Tech: i 10 trends del 2016 secondo GFK

schermata-2016-02-16-a-155640-ac505c24

Tech, sempre più tech: il 2016 si prospetta sempre più connesso. Ma quali sono i trend emergenti? Ce lo racconta il report **Tech Trends 2016,** elaborato da GfK.

I primi, grandi protagonisti saranno gli **Invisible analytics: parliamo di tutti quei dati che i consumatori si lasciano alle spalle. Tracce, anche anonime,** delle loro interazioni online con le imprese: dagli acquisti (alimentari e non) all'ora in cui usano l'home banking, dagli annunci che hanno visto ai marchi che ricercano. L'analisi di questi dati raccolti in maniera passiva, in qualche modo a "invisibili", sarà sempre più fondamentale per le aziende che vogliono comprendere a fondo il consumatore e le sue abitudini.

Schermata 2016-02-16 a 16.01.16

E poi c'è la **Realtà virtuale: negli ultimi anni si è investito molto** in questa tecnologia, con lo sviluppo di display montati sulla testa (HMD) per un'esperienza di gioco "immersiva". Secondo Gfk, il mercato dell'intrattenimento sarà un banco di prova, che consentirà di creare maggiore consapevolezza sulle potenzialità della realtà virtuale. In futuro, la RV potrà essere applicata anche in altri settori, come i viaggi, la vendita al dettaglio e l'istruzione.

Parlando poi di **Tecnologie Indossabili sarà il caso di fare un debito distinguo: quelle di fascia alta (**Google Glass e Apple Watch) incuriosiscono, certo, ma non vanno bene per tutte le tasche. Diverso è invece il discorso per contapassi e fitness tracker - che rappresentano da soli circa il 58% del volume delle vendite di wearables in Europa. E che spiegano bene l'evoluzione del settore.

Schermata 2016-02-16 a 16.01.31

Smart Home. Secondo uno studio internazionale di GfK, il 50% delle persone pensa che le tecnologie connesse alla "casa intelligente" avranno un impatto significativo sulla vita quotidiana nei prossimi cinque anni. Tuttavia, per essere davvero "smart" la casa del futuro dovrà essere anche semplice e connessa, con tutti i dispositivi in grado di comunicare tra di loro. Al momento la situazione non è così idilliaca, a causa di un mercato frammentato e di numerose criticità in tema di tutela della privacy e

protezione dei dati. Per sviluppare pienamente questo settore sarà fondamentale una maggiore collaborazione.

Quanto ai droni, nonostante l'attenzione crescente dei media, essi non sono propriamente una novità. L'utilizzo dei droni a scopi commerciali è già realtà – dalle riprese aeree alla mappatura del paesaggio, dalle consegne commerciali alla distribuzione di aiuti, fino all'agricoltura meccanizzata – ma le potenzialità di questi dispositivi non sono state ancora completamente esplorate.

Schermata 2016-02-16 a 16.01.43

Intelligenza artificiale. Home Cube, Power Badge, RankBrain, Hound: termini ancora poco noti, ma a partire dal 2016 potrebbero entrare a far parte del vocabolario della tecnologia di consumo. Secondo il Financial Times, "L'intelligenza artificiale è la tendenza più interessante negli investimenti in start-up dall'avvento dei Big Data". Colossi come Apple, Facebook e Google stanno già investendo in maniera significativi in questo settore. E a breve potrebbe essere normale avere un assistente personale robotico basato sull'intelligenza artificiale.

Video. Il consumo di video negli ultimi anni è cresciuto oltre ogni previsione, e l'online sta rapidamente diventando il canale privilegiato per questo tipo di contenuti. Il consumatore connesso oggi può guardare contenuti video su qualsiasi piattaforma e in qualsiasi momento, dai brevi clip sui social media, allo streaming di film e alle smart TV. Secondo le ultime previsioni, entro il 2019 circa l'80% di tutto il traffico internet dei consumatori sarà costituito da contenuti video. Un mercato in costante evoluzione e con un potenziale enorme per le imprese.

Schermata 2016-02-16 a 16.01.54

Pagamenti da mobile. I consumatori connessi sono sempre più propensi a pagare beni e servizi con il proprio smartphone. Nella realtà, però, la situazione è ancora frammentata: nei mercati maturi permane una certa resistenza, mentre in Asia e Africa c'è molta apertura nei confronti dei pagamenti da mobile. Nel corso del 2016, produttori e rivenditori dovranno 3 confrontarsi sempre di più con questo tema, per riuscire a far fronte alle nuove abitudini di pagamento dei consumatori.

Automobili connesse. L'idea della vettura connessa non è nuova, ma è solo negli ultimi cinque anni - con la diffusione capillare degli smartphone - che è diventata parte dell'esperienza quotidiana. Quasi tutti i produttori di apparecchiature e accessori hanno nel proprio listino dispositivi in grado di connettersi e offrire un'esperienza sempre più ricca per il guidatore.

Schermata 2016-02-16 a 16.02.02

Stampa 3D. Anche se non è ancora entrata a far parte della vita quotidiana, la stampa 3D sta diventando una tecnologia sempre più accessibile per consumatori e imprese, grazie anche ai costi sempre più ridotti. Un mercato dal potenziale enorme, che nessuna azienda può permettersi di ignorare.