

Pressmeddelande

Stockholm 30 september 2014

Hög potential för bränslecellsladdare enligt ny YouGov-undersökning

En ny konsumentundersökning i Sverige och USA visar att både behovet och intresset för bränslecellsladdare är högt. Undersökningen gjordes på initiativ av innovationsföretaget myFC, och av undersökningsföretaget YouGov.

Enligt undersökningen uppgår andelen svenska konsumenter som använder en smartphone och/eller en surfplatta regelbundet, till 91% (77% US)¹.

Frågorna som ställdes till respondenterna i undersökningen handlade både om deras generella behov av elektricitet till sina mobila enheter och kring konceptet av myFCs nuvarande samt kommande bränslecellsladdare.

Resultaten visar att runt en fjärdedel² av respondenterna, ofta har befunnit sig i miljöer där de inte har haft tillgång till en strömkälla när deras smarta mobiler och/eller deras surfplattor laddat ur, ytterligare ca 30%² upplever att detta händer dem då och då. Behovet av en bärbar laddare som själv genererar elektricitet, omfattar dock en större skara än de som upplever att att mobilen laddar ur när de inte har tillgång till eluttag. Undersökningen visar att 8 av 10 personer³ ser ett behov av en sådan produkt. Samtidigt anger endast en liten andel³ i undersökningen att de idag äger en portabel laddare av något slag. Detta innebär att det finns en avsevärd marknadspotential för denna produktkategori.

I undersökningen framgår också att 70%⁴ av respondenterna är positivt inställda till myFCs bränslecellsladdare och en klar majoritet uppger att de själva skulle vilja använda en sådan laddare regelbundet eller då och då.

Inte oväntat är intresset för produkten är som allra störst hos konsumenter som använder sin smartphone och/eller surfplatta regelbundet, de som är intresserade av den senaste tekniken, reser mycket och har en aktiv livsstil.

Resultaten i undersökningen var överensstämmande bland de svenska och amerikanska konsumenterna. Den amerikanska marknaden visar sig dock vara mer utvecklad än den svenska när det kommer till att använda mobila laddningslösningar.

"Det är glädjande att se att våra produkter fyller ett så stort och växande behov på marknaden. Det är extra roligt att så många omfamnar ny svensk teknik och i och med den ökande användningen av både smartphones och surfplattor ser vi dessutom att marknaden bara kommer att fortsätta att växa. Detta är ett kvitto på att vi gör rätt saker och det gör oss ännu mer säkra på att vi kommer att fortsätta utveckla produkter för denna marknad." säger Björn Westerholm, VD på myFC AB.

Fotnoter: se hänvisningar till grafer från YouGov nedan



Undersökningen utfördes av marknadsundersökningsföretaget YouGov. Mellan den 18e juli till den 3e aug 2014 genomfördes totalt 1515 (Sverige) samt 1597 (US) CAWI intervjuer med män och kvinnor i ålder 18-64 år som är användare av smartphones och/eller surfplattor.

Önskas ytterligare utdrag från undersökningen, vänligen kontakta: My Ernevi, Marketing Executive, my.ernevi@myfc.se

För ytterligare frågor, vänligen kontakta:

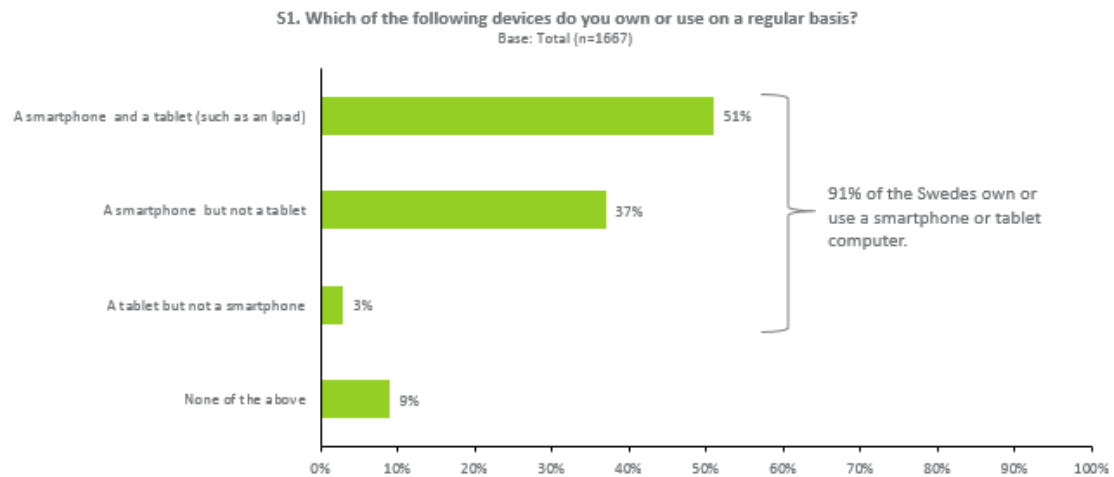
Björn Westerholm, VD: +46 (0) 706 56 20 07, bjorn.westerholm@myfc.se

Om myFC

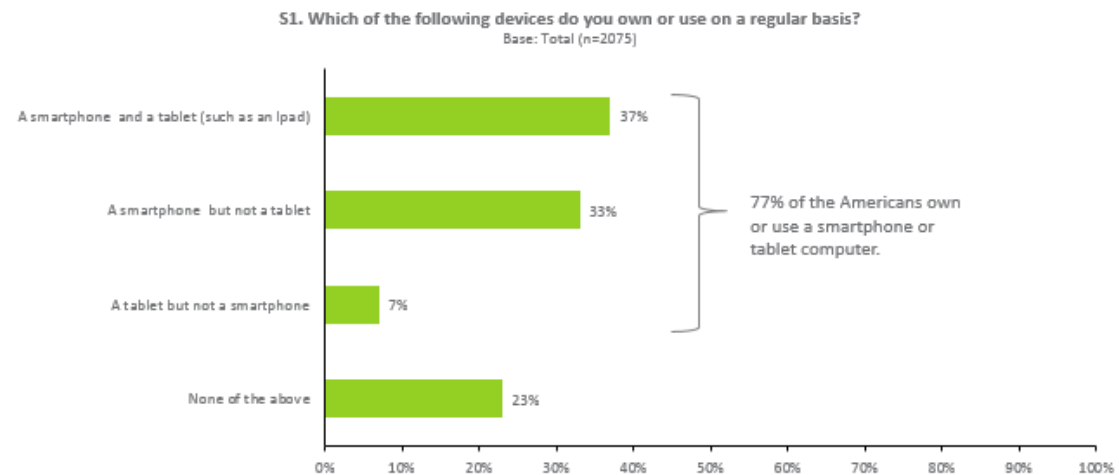
myFC är ett svenskt innovationsföretag som utvecklar energilösningar med bränslecellsteknologi. Företagets första produkt myFC PowerTrek är en hybridladdare för små elektriska apparater som drivs på vatten. myFC grundades 2005 och har huvudkontor i Stockholm. Bolaget noterades i maj 2014 på Nasdaq OMX First North. Bolagets Certified Advisor är Remium Nordic AB.
www.powertrek.com

Data från undersökningen vilket ovan resultat hänvisar till:

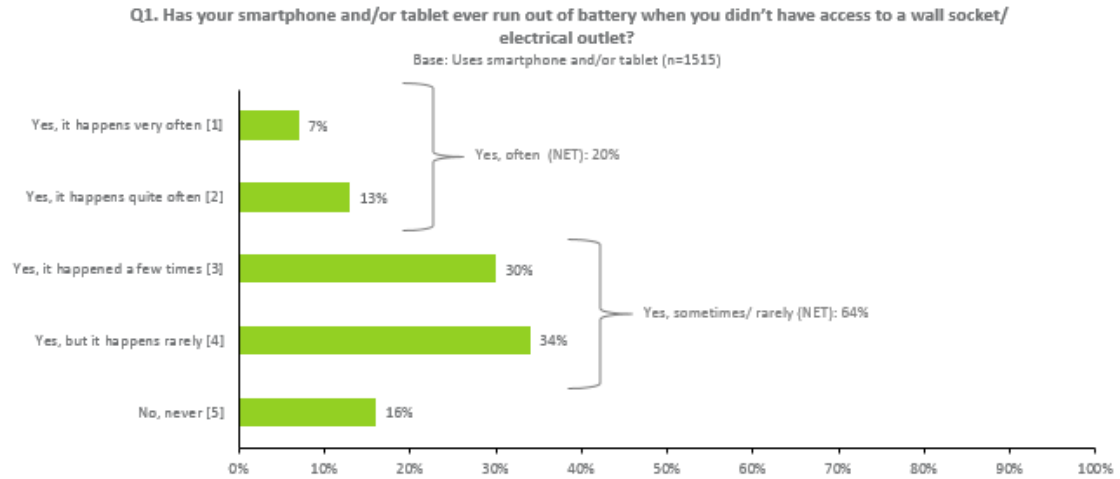
1. Resultat från den svenska konsumentundersökningen



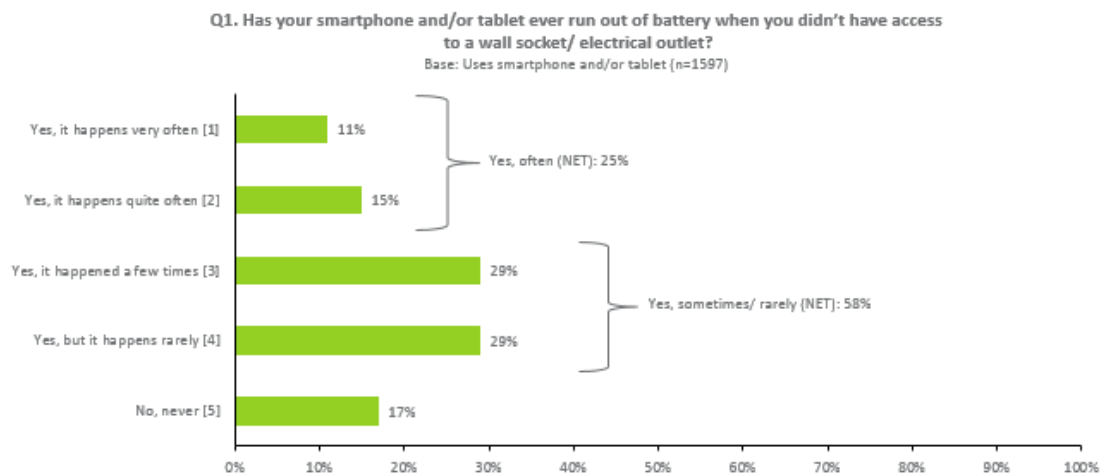
1.1 Resultat från den amerikanska konsumentundersökningen



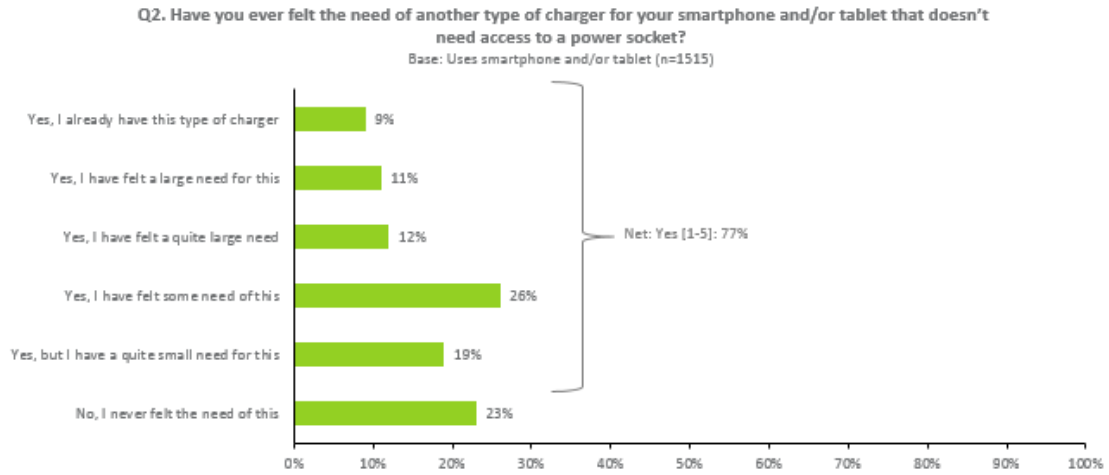
2. Resultat från den svenska konsumentundersökningen



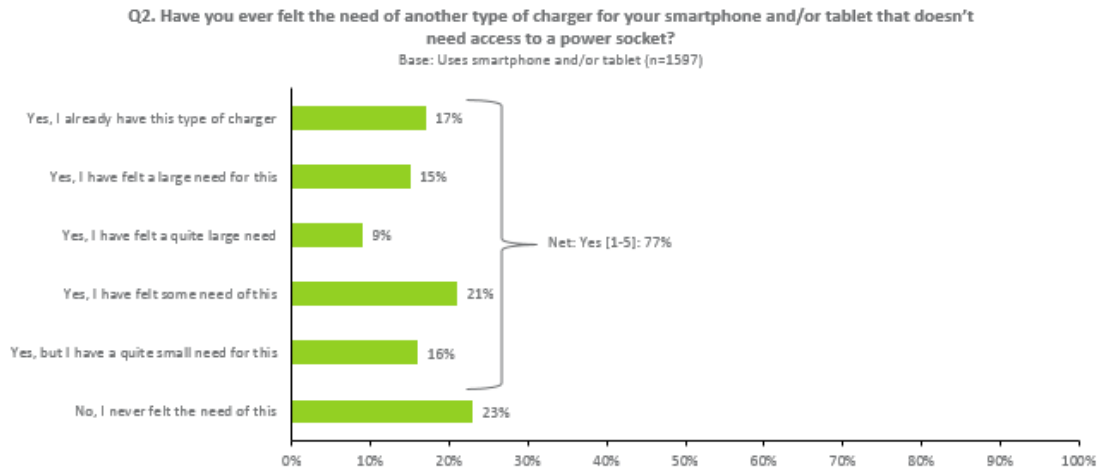
2.1 Resultat från den amerikanska konsumentundersökningen



3. Resultat från den svenska konsumentundersökningen

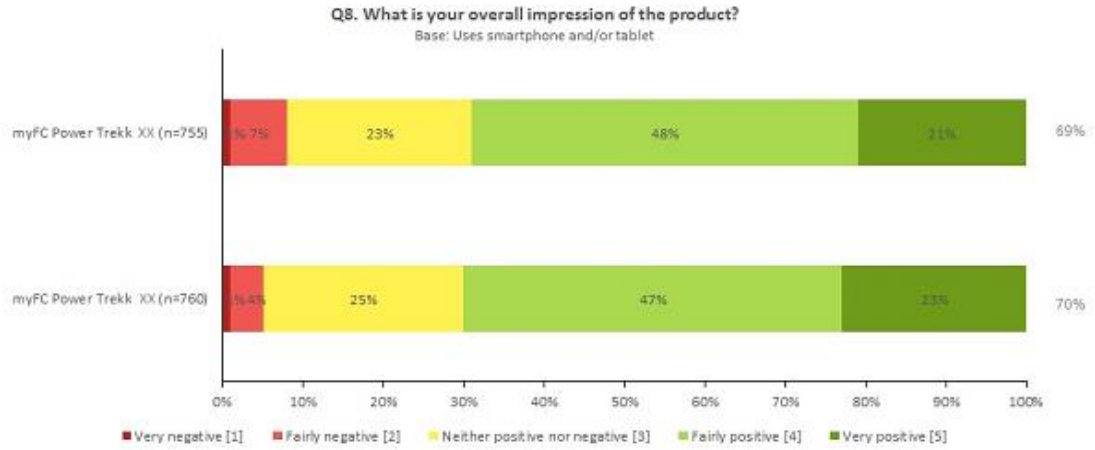


3.1 Resultat från den amerikanska konsumentundersökningen





4. Resultat från den svenska konsumentundersökningen



4.1. Resultat från den amerikanska konsumentundersökningen

