

BERRY

| kolektyw kreatywny



RÓŻOWE ŁABĘDZIE

6 ALTER TRENDÓW NA 2025 R.
DLA CIEBIE I TWOJEJ MARKI

Świat pędzi.

Każdego dnia zalewa nas fala nowych narzędzi, technologii i „game-changerów”. W raportach trendowych króluje AI, cyfrowa rewolucja i niekończące się dyskusje o influencerach.

Ale w tym wyścigu często gubimy coś najważniejszego – człowieka w wymiarze konsumenckim, obywatelskim i emocjonalnym.

„Różowe Łabędzie” to inne spojrzenie na przyszłość. Skupiamy się na kondycji człowieka – jego emocjach, potrzebach i wyzwaniach w dynamicznie zmieniającym się świecie.

6 ALTER TRENDÓW

KTÓRE POMOGĄ CI STWORZYĆ

STRATEGIĘ NA 2025



SPIIS TREŚCI

W tym raporcie
znajdziesz sześć
tematów, które dotyczą,
i którymi żyją
konsumenci
na początku 2025 r.

01 / REZYLIENCJA - ZŁOTY GRAL NASZYCH CZASÓW

02 / LOGOUT - CZAS NA CYFROWY DETOX

03 / REL INSIGHT - SMALL DATA - BIG STORY

04 / HOBBY RULEZ - RADOŚĆ TWORZENIA DLA WSZYSTKICH

05 / EDUTAINMENT - RECEPTA NA GNICIE MÓZGU

06 / BIOHACKING - CZYLI JAK DŁUGO CHCESZ ŻYĆ?

CZYM JEST REZYLIENCJA?

Rezyliencja to coś więcej niż tylko psychiczna odporność. To zdolność do elastycznego reagowania na zmiany, adaptacji w warunkach chaosu i umiejętność powrotu do równowagi po trudnych doświadczeniach. W świecie, gdzie „**czarne łabędzie**” (jak kryzysy finansowe, pandemie czy globalne konflikty) stają się codziennością, rezyliencja przestaje być cechą „nice-to-have”, a staje się kompetencją strategiczną.

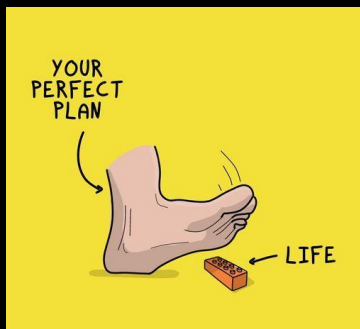
- **Szybkie podejmowanie decyzji** w niepewnych warunkach.
- **Otwarty umysł** i gotowość na eksperymenty.
- **Budowanie zaufania i transparentności** w komunikacji z konsumentami.
- **Długoterminowe planowanie**, które uwzględnia ryzyka, zamiast koncentrować się na doraźnych celach.

A man in a purple wetsuit is surfing on a large, curling blue wave. The word "REZYLIENCJA" is written in large, bold, pink letters over the image.

REZYLIENCJA

Recepta na trudne czasy? Rezyliencja to

bycie bardziej „sprężystym”



Badania pokazują, że marki i organizacje, które stawiają na elastyczne modele działania, szybciej wychodzą z kryzysów i osiągają lepsze wyniki w dłuższej perspektywie.

To nie tylko kwestia przetrwania – to umiejętność rośnięcia w trakcie burzy.



REZYLIENCJA POWIĄZANE TRENDY KONSUMENCKIE

Well-being

Konsumenci oczekują od marek działań wspierających zdrowie psychiczne i emocjonalne.

Nowa autentyczność

Marki, które otwarcie mówią o swoich wyzwaniach i uczą się na błędach, budują silniejszą więź z odbiorcami.

Human-Centric Design

Produkty i usługi projektowane z myślą o realnych, a nie wyidealizowanych potrzebach konsumentów.



Marka, która rozumie rezyliencję, to marka, która staje się sojusznikiem w trudnych czasach.

REKOMENDACJA STRATEGICZNA

Sylwia Petrykowska / Senior Digital Marketing Manager / Berry Kolektyw Kreatywny

01 / BUDUJ KOMUNIKACJĘ OPARTĄ NA AUTENTYCZNOŚCI

Nie bój się przyznać do błędów,
komunikuj otwarcie swoje
wyzwania i sukcesy.

02 / ZAINWESTUJ W WEWNĘTRZNĄ ODPORNOŚĆ ORGANIZACJI

Wdrażaj procesy, które pomagają
zespółom działać skutecznie
w obliczu zmian.

03 / UCZ SIĘ NA KRYZYSACH

Analizuj trudne sytuacje
i wyciągaj z nich wnioski
na przyszłość.

LOG OUT



CZYM JEST „LOGOUT”?

„Logout” to świadome odłączenie się od świata online i powrót do analogowej rzeczywistości. To luksusowy moment ciszy w hiperpołączonym świecie, gdzie powiadomienia, algorytmy i niekończące się scrollowanie stały się codziennym tłem naszego życia. Wylogowanie nie jest ucieczką, ale strategicznym wyborem – chwilą, która pozwala odzyskać kontrolę nad czasem, uwagą i emocjami.

TRUDNOŚĆ Z KONCENTRACJĄ?

Brak równowagi? Przebudźcowanie?

Rośnie potrzeba świadomego „cyfrowego detoksu”, który pozwala złapać oddech i wrócić do stanu pełniejszej obecności „tu i teraz”. W praktyce to:

- **Świadome zarządzanie czasem online.**
- **Cyfrowe rytuały odłączenia** – np. cyfrowy detox, brak telefonu w sypialni lub regularne weekendy offline.
- **Ochronę uwagi** jako kluczowego zasobu osobistego i zawodowego.

Coraz więcej osób zaczyna traktować
czas offline jako luksus,
 inwestycję w siebie i swój dobrostan.

MENTAL HEALTH

MY DOPAMINE DETOX

WHAT? WHY? HOW?

rooblebee.substack.com

Każde powiadomienie na telefonie
 powoduje wyrzut kortyzolu, hormonu stresu.

**Dla marek to sygnał, że mniej znaczy więcej,
 a cisza czasem mówi głośniejsz niż krzykliwa
 kampania.**



LOGOUT

POWIĄZANE TRENDY KONSUMENCKIE

Digital detox

Świadome zarządzanie czasem spędzonym online i dbanie o cyfrowe zdrowie psychiczne.

Czas wysokiej jakości

Wartość prostych, spokojnych chwil spędzonych z bliskimi lub na osobności.

Offline experiences

Produkty i usługi, które oferują wartość w świecie analogowym (np. warsztaty, papierowe notesy, książki).

01 / TWÓRZ KAMPANIE, KTÓRE SZANUJĄ UWAGĘ ODBIORCY

Zamiast walczyć o każdą sekundę scrollowania, zaprojektuj momenty wytchnienia i przestrzeń do refleksji.

02 / PROMUJ PRODUKTY I USŁUGI OFFLINE

Wspieraj doświadczenia, które wykraczają poza ekran – warsztaty, spotkania na żywo, aktywności manualne.

03 / KOMUNIKUJ ŚWIADOMIE

Mniej komunikatów, ale bardziej przemyślanych. Jakość ponad ilość.

*Logout to nie
ucieczka od
technologii, ale
powrót do siebie.
Marki, które
pomogą
konsumentom
znaleźć ten
balans, zdobędą
ich zaufanie na
długo.*

REKOMENDACJA STRATEGICZNA

Marcin Mystkowski / CEO, Strateg /
Berry Kolektyw Kreatywny



CZYM JEST „REL INSIGHTS”?

REL to podejście, które koncentruje się na małych, ale znaczących szczegółach – mikrotrendach, pojedynczych historiach i niuansach zachowań. W świecie pełnym algorytmów i uśrednionych statystyk to właśnie drobne obserwacje pozwalają markom tworzyć przekaz, który autentycznie rezonuje z odbiorcami.

VISIT OSLO

Kampania VisitOSLO postawiła na ironię i przewrotny humor, przedstawiając „wady” miasta – zimno, wysokie ceny i brak typowych atrakcji turystycznych. W rzeczywistości te „minusy” okazały się jego największymi atutami. Zamiast typowej promocji, twórcy wykorzystali satyrę, by podkreślić unikalny klimat Oslo i zaprosić turystów do doświadczenia prawdziwego, nieskażonego sztuczną narracją miasta. Kampania pokazała, że szczerłość z odrobiną ironii może być skuteczniejsza niż perfekcyjnie wyreżyserowany przekaz.



Znajdź powiązane treści



00:02/00:36

REL opiera się na zauważaniu drobnych, ale istotnych szczegółów, które mogą zmienić narrację marki. Dobrym przykładem jest viralowy sukces Elements Hotel & Spa ze Świeradowa-Zdroju. W ciągu zaledwie 3 dni ich przewrotny, ironiczny przewodnik po obiekcie zdobył 2,5 miliona wyświetleń na TikToku.

Zamiast standardowej, wyidealizowanej reklamy, hotel postawił na humor i autentyczność – pokazując siebie z przymrużeniem oka.

REL w praktyce oznacza:

- **Dostrzeganie mikrogestów** i subtelnych zachowań konsumentów.
- **Tworzenie opowieści** opartych na prawdziwych, małych historiach, które angażują bardziej niż korporacyjne slogany.
- **Wykazywanie dystansu** do siebie i odwagi w komunikowaniu rzeczy mniej oczywistych, które wyróżniają markę i przyciągają uwagę.

Najmocniejsze insighity rodzą się z zauważania tego, co **małe, ale znaczące.**



„Chcesz być bardziej #rel? Obserwuj mikrotrendy, wychwytuj zjawiska i reaguj na nie błyskawicznie.

To odejście od anonimowych statystyk na rzecz mikroobserwacji i prawdziwych, ludzkich historii.



REL INSIGHTS

POWIĄZANE TRENDY KONSUMENCKIE

Storytelling 2.0

Prawdziwe historie bardziej angażują niż korporacyjne slogany.

Lokalność i mikrospołeczności

Siła małych miejsc i ich autentycznych historii rośnie w wartość globalną.

Personalizacja treści

Komunikaty szyte na miarę odbiorcy, zamiast masowych kampanii.

Sukces komunikacji to zdolność dostrzeżenia kontekstów, które poruszają odbiorców, i budowania z nich autentycznych narracji.

REKOMENDACJA STRATEGICZNA

Bartek Sielecki / Social Media Manager / Berry Kolektyw Kreatywny



01 / MIKROHISTORIE JAKO ŹRÓDŁO LOKALNYCH INSIGHTÓW

Jedna opinia klienta, jedno drobne doświadczenie może stać się osiłą komunikacji, która rezonuje szerzej.

02 / PRZYCZEPNE NARRACJE

Zamiast wyidealizowanych kampanii, pokaż ludzi i ich mikroświaty – surowe, szczere i inspirujące.

03 / WYKAZUJ SIĘ ODWAGĄ I DYSTANSEM

Czasem szczerość i przewrotne podejście potrafią wywołać silniejsze emocje niż perfekcyjnie dopracowany przekaz.

HOBBY RULEZ



CZYM JEST „HOBBY RULEZ”?

„Hobby Rulez” to **ruch**, który przywraca tworzeniu jego pierwotny sens – radość, pasję i spontaniczność. W świecie, gdzie perfekcja i produktywność dominują, coraz więcej ludzi wybiera aktywności, które dają czystą frajdę, zamiast wyników do raportu czy lajków na Instagramie. To powrót do amatorskich działań, gdzie liczy się proces, a nie efekt.

DZIERGASZ?

Tworzenie dla radości powraca jako sposób na wyrażanie siebie. Przykłady? Dzierganie na drutach, moda na rękodzieło i DIY, amatorskie fotografowanie analogowymi aparatami, malowanie dla relaksu, pisanie książek czy tworzenie biżuterii. To aktywności, w których liczy się emocjonalna wartość i proces, a nie monetyzacja czy popularność w sieci.

„Hobby Rulez” to:

- **Tworzenie dla samego aktu tworzenia**, a nie dla perfekcyjnego efektu.
- **Odrzucenie presji na „monetyzację” każdej pasji.**
- Znalezienie przestrzeni na kreatywność w codziennym życiu, **bez oceny i oczekiwań.**

Wracamy do swoich pasji!

Tu liczy się czysta frajda z robienia rzeczy, które są źródłem satysfakcji. **Czy jest coś bardziej ludzkiego?**



Kreatywność w wydaniu „hobbystycznym” to przestrzeń wolna od presji, która daje prawdziwą radość i staje się coraz bardziej **widoczna w kulturze, trendach i... produktach oferowanych przez marki.**



HOBBY RULEZ

POWIĄZANE TRENDY KONSUMENCKIE

Hobby turystyka

Od warsztatów rzemieślniczych w Toskanii po łowienie ryb w norweskich fiordach.

Powrót kolekcjonerstwa

Kolekcjonowanie znaczków, winyli, komiksów czy nawet rzadkich roślin zyskuje na popularności.

DIY Culture

Samodzielne tworzenie rzeczy zamiast kupowania gotowych produktów.

01 / ZACHĘCAJ DO SPONTANICZNOŚCI

Kampanie mogą promować frajdę z tworzenia, a nie perfekcyjny efekt. Może ciekawy konkurs dla społeczności?

02 / DOSTARCZAJ NARZĘDZIA DO TWÓRCZEGO WYRAŻANIA SIEBIE

Produkty i usługi mogą inspirować do rozwijania pasji – od zestawów DIY po analogowe akcesoria wspierające kreatywność.

03 / OBSERWUJ BAŃKI

Grupy i bańki pasjonatów są kopalnią insightów – poznaj ich potrzeby i inspiracje, by tworzyć bardziej trafne kampanie.

REKOMENDACJA STRATEGICZNA

Marcin Mystkowski / CEO, Strateg / Berry Kolektyw Kreatywny

**Marki, które
zrozumieją siłę
tworzenia bez
presji, staną się
inspiratorami
autentycznej
kreatywności.**



CZYM JEST „EDUTAINMENT”?

„**Edutainment**” to połączenie edukacji i rozrywki, które redefiniuje sposób przyswajania wiedzy w świecie przesycanym informacjami i bodźcami. W czasach, gdy „**brain rot**” (gnicie mózgu – słowo roku według Cambridge Dictionary) staje się realnym zagrożeniem, edukacja przez rozrywkę jawi się jako antidotum na mentalne zmęczenie i informacyjny chaos.

Zjawisko to widać na wielu poziomach: od **TikTokerów, którzy w 30-sek filmikach tłumaczą skomplikowane zjawiska naukowe**, po **gry edukacyjne i interaktywne podcasty**, które uczą w angażujący sposób. Współczesny odbiorca chce lekkiej, przyjemnej i przystępnej formy przekazu, **która bawi, angażuje i jednocześnie uczy**.

EDUTAINMENT TO ROZRYWKA Z WARTOŚCIĄ DODANĄ:

- **Przyswajanie wiedzy w naturalny, angażujący sposób** – np. nauka języków poprzez konsumowanie treści społecznościowych.
- **Wykorzystanie technologii, gier i narracji do edukacji.**
- **Treści skrojone na miarę** współczesnego odbiorcy: krótkie, dynamiczne, wizualne.



EDUTAINMENT

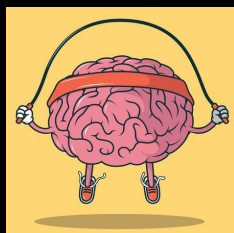
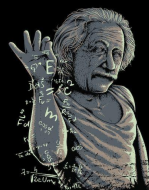
**Scrollowanie,
dzięki któremu
zdobywasz
wiedzę.**

Lekko, łatwo i przyjemnie.



LOADING...

It's about progress, not
perfection. Keep going!



Edutainment to globalny fenomen, który na nowo definiuje naukę i sposób angażowania odbiorców.

Szacuje się, że wartość rynku EdTech osiągnie 738,6 miliarda dolarów do 2029 roku.



EDUTAINMENT

POWIĄZANE TRENDY KONSUMENCKIE

Snackable content

Krótkie, łatwo przyswajalne treści, które jednocześnie bawią i uczą.

Gamifikacja

Wykorzystanie mechanizmów znanych z gier do motywowania użytkowników i nauki.

Microlearning

Podejście do nauki, które polega na podziale wiedzy na małe, łatwo przyswajalne porcje.

REKOMENDACJA STRATEGICZNA

Bartek Sielecki / Social Media Manager / Berry Kolektyw Kreatywny

Edutainment to most między uwagą a wiedzą – marki, które go zbudują, zdobędą serca i umysły odbiorców.



01 / ANGAŻUJ ODBIORCÓW NA WIELU POZIOMACH

Wykorzystaj quizy, interaktywne filmy czy doświadczenia oparte na storytellingu.

02 / BĄDŹ EKSPERTEM W PRZYSTĘPNEJ FORMIE

Skutecznie łącz wiedzę z lekką, atrakcyjną narracją.

03 / DOSTARCZAJ WARTOŚĆ, NIE TYLKO ROZRYWKĘ

Każda treść powinna zostawić coś więcej – małe „aha!” w głowie odbiorcy.

CZYM JEST „BIOHACKING”?

„**Biohacking**” to świadome zarządzanie własnym ciałem i umysłem w celu osiągnięcia lepszej wydajności, zdrowia i długowieczności. To styl życia oparty na nauce, technologii i codziennych nawykach, które mają maksymalizować potencjał człowieka. Biohackerzy traktują swoje ciało jak **eksperymentalne laboratorium**, analizując dane, testując diety, suplementy, techniki oddychania czy optymalizując sen.

JAK DŁUGO CHCESZ ŻYĆ?

Na biohacking składają się zarówno **proste nawyki**, jak picie odpowiedniej ilości wody i dbanie o higienę snu, jak i bardziej zaawansowane metody, takie jak **analiza biomarkerów**, suplementacja nootropikami czy korzystanie z technologii do monitorowania stanu zdrowia (np. smartwatche, pierścienie Oura).

Biohacking to:

- **Świadome zarządzanie zdrowiem** opierające się na danych i naukowych metodach.
- **Optymalizacja** snu, diety, aktywności fizycznej i zarządzania stresem.
- **Korzystanie z technologii** do monitorowania i poprawy kondycji ciała oraz umysłu.

BIOHA CKING

Biohacking

przestaje być obsesją
wyłącznie miliarderów

To nowy standard, który przenika do mainstreamu od aplikacji monitorujących sen po suplementy zwiększające wydajność umysłową. Staje się codzienną postawą rosnącej grupy konsumentów.



BIOHACKING

POWIĄZANE TRENDY KONSUMENCKIE

Wearable technology

Smartwatche, opaski i sensory monitorujące sen, aktywność fizyczną czy poziom stresu.

Suplementacja i nootropy

Substancje wspierające funkcje mózgu i zwiększające koncentrację.

Sen jako nowa waluta efektywności

Świadome zarządzanie snem jako fundamentem dobrego zdrowia i efektywności..

Zdrowie i wydajność stały się priorytetami – marki, które odpowiedzą na te potrzeby, będą postrzegane jako partnerzy w drodze do sukcesu.

REKOMENDACJA STRATEGICZNA

Marcin Mystkowski / CEO, Strateg / Berry Kolektyw Kreatywny



01 / DOSTARCZAJ PRODUKTY I USŁUGI WSPIERAJĄCE ŚWIADOME ZARZĄDZANIE ZDROWIEM

Od suplementów po inteligentne technologie zdrowotne.

02 / BUDUJ KOMUNIKACJĘ WOKÓŁ WIEDZY

Wyjaśniaj, edukuj i inspiruj konsumentów do świadomego dbania o zdrowie.

03 / HOLISTYCZNE PODEJŚCIE

Pokaż, że biohacking to nie tylko suplementy i technologia, ale także balans między ciałem, umysłem i emocjami.

A group of approximately 20 people, the Berry creative agency team, are posed in a dark room. They are arranged in several rows, some sitting on the floor and others standing. The room is dimly lit, with a clock visible on the wall in the background. The overall mood is professional yet relaxed.

BERRY

| kolektyw kreatywny

TU ROSNA IDEE

ROZGLĄDASZ SIĘ ZA DOBRĄ AGENCJĄ 360°?

Sprawdź nas.

Od 16 lat pomagamy rosnąć naszym Klientom.

Zajmujemy się kompleksową obsługą projektów komunikacyjnych, obejmując wszystkie etapy procesu kreatywnego – od opracowania strategii, przez kreację i produkcję, aż po działania mediowe, monitoring i analizę.

UMÓWMY SIĘ NA KONSULTACJĘ

#STRATEGIA
#AI
#KREACJA



Odezwij się do Basi Zdanowskiej by poznać szczegóły.

NEWBIZ@KOLEKTYWKREATYWNY.PL

+48 723 166 646