



Trend: OPEN SOURCE SOLUTIONS

MegaTrend: *FUZZYNOMICS*

În contextul în care consumatorii se așteaptă ca brandurile să se implice în rezolvarea problemelor majore cărora suntem nevoiți să le facem față, acest trend implică împărtășirea de *know-how*, soluții și/sau inovații, care să contribuie la gestionarea și rezolvarea acestor probleme importante cu care ne confruntăm.

Consumatorii se uită spre branduri cu așteptarea ca ele să se implice în mod constant și să acționeze ca un actor social responsabil și sensibil la problemele majore cu care comunitatea locală sau globală se confruntă. Prin deschiderea de a oferi acces la informații și/sau soluții, brandurile ajung astfel să întărească puterea cu care consumatorii fac față acestor probleme (*empowering consumers*), fie că vorbim de sprijin direct în rezolvarea problemelor sau de ajutor în gestionarea unor aspecte particulare generate de acestea.



Exemple globale: Alături de agențiile de sănătate guvernamentale, Facebook, Google, Microsoft, Reddit și Twitter colaborează în lupta [împotriva dezinformării/fake news](#) în contextul COVID-19.

FORD, UBER și LYFT au decis să pună la dispoziție date pentru platforma [SharedStreets](#), care să contribuie la o mai bună gestionare a problemelor din trafic.



Exemple locale: Magic FM, Kiss FM și Rock FM pun la dispoziție spațiu de emisie pentru inițiativele civice care au nevoie de o portavoce în contextul crizei COVID19 – [Solitari și solidari - Rămânem împreună chiar și la distanță](#)

În contextul COVID-19, românii pot asculta audiobook-uri Humanitas pe frecvențele [Radio România Cultural](#) și pot accesa gratuit [biblioteca virtuală Humanitas](#).

Bitdefender oferă [soluții de securitate](#) informatică gratuite tuturor instituțiilor sanitare din lume, ca parte a unui demers de a le sprijini pe durata pandemiei COVID-19.