

Mall

Plan för kommunikations- och/eller kommersialiseringsfrämjande aktiviteter

Stor vikt läggs inom programmet på aktiviteter som ska främja att resultat från FoI-projekt får goda förutsättningar att komma till nytta på framtidens värme- och kylamarknader. I den här bilagan beskriver ni era planer för kommunikations- och/eller kommersialiseringsfrämjande aktiviteter.

Energimyndigheten kan inom ramen för forsknings- och innovationsprojekt finansiera kompetenshöjande kommunikationsaktiviteter liksom kommersialiseringsfrämjande aktiviteter. Detta kan t ex handla om:

- *Kommunikation av projektets resultat. Exempel på aktiviteter kan vara workshops, artiklar i branschtidningar/ populärvetenskapliga artiklar, konferenser, föreläsningar och seminarier, hemsidor, filmer etc.*
- *Utvärdering av lösningens kommersiella potential. Exempelvis kundnytta, marknadspotential, IPR-position, affärsmodell, skalbarhet etc. (Detta stöd kan i denna utlysning endast ges till små och medelstora företag)*
- *Säkerställande av de grundläggande hörnstenarna för fortsatt utveckling och kommersialisering. Exempelvis affärsplan och marknadsstrategi, IPR-strategi inklusive patentkostnader, samarbete med industriell kund, finansieringsplan inför fortsatt utveckling och kommersialisering etc. (Detta stöd kan i denna utlysning endast ges till små och medelstora företag)*

Bilagan bedöms utifrån bedömningskriteriet "Projektets potential till nyttiggörande och spridning genom exempelvis kunskapsuppbyggnad, publikationer, nya varor, tjänster, processer, kommersialisering."

Målgrupp

För kommunikationsinriktade aktiviteter:

Vilka kan ha nytta av projektets resultat? Vilka vill ni nå med era kommunikationsaktiviteter?

För kommersialiseringsinriktade aktiviteter:

Vilken är er målmarknad och hur stor är den? Vilka indikationer finns på att marknaden efterfrågar den aktuella lösningen?

Erbjudande

Vad vill ni erbjuda er målgrupp? Om ni vill bidra till kompetensuppbyggnad - vilken? Om ni vill erbjuda en produkt/tjänst – vilken är kundnyttan?

Mål

Här beskriver du målen för ert arbete för att främja nyttiggörande av projektresultat. Dessa mål **klistras också in under rubriken ”mål” i ansökan** och kompletterar övriga mål för projektet.

Målen ska följas upp vid projektets slut. Formulera därför målen så att de är uppföljningsbara.

För kommunikationsinriktade aktiviteter:

Exempel på mål kan vara:

- Kunskapsmål - vad målgruppen ska kunna på en skala mellan ”känna till” och ”kunna räkna upp, veta, förstå”.
- Motivationsmål – vilken motivation ska målgruppen ha på en skala mellan ”tänka sig att göra” till ”kämpa för”.
- Beteendemål – vad målgruppen ska göra på en skala från ”pröva en gång” till ”alltid göra”.

För kommersialiseringsinriktade aktiviteter:

Ange t.ex.:

- mål för utvärdering av innovationen, med avseende på dess kommersiella potential
- mål för att säkerställa av de mest grundläggande hörnstenarna för en fortsatt utveckling och kommersialisering

Aktiviteter

Hur vill ni, inom ramen för projektet, arbeta för att kunna erbjuda er målgrupp detta? Kommer personer ur målgruppen delta i projektet på något sätt? Hur kopplar aktiviteterna till projektets mål?

Dessa aktiviteter **klistras också in under rubriken ”genomförande” i ansökan.**

Förutsättningar (endast för kommersialiseringsinriktade projekt)

- Sökande ska visa på att projektets genomförande sker med hjälp av relevant kompetens inom t.ex. affärsutveckling, IPR-strategi etc (i egen regi eller i annat fall med inhyrda resurser). Hur teamets kompetens och erfarenhet ser ut med avseende på branschförståelse, aktuell teknik, generell affärsutveckling samt tidigare erfarenheter att driva kommersialisering i start-up företag?
- Sökande ska inneha rättslig dispositions- och äganderätt till den aktuella innovationen eller i annat fall utvärdera detta inom ramen för projektet. Hur ser IPR-situationen ut inom området? Vilka indikationer finns på att immateriella rättigheter kan skyddas (t.ex. genom patent)? Beskriv även om lösningen kan skyddas mot konkurrens på andra sätt.
- Stöd till kommersialiseringsfrämjande aktiviteter ges som s.k. ”stöd av mindre betydelse”. Begränsningar finns i hur mycket stöd av denna typ ett bolag kan ta emot (högst 200 000 euro under en period av tre beskattningsår.) Ni behöver därför skicka in information om hur mycket stöd av denna typ som ni tagit emot. Detta gör ni genom att bifoga ett undertecknat ”[de-minimis-intyg](#)”, som hittas via länk på hemsidan.

Referenser (endast för kommersialiseringsinriktade projekt)

- Ange namn på aktörer som hittills haft stor betydelse för den tänkta innovationen inom var och en av följande kategorier; a) inkubatorer, science parks eller andra innovationsmiljöer; b) universitet, högskolor eller forskningsinstitut; c) finansiärer, offentliga eller privata; d) industriella kunder eller partners; e) andra aktörer.
- Ange relevanta referenspersoner (inkl. kontaktuppgifter), som kan ge ett omdöme om den aktuella lösningen, inom teknik (t.ex. branshexperter) ifrån industri eller forskning), marknad (t.ex. potentiella kunder), IPR (t.ex. patentbyrå) eller affärsplan/affärsidé (t.ex. representanter ifrån innovationssystem eller inkubator).