

|  |
| --- |
| **Capgemini Presskontakt:** *Gunilla Resare* *Tlf.: +47 450 02 542**E-post:* *gunilla.resare@capgemini.com* |

**43 procent av svenskarna föredrar självkörande bilar inom 5 år**

**Stockholm, 9 maj, 2019 – En ny rapport från Capgemini Research Institute visar att 43 procent av svenskarna skulle föredra självkörande bilar inom 5 år. I ett kortare perspektiv, 12 månader, är det dock bara 15 procent av svenskarna som skulle föreda att åka i en självkörande bil framför en traditionell, vilket är under det internationella genomsnittet.**

Idag presenterar Capgemini Research Institute rapporten “The Autonomous Car: A Consumer Perspective”. Rapporten baseras på drygt 5,500 respondenter fördelat på 6 länder, som har svarat på sin syn på utvecklingen av självkörande bilar. Totalt sett visar studien en positiv inställning inför utvecklingen. Globalt sett vill 64 procent hellre åka i en självkörande bil jämfört med en traditionell, inom 10 år. Här visar det sig att svenskarna inte är riktigt lika positivt inställda (61 procent). Kineserna är de som ser allra ljusast på framtiden där 72 procent välkomnar utvecklingen.

-*Svenskarnas siffror ligger ungefär kring det globala genomsnittet genomgående i rapporten. Vi är vana vid digitalisering och borde skilja oss lite mer från länder som exempelvis Frankrike och Tyskland som inte har kommit lika långt som vi har i digitaliseringen. Det är egentligen bara Kina som sticker ut, vilket inte är förvånande. De har en helt annan syn på teknik och digital utveckling som få andra länder kan mäta sig med idag,* säger Håkan Erander, Vice President Automotive Nordics på Capgemini Invent.

Globalt sett visar statistiken att konsumenterna tror att självkörande bilar kommer att spela en större roll i deras vardagliga liv, som exempelvis att utföra ärenden. Mer än hälften (54 procent) är positiva till att självkörande bilar själv hämtar- och lämnar av vänner och familjemedlemmar. 50 procent förväntar sig att självkörande bilar kommer att spara oss tid så att vi kan göra andra aktiviteter under bilfärden – som till exempel att titta på film, arbeta eller bara njuta av turen. Konsumenterna upplever att transformationen till självkörande bilar kommer skapa en ökad flexibilitet, men även mobilitet. Det är dock inte bara positiva känslor, 48 procent av svenskarna uppgav att de kände osäkerhet inför utvecklingen. Vilket även gäller för de andra deltagande länderna i undersökningen.

-*Det är intressant att se vad konsumenterna tror att utvecklingen kommer att bidra till i deras vardag. Precis som med många andra tekniska utvecklingar känner man en osäkerhet och rädsla då det är nytt och okänt. Det tar tid för människor att vänja sig vid nya tekniska företeelser, vilket är helt normalt och något som vi ser i rapporten,* säger Håkan Erander.

**Om Capgemini**

Som en global ledare inom konsult- och tekniktjänster samt digital transformation ligger Capgemini i innovationens framkant. Vi möter därmed våra kunders behov inom molntjänster, digitalisering och plattformar. Med 50 års erfarenhet och en gedigen branschspecifik kompetens gör vi det möjligt för organisationer att förverkliga sina affärsmål genom ett brett spann av tjänster, från strategiarbete till drift- och förvaltningsuppdrag. Vi sätter människorna i fokus och drivs framåt av övertygelsen att med teknik realiserad affärsnytta åstadkoms av människor. Capgemini är multikulturellt med över 200 000 anställda i mer än 40 länder. 2018 omsatte Capgemini 13,2 miljarder euro.

Besök oss på [www.capgemini.com](http://www.capgemini.com/#_blank). *People matter, results count.*

**Om Capgemini Research Institute**

Capgeminis forskningsinstitut är Capgeminis eget forskningscenter. Institutet publicerar rapporter och studier om effekterna av digital teknik. Med ett globalt nätverk av experter, arbetar Capgemini Research Institute nära akademiska och tekniska partners. Institutet har forskningscenters i Indien, Storbritannien och USA. Det var nyligen rankat som nummer ett i världen för kvaliteten på sina analsyer.

Besök oss på <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>