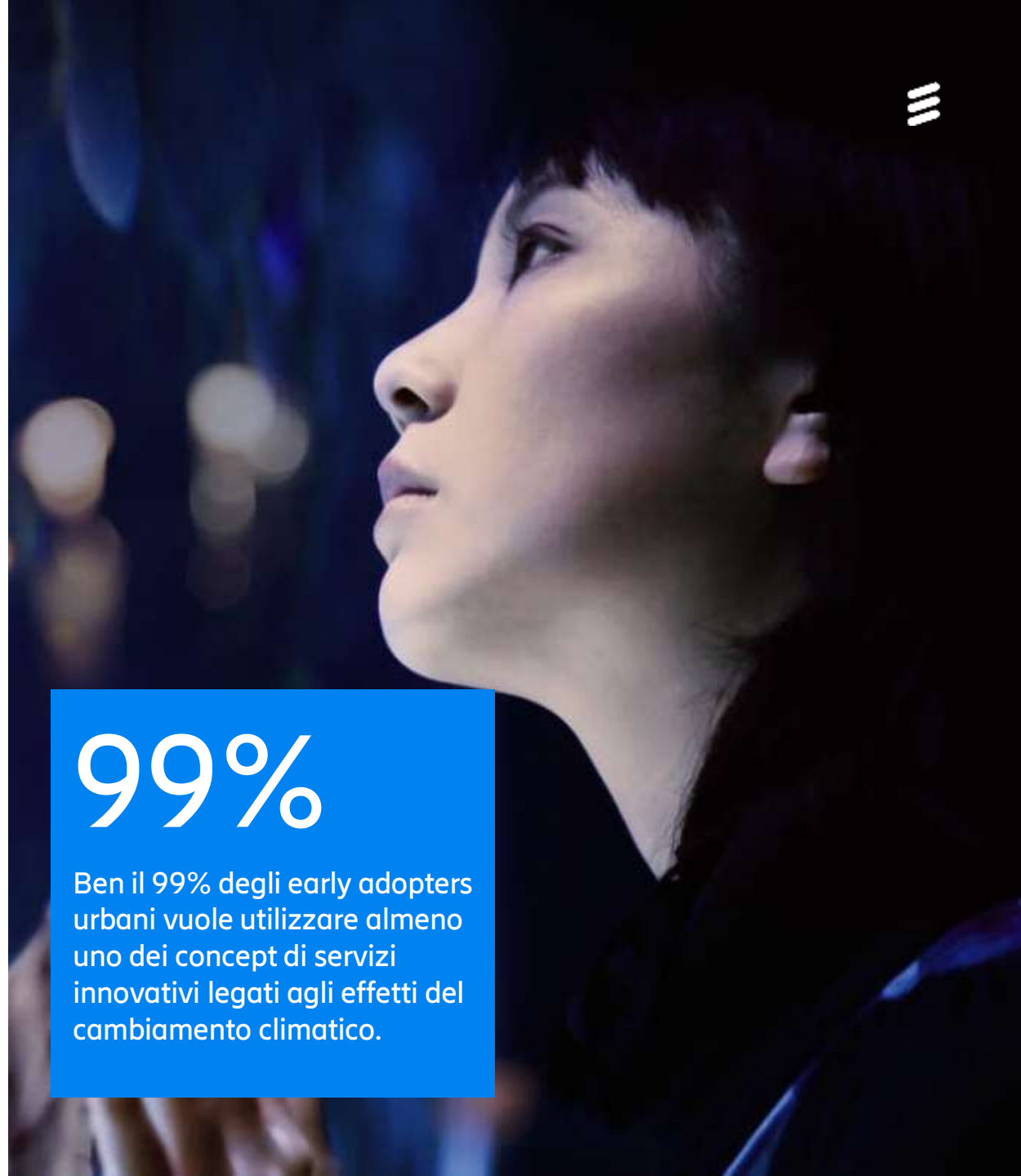
Sei early adopter urbani su dieci affermano che le future innovazioni tecnologiche saranno cruciali per risolvere molte delle sfide poste dal cambiamento climatico.

60%

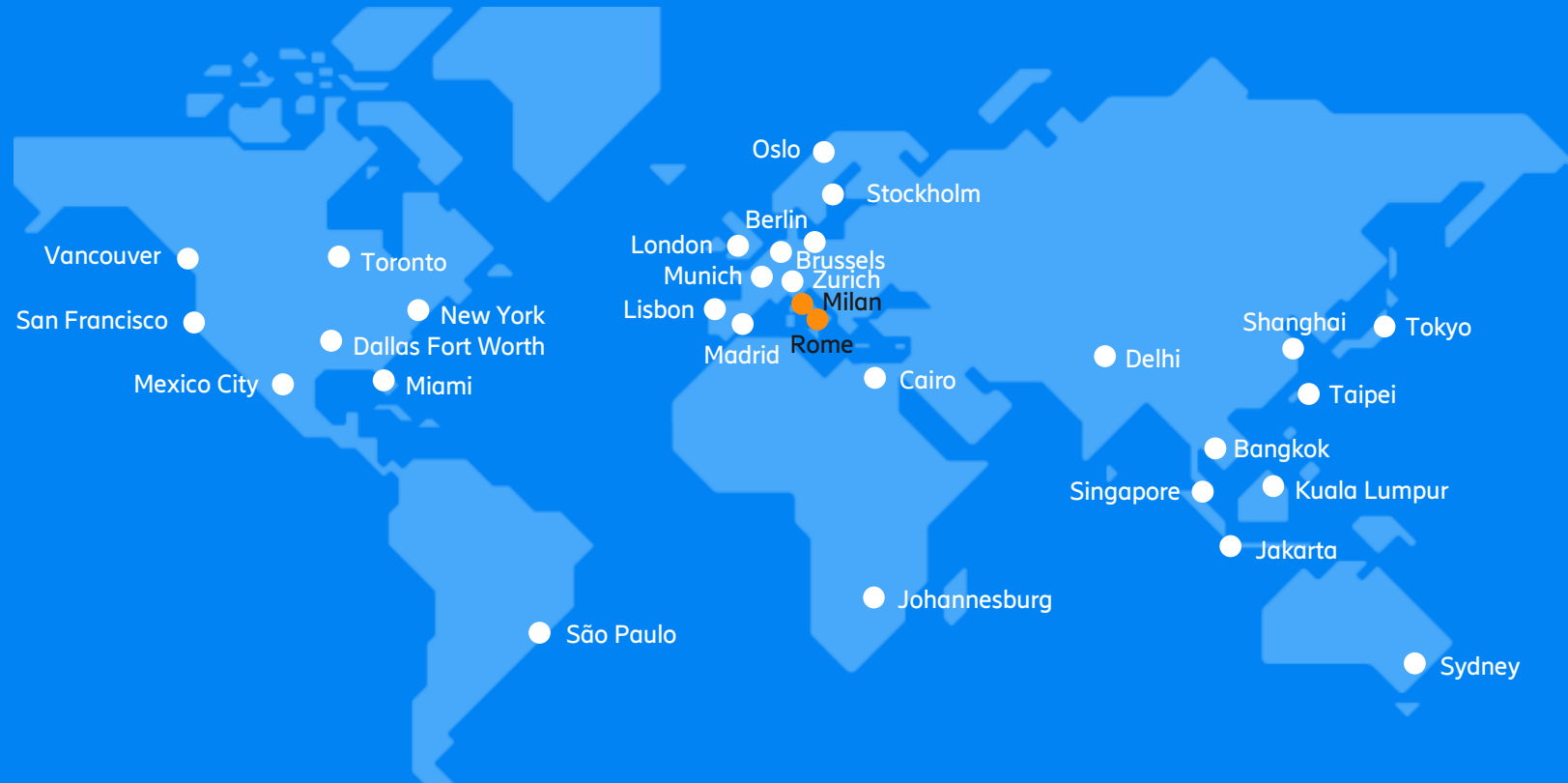
Roma e Milano

99%

Ben il 99% degli early adopters urbani vuole utilizzare almeno uno dei concept di servizi innovativi legati agli effetti del cambiamento climatico.



Metodologia



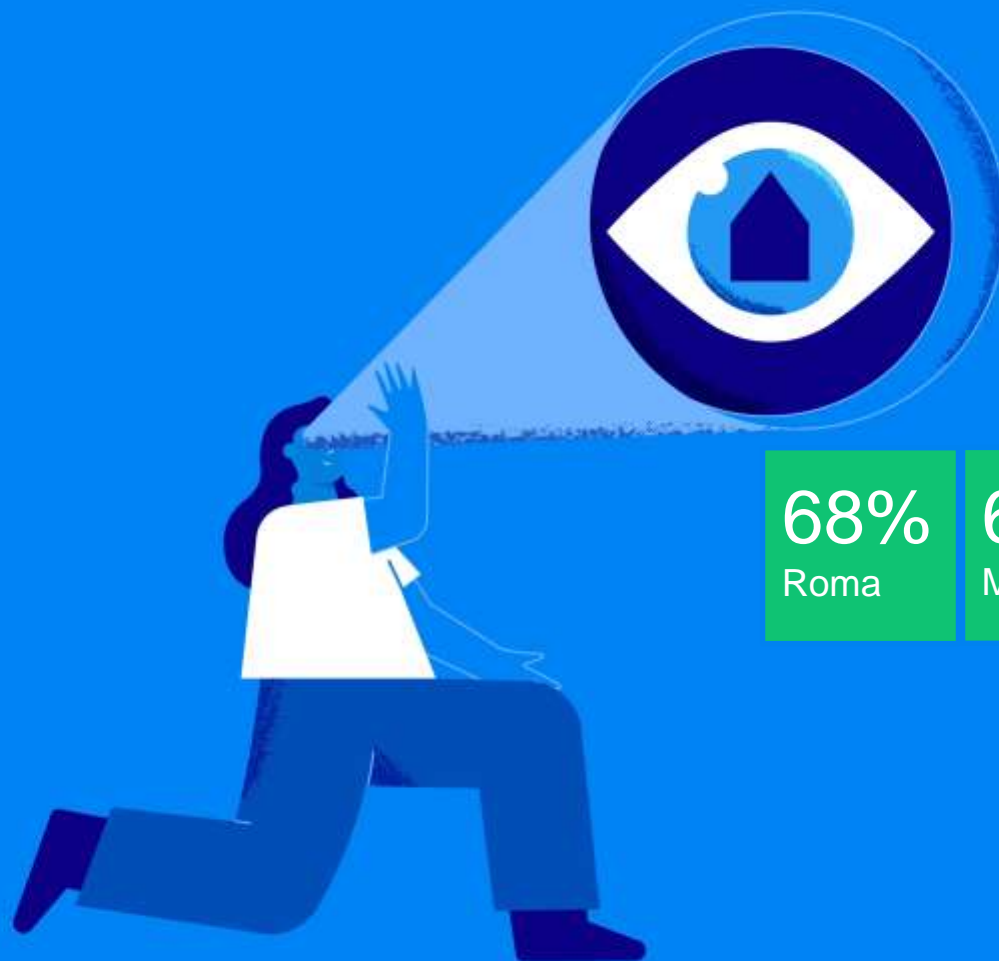
Il rapporto si basa su un sondaggio online condotto su 15.145 early adopter di 30 grandi città, di età compresa tra i 15 e i 69 anni, che attualmente utilizzano regolarmente la realtà aumentata (AR), la realtà virtuale (VR) o gli assistenti virtuali, o che intendono utilizzare queste tecnologie in futuro.

Gli intervistati hanno valutato 15 aree concettuali e la tecnologia che sarebbero più propensi a utilizzare. Il risultato è una panoramica delle 10 tendenze che i consumatori ritengono diventeranno realtà nel 2030.

#01 Cost Cutters



I servizi digitali aiuteranno i consumatori a controllare i costi di cibo, energia e viaggi, in un mondo che si trova ad affrontare una situazione climatica sempre più instabile.



68%
Roma

68%
Milano

63%

Oltre il 60% degli early adopters urbani si preoccupa dell'aumento del costo della vita.

81%
Roma

80%
Milano

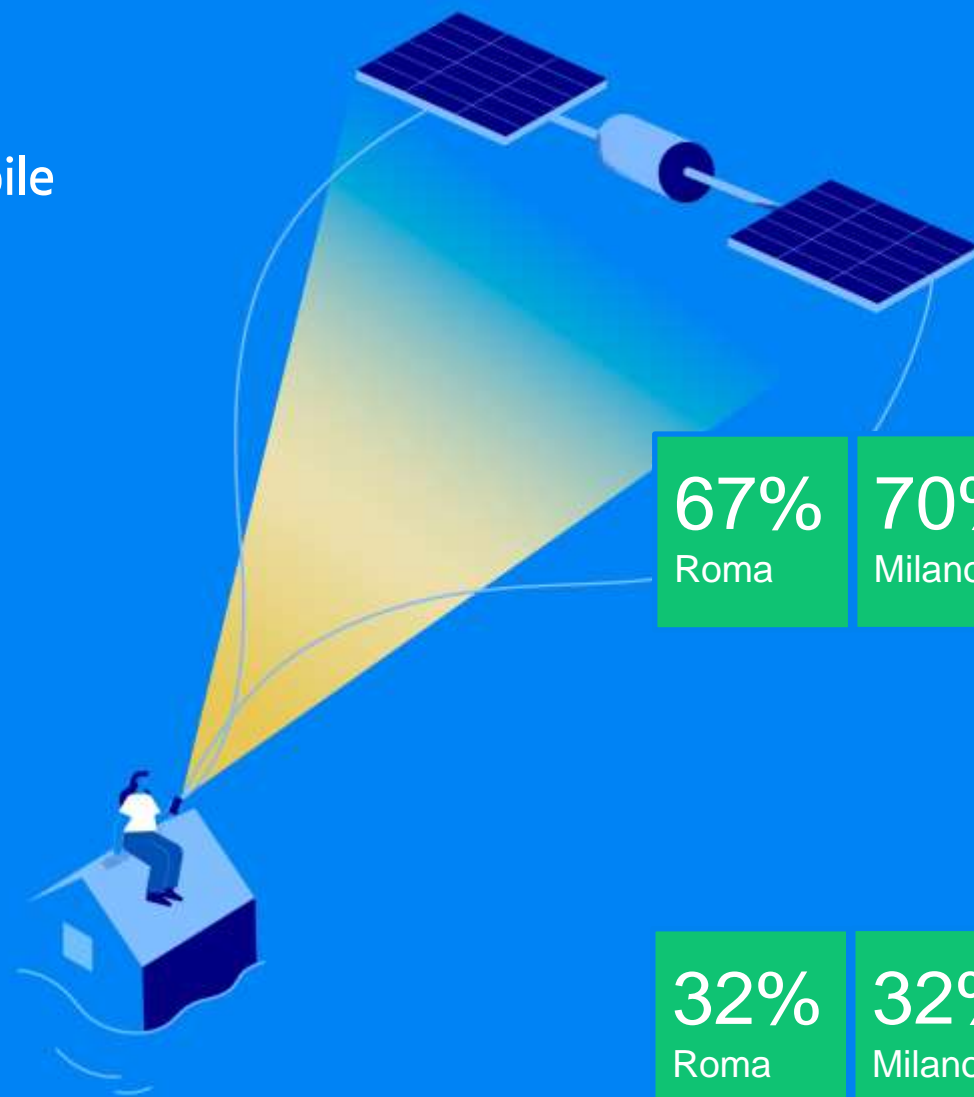
80%

Quattro persone su cinque ritengono che display personali per il monitoraggio del consumo di energia contribuiranno a ridurre i consumi domestici superflui.

#02 Unbroken Connection



Una connessione Internet affidabile e resiliente diventerà sempre più importante con il crescere degli eventi meteorologici estremi.



67%
Roma

70%
Milano

32%
Roma

32%
Milano

80%

La maggior parte degli early adopter urbani pensa che nel 2030 ci saranno localizzatori di segnali intelligenti che mostreranno le aree di copertura ottimali durante i disastri naturali.

37%

Quattro consumatori su dieci vogliono utilizzare sistemi di monitoraggio climatico in crowdsourcing per ricevere avvisi meteo locali personalizzati.

#03 No rush mobility



La rigidità oraria potrebbe diventare un ricordo del passato, dato che le normative sul clima e l'efficienza energetica cambiano il significato della flessibilità quotidiana.

41%

degli early adopter urbani utilizzeranno un'app che individua il momento migliore per viaggiare in base a quando e dove è possibile ricaricare l'auto al costo più basso.

43%
Roma

39%
Milano

68%

La maggior parte dei consumatori pianificherebbe le proprie attività utilizzando strumenti che consentono di ottimizzare i costi energetici e non l'efficienza temporale.

60%
Roma

60%
Milano



#04 S(AI)fekeepers

L'intelligenza artificiale potrebbe alimentare servizi che proteggono i consumatori in caso di condizioni meteorologiche sempre più imprevedibili e instabili.

45%

Quasi la metà degli early adopters urbani utilizzerà sistemi di allerta meteo personalizzati per la propria sicurezza.

42%
Roma

42%
Milano

32%

1 su 3 prende in considerazione l'idea di indossare giacche intelligenti per condizioni climatiche estreme con sistema di riscaldamento di emergenza integrato e giubbotto di salvataggio gonfiabile.

27%
Roma

28%
Milano



#05 New working climate



Il concetto di "fine settimana" e le attività quotidiane possono ruotare intorno a un uso dell'energia distribuito in modo più flessibile, anziché all'orario di lavoro.



70%
Sette su dieci prevedono uffici con sistemi di condizionamento dell'aria che rilevano i dipendenti, garantendo un raffreddamento e un riscaldamento personalizzati.

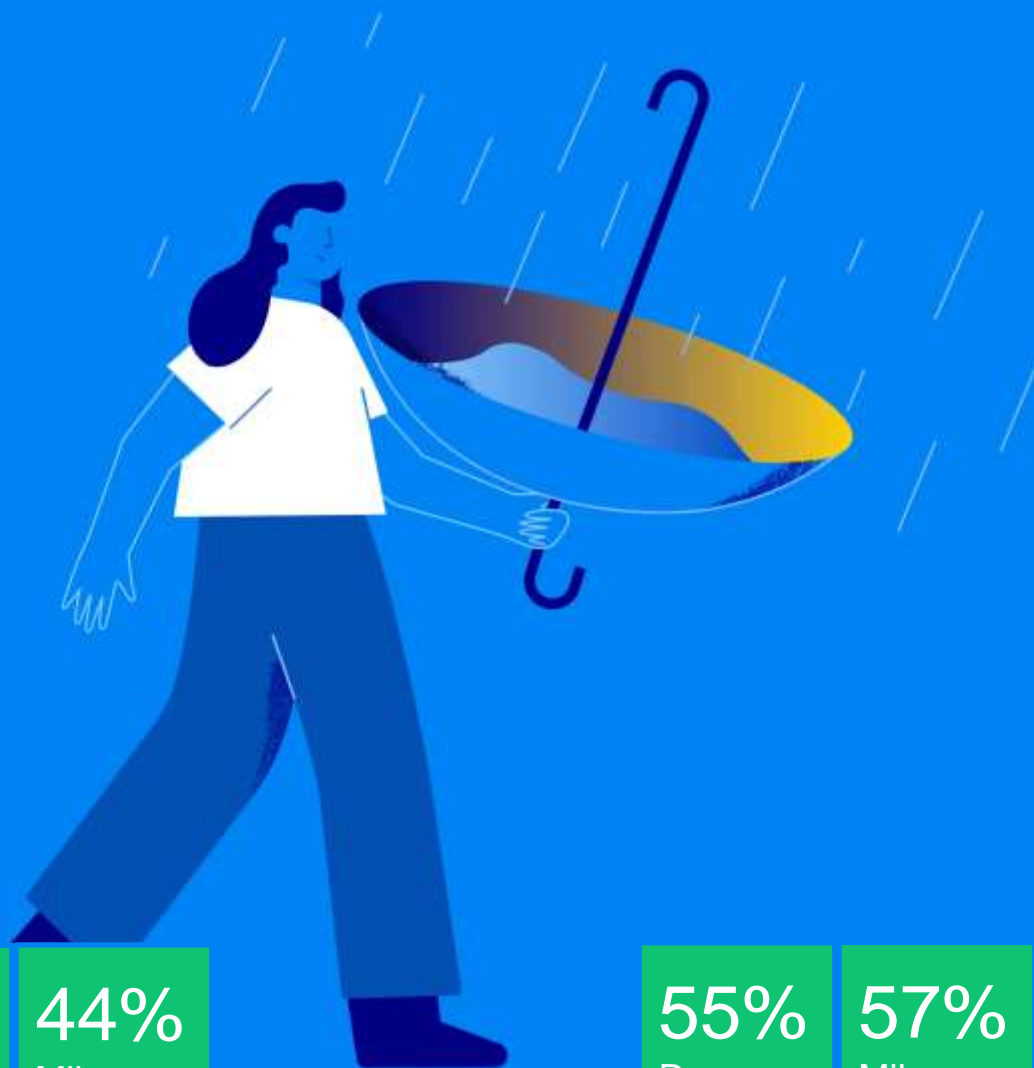


72%
Il 72% ritiene che gli assistenti AI aziendali aiuteranno i consumatori a pianificare gli spostamenti, le attività e le risorse per ridurre al minimo l'impronta di carbonio sul lavoro.

#06 Smart Water



I consumatori prevedono servizi idrici più intelligenti per conservare e riutilizzare l'acqua a causa della possibile carenza di acqua dolce.



46%

Quasi la metà degli early adopter urbani dichiara che la propria famiglia utilizzerà dei raccoglitori d'acqua intelligenti su tetti, balconi e finestre che si aprono quando piove per raccogliere e pulire l'acqua piovana.

49%
Roma

44%
Milano

55%
Roma

57%
Milano

64%

degli early adopters prevede che tutti avranno diritto a una quantità d'acqua mensile regolata digitalmente.

#07 The Enerconomy

I servizi digitali di condivisione dell'energia potrebbero mitigare l'onere dell'aumento dei costi energetici nel 2030.

65%

L'energia potrebbe diventare una moneta, visto che il 65% dei consumatori prevede di poter pagare beni e servizi in kWh utilizzando le applicazioni mobili.

55%
Roma

53%
Milano

74%

Tre consumatori su quattro ritengono che l'intelligenza artificiale consentirà loro di controllare piccoli pannelli solari e micro turbine eoliche per generare energia a casa e venderla con profitto.

70%
Roma

69%
Milano



#08 Less is more digital



Il possesso di prodotti digitali può diventare uno status symbol, mentre l'iperconsumo fisico può diventare costoso e socialmente criticato.

34%

La dematerializzazione delle abitudini di consumo potrebbe accelerare, dato che un terzo dei consumatori ritiene di utilizzare app per lo shopping che suggeriscono alternative digitali ai prodotti fisici.

27%
Roma

23%
Milano

75%

Tre su quattro pensano che i dispositivi AR/VR contribuiranno a eliminare il branding e le informazioni sui prodotti dalle confezioni in versione digitale.

76%
Roma

76%
Milano



#09 Natureverse



Vivere la natura nelle aree urbane senza viaggiare potrebbe essere standard nel 2030, a fronte del continuo cambiamento climatico e delle potenziali limitazioni agli spostamenti.



39%

Quattro early adopter urbani su dieci vogliono utilizzare un servizio di viaggio virtuale che permetta loro di vivere le riserve naturali in tempo reale come se fossero sul posto.

36%
Roma

33%
Milano

67%
Roma

71%
Milano

76%

Tre quarti dei consumatori ritengono che un'aula AR/VR consentirà agli studenti di conoscere e vivere la natura senza doversi recare fisicamente sul posto.

#10 Climate Cheaters



I consumatori ritengono che troveranno il modo per aggirare i disagi o i prezzi più alti dovuti a restrizioni ambientali più severe o al razionamento di energia e acqua.



39%
Roma

41%
Milano

64%
Roma

62%
Milano

52%

Oltre la metà degli early adopter urbani prevede che le app di hacking online consentiranno loro di attingere illecitamente alla rete idrica o elettrica dei vicini.

71%

Ritiene che saranno in grado di manipolare i condizionatori e i riscaldatori di casa per ottenere temperature più confortevoli rispetto alla normativa vigente.

Life in a Climate-Impacted Future



I 10 trend del 2030 secondo i consumatori.





ericsson.com/consumerlab