

## INVISIO uppdaterar bolagets uppskattning av storleken på adresserbar marknad

INVISIO uppskattar att den adresserbara marknaden för bolagets produkter och system uppgår till ett årligt värde av sammanlagt cirka 25 miljarder kronor. Det är en ökning med närmare 80 procent jämfört med tidigare gjord bedömning, som då uppgick till 14 miljarder kronor. Ökningen beror framför allt på en alltmer mogen marknad och INVISIOs omfattande produktutveckling.

- **En mer mogen marknad innebär fler potentiella användare.** Allt fler länder och organisationer genomför moderniseringsprogram, drivna bland annat av en ökad digitalisering och föråldrad utrustning. Taktiska kommunikationssystem med hörselskydd ges här högre prioritet än tidigare genom att de ökar både den operativa effektiviteten och användarnas säkerhet. En ökad geopolitisk osäkerhet har också bidragit till den större marknaden.
- **Omfattande produktutveckling har motiverat ökade genomsnittliga priser per användare och system.** INVISIOs omfattande produktutveckling förbättrar kontinuerligt systemens omfattning, kapacitet och teknikinnehåll, vilket har lett till högre genomsnittliga priser per användare och system. Dessutom har inflationen, sedan den senaste uppskattningen, bidragit till generella prishöjningar.

### **Beräkningsmodell**

Beräkningen av marknadens sammanlagda årliga värde baseras på antal potentiella användare, genomsnittspriset för bolagets lösningar, bedömda priser på konkurrerande lösningar samt kundernas inköpsintervaller, inom respektive delmarknad.

Med den adresserbara marknaden avses INVISIOs nuvarande geografiska marknader och användargrupper, samt befintliga produkterbjudande.

### **Genomgång av olika delmarknader och produktkategorier**

INVISIOs kunder utgörs primärt av aktörer och organisationer med koppling till försvar, polis och säkerhet. Geografiskt återfinns de huvudsakligen i USA, Europa och utvalda länder i Asien.

Uppskattat värde för bolagets delmarknader och produktkategorier framgår av tabellen nedan:

Delmarknad/ Produktkategori	Uppdaterad beräkning av årligt marknadsvärde (miljarder SEK)	Tidigare beräkning av årligt marknadsvärde (miljarder SEK)	Procentuell skillnad
Personliga kommunikationssystem			
<i>Försvar</i>	9,0	5,0	80
<i>Blåjussektorn</i>	2,0	1,5	33
Kommunikationssystem i fordon	1,5	0,5	200
Intercom-system	12,5	7,0	78
<b>Totala årliga marknadsvärdet</b>	<b>25,0</b>	<b>14,0</b>	<b>79</b>

*Transparensen kring marknadsdata inom försvars- och den offentliga säkerhetssektorn är generellt mycket begränsad. Därför ska företagets beräkningar inte ses som exakta siffror, utan mer som en uppskattning baserad på tillgängliga data och bolagets kunskaper om marknaden.*

## **VD kommenterar**

"Den uppdaterade uppskattningen av marknadens storlek speglar väl de tillväxtpotentialer vi ser. I våra kontinuerliga kundkontakter upplever vi en stark efterfrågan på avancerade taktiska kommunikations- och hörselskyddslösningar som ökar användarnas effektivitet och säkerhet.

Drivkrafterna bakom detta är omfattande moderniseringsprogram hos kunderna och den pågående digitaliseringen inom både försvar och offentlig säkerhet. Samtidigt ökar medvetenheten om hörselskadors kostnader och konsekvenser.

På sikt väntas även ökade försvars- och säkerhetsanslag bidra till en högre efterfrågan. Bolaget bedömer att den förhöjda investeringsnivån kommer att bestå under de kommande 10–15 åren.

Trots ett alltmer utbrett användande av avancerade taktiska kommunikations-lösningar med hörselskydd bedöms penetrationsgraden fortsatt vara låg. Detta möjliggör betydande framtida tillväxt för INVISIO.

Därför har vi under senare år genomfört betydande investeringar i verksamheten, vilket resulterat i en bredare produktportfölj och kundbas, samtidigt som vi har stärkt vår samlade kompetens.

Därför är INVISIO väl rustat för att ta vara på de möjligheter som en större och alltmer aktiv marknad erbjuder samt att spela en central roll i systemintegrationen av det moderna kroppsburna soldatsystemet," säger Lars Højgård Hansen, VD för INVISIO.

## **Marknaden för Personliga kommunikationssystem**

### *Försvar*

Antalet potentiella användare i teknikmogna länder i Europa och Nordamerika beräknas vara cirka 2,3 miljoner. Tidigare uppskattning uppgick till 2,0 miljoner användare.

Baserat på antalet potentiella användare, prisnivåer och kundernas upphandlingsintervaller, bedömer INVISIO att det totala årliga värdet på marknaden för företagets personliga system riktat till försvarsorganisationer uppgår till cirka 9,0 miljarder kronor. Beräkningen inkluderar den nyligen förvärvade produktlinjen Ultra Lynx™. Tidigare uppskattning uppgick till cirka 5,0 miljarder kronor.

Ökningen motiveras framför allt av fler potentiella användare, och ett bredare produktutbud med högre genomsnittspris per användare.

## *Blåljussektorn*

Marknaden för blåljusorganisationer – polis, brandförsvaret och kustbevakning är en relativt ny målgrupp för INVISIO. Fokus ligger på att bearbeta kunder i USA, Europa och utvalda länder i Asien.

INVISIO uppskattar att det finns cirka 1 miljon poliser och brandmän inom försvarsrelaterade organisationer som är relevanta för INVISIOs erbjudande.

Baserat på antalet potentiella användare, INVISIOs genomsnittliga pris och kundernas upphandlingsintervaller, bedömer INVISIO att det årliga värdet för bolagets personliga system riktat till blåljusmarknaden uppgår till cirka 2,0 miljarder kronor. Tidigare uppskattning uppgick till cirka 1,5 miljarder kronor.

Ökningen beror framför allt på att beräkningen nu inkluderar fler användargrupper jämfört med den tidigare uppskattningen.

## **Marknaden för fordonssystem**

Bolaget erbjuder headset för kommunikation och hörselskydd för användare i miljöer präglade av konstant och ofta extremt högt buller, till exempel i större militära fordon.

Enligt företagets bedömning uppgår den totala adresserbara marknaden till cirka 1 miljoner användare, bestående av fordonsbesättningar i tyngre militära fordon.

Baserat på antalet platser för fordonsbesättningar bolagets genomsnittspris och kundernas upphandlingsintervaller, uppskattar bolaget att det årliga marknadsvärdet uppgår till cirka 1,5 miljarder kronor. Tidigare uppskattning uppgick till cirka 0,5 miljarder kronor.

Värdeökningen kan framför allt härledas till ett högre genomsnittligt pris per användare och lösning. Ökningen är betydande, trots att INVISIO i beräkningen har valt att reducera antalet fordonsplatser till endast omfatta fordonsbesättningar. Tidigare ingick även platserna avsedda för passagerare.

## **Marknaden för Intercom-systemet**

Bolagets Intercom-system möter kommunikationsbehoven som uppstår under transport i ett fordon och i dess absoluta närhet. Systemet möjliggör för användare att kommunicera inom den egna gruppen och med fordonets besättning samt även få tillgång till de fast monterade radioapparaterna.

Intercom-systemet marknadsförs både som en portabel lösning och för fast montering i fordon. Produktkategorin inkluderar även de nya produkterna INVISIO Link (trådlös kommunikation inom och runt ett fordon) samt INVISIO Control (app som förenklar systemhantering vid användning av flera enheter).

Intercom-systemet innefattar ofta också ett antal personliga kommunikationslösningar i tillägg till vad som ingår i beräkningen för det personliga systemet.

Bolaget uppskattar att det finns cirka 500 000 fordon inom de adresserade marknaderna som är relevanta för INVISIOs erbjudande.

Baserat på antalet potentiella användare och fordon, systemets genomsnittspris och kundernas upphandlingsintervall uppskattar bolaget att det årliga adresserbara marknadsvärdet för Intercom-system uppgår till cirka 12,5 miljarder kronor, en ökning från den tidigare beräkningen på cirka 7,0 miljarder kronor.

Den tidigare uppskattningen av det årliga marknadsvärdet var både försiktig och konservativt, på grund av att lösningen då var ny för kunderna och innebar ett nytt sätt att hantera intern kommunikation i fordon. Den nya uppskattningen baseras på flera års försäljningserfarenhet och på företagets expansion av systemets användningsområde genom lanseringen av kompletterande produkter.

### ***Kännetecknen för INVISIOs marknad***

INVISIO verkar på marknader med höga inträdesbarriärer, främst till följd av fleråriga upphandlingsprocesser och långa ramavtal. Ett längre ramavtal föregås av omfattande och tidskrävande införsäljningsprocesser där en rad olika tester av utrustningen ingår. Det är inte ovanligt att det går flera år mellan en första kontakt till en första större order. Den utmanande införsäljningsprocessen kan få nya aktörer att tveka inför att gå in på marknaden.

Försvarsmarknaden kännetecknas till stor del av långa och djupa affärsrelationer, formaliserade i längre avtal och ramavtal. Orsakerna till detta är kundens logistiska utmaningar, resurs- och tidskrävande upphandlingsprocesserna och omfattande tester för att ta in en ny produkt. Ramavtalen innebär relativt höga inträdesbarriärer, då det i princip omöjliggör för andra leverantörer att sälja till kunden under avtalets löptid.

En ny försvarsprodukt genomgår omfattande tester för att säkerställa att den uppfyller kundernas höga krav och standarder. Kunden utvärderar produkten både i realistiska miljöer och i sina testlaboratorier. Utöver detta krävs även tester hos oberoende institut för att produkten ska bli godkänd. Processen är både resurskrävande och kostsam, vilket kan avskräcka företag från att etablera sig på försvarsmarknaden.

Ovanstående bidrar till att marknaden föredrar beprövade och godkända lösningar, som tidigare visat sig fungera under kritiska förhållanden. Det är något som gynnar en etablerad aktör och försvårar för nya aktörer att etablera sig på marknaden.

Marknaden kännetecknas av en ökad digitalisering, och att allt fler soldater och poliser utrustas med kroppsburna enheter, vilka ska samverka med varandra i realtid. Systemintegrationen av ett dessa produkter är utmanande och kräver betydande resurser och kompetens av en leverantör.

Marknadens förväntningar och användarnas krav ökar kontinuerligt. I takt med att lösningarna blir alltmer komplexa och digitala krävs omfattande investeringar och specialistkompetens hos leverantören för att kunna erbjuda konkurrenskraftiga lösningar. INVISIO investerar därför betydande resurser i produktutveckling, motsvarande i genomsnitt 15 procent av de årliga intäkterna, för att möta denna utveckling.

Marknaden präglas också av en viss volatilitet i orderingång och försäljning, vilket kräver en affärsmodell som kan hantera fluktuationer. Det är något som kan utgöra en utmaning för aktörer på marknaden.

#### **Kontaktpersoner:**

Lars Højgård Hansen, VD, INVISIO  
Mobil: +45 5372 7722 | E-post: [lh@invisio.com](mailto:lh@invisio.com)

Michael Peterson, Director Investor Relations & Corporate Communication, INVISIO  
Mobil: +45 5372 7733 | E-post: [mpn@invisio.com](mailto:mpn@invisio.com)

#### **Om INVISIO AB (publ)**

INVISIO utvecklar och säljer avancerade kommunikationssystem som gör det möjligt för yrkesgrupper i bullriga och uppdragskritiska miljöer att kommunicera, skydda sin hörsel och arbeta effektivt. Bolaget kombinerar specialistkunskaper i akustik och hörsel med ett brett ingenjörskunnande inom bland annat mjukvara, materialteknik och integration. INVISIOs lösningar marknadsförs under de två varumärkena INVISIO och Racal Acoustics. Försäljningen sker via huvudkontoret i Köpenhamn och försäljningskontoren i USA, Frankrike, Storbritannien, Italien och Thailand samt via ett globalt nätverk av partners. INVISIO har säte i Stockholm och är noterat på Nasdaq Stockholm (IVSO). Mer information finns på företagets webbplats [www.invisio.com](http://www.invisio.com)

#### **Bifogade filer**

[INVISIO uppdaterar bolagets uppskattning av storleken på adresserbar marknad](#)