**Ford spår framtiden i årlig trendrapport: 61 procent positiva till självkörande**

**Fords årliga trendspaning "Looking Further" har släppts för sjätte året. Den visar bland annat att 61 procent globalt är hoppfulla inför framtiden för självkörande fordon. Däremot är vi mer skeptiska till artificiell intelligens, där mer än hälften tror att den kommer göra mer skada än nytta.**

För sjätte gången presenterar nu Ford sin världsomspännande trendrapport Looking Further, där trender analyseras för att skapa en förståelse för hur de påverkar konsumenter och varumärken under 2018 och framåt. I årets rapport är det tydligt att människor världen över är skakade av de kulturella och samhälleliga förändringarna i världen, där mer än 60 procent känner sig överväldigade av oron i världen. I förlängningen leder det till att konsumenter rör sig mot aktivism, medkänsla och självuttryck.

* Det är ingen tvekan om att vi lever i en intressant tid. Globala prioriteringar håller på att förändras, politiken omvälvs och genom att strålkastarljuset har riktats mot sociala orättvisor har status quo ifrågasatts och många känner sig desorienterade. Men ur kaos och konflikt kan en ny energi och kreativitet födas som motiverar människor mer än någonsin, säger Sheryl Connelly, Fords globala framtids- och konsumenttrendschef.

**Ambivalent inställning till ny teknik**

Virtuell verklighet, artificiell intelligens och självkörande bilar är redan här och integrerar allt mer med våra vardagliga liv. Men det kommer inte utan skepsis och misstro; 52 procent är övertygade om att artificiell intelligens kommer att göra mer skada än nytta. Däremot är 61 procent hoppfulla inför framtiden för självkörande bilar.

**Stora planer för stora städer**

År 2020 förväntas 75 procent av världens befolkning bo i städer. För att dra största nytta av städernas potential måste vi vara smarta och uppmärksamma i stadsplaneringen. Det förstår även allmänheten. 87 procent globalt håller med om att städer bättre måste planera sina transportlösningar, och 57 procent av amerikanerna kan i dag gladeligen tänka sig att offra sin parkeringsplats för att få mer grönutrymmen.

**Konsumtion med medkänsla**

Tre fjärdedelar känner igen sig i att människor omkring dem blir mer och mer intoleranta för andra åsikter än sina egna, och 66 procent känner sig överväldigade av förändringarna som de ser hända i världen. Många tycker sig se mer lidande och tror att vi har åsamkat vår planet permanent skada. Då är det ändå glädjande att så många som 76 procent anser sig kunna bidra till positiv förändring i samhället genom sina handlingar, och Ford spår att det under 2018 i ännu högre grad kommer att påverka hur och vad vi konsumerar.

**Vi vill främja varumärken som tar ställning**

Genom den kulturella polariseringen i världen rycks vi konsumenter ut ur självbelåtenhet. Individer diskuterar vilken förändring vi behöver, helt orädda inför att rucka på konventionell kunskap och förväntningar. Detta ställer krav på företag att också ta ställning i samhällsfrågor. 52 procent av 18–29-åringarna och 49 procent av 30–44-åringarna förväntar sig att varumärken tar ställning, och de betalar hellre dubbelt så mycket för en produkt än handlar av ett företag som de tror är skadliga för samhället.