Załącznik Nr 3 do Regulaminu

INSTRUKCJA WYPEŁNIANIA WNIOSKU KONKURSOWEGO
XXVIII edycja KONKURSU POLSKI PRODUKT PRZYSZŁOŚCI

Program Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki 2021 - 2027
Priorytet FENG.02 Środowisko sprzyjające innowacjom
Działanie FENG.02.14 Inno_LAB
Konkurs Polski Produkt Przyszłości XXVIII edycja

Spis treści

Priorytet FENG.02 Środowisko sprzyjające innowacjom 1
Działanie FENG.02.14 Inno_LAB 1
Konkurs Polski Produkt Przyszłości XXVIII edycja 1
Numer wniosku 4
Data złożenia wniosku 4
INFORMACJE OGÓLNE 4
Nazwa produktu 4
Krótki opis produktu 4
Kategoria Konkursu 4
UCZESTNIK KONKURSU – INFORMACJE OGÓLNE 5
Nazwa podmiotu (uczestnika Konkursu) 5
Data rozpoczęcia działalności zgodnie z dokumentem rejestrowym/data wpisu do KRS 5
NIP 5
Adres siedziby 5
Wielkość zatrudnienia 6
Ostatni zamknięty rok obrotowy 6
Wartość przychodów ze sprzedaży w ostatnim zamkniętym roku obrotowym 6
Czy przedsiębiorstwo uczestnika ma formę spółki typu spin-off/spin out 6
Kolejny uczestnik Konkursu w kategorii „Wspólny produkt przyszłości instytucji systemu szkolnictwa wyższego i nauki oraz przedsiębiorcy” 6
UCZESTNIK KONKURSU – ADRES KORESPONDENCYJNY 7
OSOBA DO KONTAKTU 7
OSOBA UPRAWNIONA DO REPREZENTACJI UCZESTNIKA KONKURSU 7
OPIS PRODUKTU I PRAC BADAWCZO-WDROŻENIOWYCH 7
Opis produktu 7
PKD produktu 8
Etap zaawansowania prac nad produktem 8
Poziomy gotowości technologicznej 8
Skala TRL: 8
Data pierwszej sprzedaży zgłoszonego produktu (miesiąc i rok) 10
Opis procesu związanego z pierwszą sprzedażą rozwiązania 10
Przebieg prac badawczych i rozwojowych 10
Przebieg prac wdrożeniowych 11
Czy zgłoszony produkt (technologia) to tzw. deep tech? 11

Źródła finansowania prac badawczych, rozwojowych oraz wdrożeniowych produktu 12
Przysługujące prawa do produktu 12
Skala innowacyjności produktu 13
Korzyści dla odbiorców produktu 14
Opis potencjału rynkowego produktu 14
Szacunkowa wielkość rynku docelowego i jego tendencje rozwojowe 15
Szacunkowa (lub rzeczywista) wielkość produkcji produktu 15
Strategia wprowadzenia produktu na rynek 16
Opis wpływu produktu na rozwój branży 16
Opis problemów społecznych lub gospodarczych oraz sposób ich rozwiązania przez produkt 17
Opis wpływu produktu lub sposobu jego wytwarzania na środowisko 17
Patenty, zgłoszenia patentowe związane z produktem 18
Nagrody i wyróżnienia przyznane produktowi 18
Zdjęcia i/lub filmy prezentujące produkt 18
ZAŁĄCZNIKI DO WNIOSKU KONKURSOWEGO 18
OŚWIADCZENIA 19

Niektóre pola wniosku konkursowego w Lokalnym Systemie Informatycznym (dalej: „LSI") zostały zablokowane do edycji i są wypełniane automatycznie, stąd też uczestnik Konkursu nie wypełnia tych pól.

Numer wniosku
Informacje zostaną wypełnione automatycznie w LSI

Data złożenia wniosku
Informacje zostaną wypełnione automatycznie w LSI

INFORMACJE OGÓLNE

Nazwa produktu
Należy wpisać pełną nazwę produktu odzwierciedlającą zgłaszany do Konkursu wyrób lub technologię (maksymalnie 1 000 znaków).

Krótki opis produktu
Należy krótko opisać zgłaszany produkt (streszczenie najważniejszych informacji dot. produktu): jaki to produkt (wyrób czy technologia), czego dotyczy, co go wyróżnia, na czym polega jego innowacyjność, jakie problemy rozwiązuje, na jakie potrzeby odpowiada, gdzie znajduje zastosowanie (maksymalnie 2 000 znaków).

Kategoria Konkursu
Należy wskazać jedną z trzech kategorii Konkursu, do której zgłaszany jest produkt:

1) Produkt przyszłości instytucji systemu szkolnictwa wyższego i nauki - opracowany przez podmioty, o których mowa w art. 7 ust. 1 pkt 1, 2 i 4-8 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2024 r. poz. 1571 z późn. zm.),

2) Produkt przyszłości przedsiębiorcy,

3) Wspólny produkt przyszłości instytucji systemu szkolnictwa wyższego i nauki oraz przedsiębiorcy

UWAGA!

W przypadku przedsiębiorcy działalność gospodarcza NIE może być zawieszona w momencie składania wniosku. Należy pamiętać, że przedsiębiorca to podmiot prowadzący działalność gospodarczą w rozumieniu ustawy Prawo przedsiębiorców i zarejestrowany w odpowiednim rejestrze tj. w KRS lub CEiDG. Rolnicy prowadzący działalność wytwórczą i handlową ***nie są uprawnionym podmiotem*** *do składania wniosku w konkursie.*

W ramach kategorii: „Produkt przyszłości przedsiębiorcy" lub w kategorii „Wspólny produkt przyszłości instytucji i przedsiębiorstwa", wnioski mogą składać również spółki typu spin-off lub spin- out czyli podmioty powstałe np. w wyniku wyłączenia działalności badawczo – rozwojowej w celu komercjalizacji jej wyników z uczelni zakładane przez pracowników, studentów lub absolwentów uczelni wyższych (tzw. spin-off akademicki) samodzielnie lub we współpracy z uczelnią.

W przypadku kategorii „ Produkt przyszłości instytucji systemu szkolnictwa wyższego i nauki" wnioski mogą składać w imieniu instytucji naukowcy, zespoły badawczo – rozwojowe, centra transferu technologii (jako uczelnia lub jednostka badawcza, w której CTT działa) instytuty naukowe i badawcze, instytuty Sieci Badawczej Łukasiewicz oraz instytuty Polskiej Akademii Nauk.

UCZESTNIK KONKURSU – INFORMACJE OGÓLNE

Należy wypełnić wszystkie pola. Wpisane w polach dane muszą być aktualne.

Nazwa podmiotu (uczestnika Konkursu)

Należy wpisać pełną nazwę/firmę podmiotu - uczestnika Konkursu zgodnie z Krajowym Rejestrem Sądowym (KRS), Centralną Ewidencją i Informacją o Działalności Gospodarczej (CEIDG) lub (w przypadku instytucji systemu szkolnictwa wyższego i nauki, która nie jest wpisana do KRS ani CEIDG) ustawą, ewidencją uczelni niepublicznych, rejestrem federacji lub odpowiednimi dokumentami założycielskimi. W przypadku spółki cywilnej w polu „Nazwa podmiotu (uczestnika Konkursu)" należy wpisać nazwę (firmę) spółki oraz podać imiona i nazwiska wszystkich wspólników.

W przypadku uczestników przystępujących do Konkursu w kategorii „Wspólny produkt instytucji systemu szkolnictwa wyższego i nauki oraz przedsiębiorcy", w tym polu należy podać dane uczestnika Konkursu, z którym PARP będzie kontaktowała się w trakcie oceny. Dane drugiego i kolejnego uczestnika Konkursu przystępującego do Konkursu wymagane są w sekcji »Kolejny uczestnik Konkursu w kategorii „Wspólny produkt przyszłości instytucji systemu szkolnictwa wyższego i nauki oraz przedsiębiorcy"«.

Data rozpoczęcia działalności zgodnie z dokumentem rejestrowym/data wpisu do KRS

Uczestnik Konkursu zarejestrowany w Krajowym Rejestrze Sądowym podaje datę rejestracji w Krajowym Rejestrze Sądowym. Uczestnik zarejestrowany w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej wpisuje datę rozpoczęcia wykonywania działalności gospodarczej. Data musi być zgodna z dokumentem rejestrowym. **Na dzień złożenia wniosku konkursowego działalność gospodarcza nie może być zawieszona.**

W przypadku instytucji systemu szkolnictwa wyższego i nauki, która nie jest wpisana do KRS, CEIDG, ewidencji uczelni niepublicznych lub rejestru federacji – uczestnik podaje datę powołania instytucji zgodnie z ustawą lub odpowiednimi dokumentami założycielskimi.

NIP

Należy podać NIP uczestnika Konkursu. W przypadku spółki cywilnej w rubryce NIP należy podać numer NIP spółki cywilnej.

Adres siedziby

Należy wpisać adres siedziby uczestnika Konkursu zgodny z dokumentem rejestrowym lub (w przypadku instytucji systemu szkolnictwa wyższego i nauki, która nie jest wpisana do KRS ani CEIDG) innym odpowiednim dokumentem, a w przypadku osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą – adres zamieszkania).

W przypadku uczestników przystępujących do Konkursu w kategorii „Wspólny produkt instytucji systemu szkolnictwa wyższego i nauki oraz przedsiębiorcy", w tym polu należy podać dane uczestnika Konkursu, z którym PARP będzie kontaktowała się w trakcie oceny.

Wielkość zatrudnienia

Należy podać wielkość zatrudnienia (na podstawie umowy o pracę) na dzień składania wniosku w przeliczeniu na pełne etaty.

Ostatni zamknięty rok obrotowy

Należy wpisać rok (liczbę) odnoszący się do ostatniego zamkniętego roku obrotowego, natomiast jeśli uczestnik Konkursu prowadzi działalność gospodarczą krócej niż rok i nie ma zamkniętego 1 roku obrotowego trwającego 12 miesięcy, należy wpisać rok (liczbę) z którego podane będą bieżące przychody ze sprzedaży.

Wartość przychodów ze sprzedaży w ostatnim zamkniętym roku obrotowym

Należy podać wartość przychodów ze sprzedaży jakie uczestnik Konkursu osiągnął w ostatnim zamkniętym roku obrotowym (w zł). W przypadku podmiotów działających krócej niż rok - niemających zamkniętego roku obrotowego trwającego 12 miesięcy – uczestnik Konkursu podaje bieżące przychody ze sprzedaży.

Czy przedsiębiorstwo uczestnika ma formę spółki typu spin-off/spin out ?

(TAK/NIE)

Zarówno spółki spin-off, jak i spin-out (nazywane po polsku przedsiębiorstwami odpryskowymi) to nowo powstałe podmioty gospodarcze. Zakładają je najczęściej pracownicy, studenci lub absolwenci uczelni wyższych (tzw. spin-off akademicki) bądź dotychczasowi pracownicy korporacji komercyjnych. Głównym celem ich istnienia jest komercjalizacja innowacyjnych pomysłów, wiedzy, unikalnego know-how lub wyników badań naukowych na rynku. Jeśli uczestnik jest przedsiębiorcą powstałym w ten sposób należy wybrać odpowiedź TAK.

Uzasadnienie (jeśli odpowiedź TAK na pytanie powyżej w przypadku odpowiedzi NIE wpisać: nie dotyczy):

Należy krótko opisać w wyniku jakiej współpracy powstała spółka, z jaką uczelnią lub Centrum Transferu Technologii lub Inkubatorem Akademickim jest związana.

Kolejny uczestnik Konkursu w kategorii „Wspólny produkt przyszłości instytucji systemu szkolnictwa wyższego i nauki oraz przedsiębiorcy"

Czy wnioskodawca przewiduje udział drugiego i kolejnego uczestnika konkursu w kategorii „Wspólny produkt przyszłości instytucji systemu szkolnictwa wyższego i nauki oraz przedsiębiorcy"? (TAK/NIE).

Pytanie powyżej pojawia się w LSI niezależnie od wybranej wcześniej kategorii konkursu. Jeśli Uczestnik konkursu (składający wniosek) wybrał kategorię konkursu „Wspólny produkt przyszłości instytucji systemu szkolnictwa wyższego i nauki oraz przedsiębiorcy" należy wybrać odpowiedź TAK **oraz wypełnić dane dotyczące drugiego i ewentualnie kolejnego**

uczestnika konkursu. Zgodnie z Regulaminem Konkursu do kategorii tej może przystąpić łącznie co najmniej jedna instytucja systemu szkolnictwa wyższego i nauki wspólnie z co najmniej jednym przedsiębiorcą.

W przypadku wyboru dwóch innych kategorii konkursu tj. „produkt przyszłości instytucji systemu szkolnictwa wyższego i nauki" lub „produkt przyszłości przedsiębiorcy" należy odpowiedzieć NIE oraz nie wypełniać pól dotyczących „drugiego i kolejnego uczestnika".

UCZESTNIK KONKURSU – ADRES KORESPONDENCYJNY

Należy podać, w szczególności, adres, na który należy **doręczać lub kierować korespondencję w postaci elektronicznej (e-mail),** zapewniający skuteczną komunikację pomiędzy PARP a uczestnikiem Konkursu w trakcie oceny. Prosimy o podanie w tym miejscu adresu e-mail osoby do kontaktu.

OSOBA DO KONTAKTU

Należy wpisać dane osoby, która będzie adresatem korespondencji roboczej dotyczącej złożonego wniosku konkursowego. Powinna to być osoba dysponująca pełną wiedzą na temat produktu.

OSOBA UPRAWNIONA DO REPREZENTACJI UCZESTNIKA KONKURSU

Należy wpisać dane osoby lub osób (w przypadku reprezentacji wieloosobowej), która zgodnie z dokumentem rejestrowym lub innym odpowiednim dokumentem uprawniona jest do reprezentacji uczestnika Konkursu. W przypadku wieloosobowej reprezentacji należy powielić odpowiednio pola. Jeśli osób uprawnionych do reprezentacji jest więcej niż jedna, należy dodać (poprzez przycisk „dodaj" w LSI) pola dotyczące danych kolejnych osób.

OPIS PRODUKTU I PRAC BADAWCZO-WDROŻENIOWYCH

Opis produktu

Należy opisać zgłaszany produkt: na czym polega rozwiązanie, jego istota, problemy, które rozwiązuje produkt/potrzeby, na które odpowiada produkt, możliwości jego zastosowania (maksymalnie 10 000 znaków). Należy pamiętać że przedmiotem zgłoszenia może być produkt (wyrób lub technologia) , który wyrósł z wyników badań naukowych, wynalazku lub wieloletnich prac rozwojowych.

UWAGA!

Biorąc pod uwagę kryteria oceny (załącznik nr 1 do Regulaminu konkursu) zgłaszany produkt ***powinien być*** *gotowy do wdrożenia albo niedawno wdrożony, innowacyjny co najmniej w skali krajowej, przynoszący istotną korzyść użytkownikom, odpowiadający na duży i rozwijający się rynek oraz posiadający wiarygodną strategię wprowadzenia na rynek. Na pozycję produktu wpływają również jego potencjał eksportowy, znaczenie dla rozwoju*

branży, odpowiedź na problemy społeczne, ponadstandardowy efekt środowiskowy oraz posiadanie patentu albo zgłoszenia patentowego.

PKD produktu

Należy wybrać z rozwijanej listy kod PKD, który najlepiej opisuje zgłaszany do Konkursu produkt. Informacje te będą wykorzystywane przy wyborze ekspertów do oceny produktu.

Etap zaawansowania prac nad produktem

Należy wskazać na jakim etapie zaawansowania prac wdrożeniowych znajduje się produkt zgłaszany do Konkursu. W tym celu należy posłużyć się klasyfikacją poziomów gotowości technologicznej TRL (Technology Readiness Level) opisaną poniżej. Należy wybrać jedną z trzech odpowiedzi: 1) Produkt o poziomie gotowości technologicznej PONIŻEJ 6 TRL – nie spełnia warunku konkursu;

2) Produkt osiągnął poziom gotowości technologicznej co najmniej 6 TRL (produkt doprowadzony do etapu prac wdrożeniowych, ale niewdrożony);

3) Produkt osiągnął poziom gotowości na poziomie 9 TRL (wdrożenie pilotażowe w warunkach rzeczywistych z udziałem użytkowników bez komercyjnego wprowadzenia na rynek)

4) Produkt wdrożony do produkcji max. 24 miesiące przed dniem złożenia wniosku konkursowego (produkt wdrożony).

Poziomy gotowości technologicznej

Poziomy gotowości technologicznej (technology readiness levels – TRLs) to sposób opisu dojrzałości technologii oraz narzędzie służące porównaniu stanu zaawansowania prac nad różnymi technologiami. Według tej metodyki dojrzałość technologii opisuje się od fazy konceptualizacji konkretnego rozwiązania (TRL 1), aż do etapu dojrzałości (TRL 9), kiedy ten koncept (w wyniku prowadzonych badań naukowych i prac rozwojowych) przybiera postać rozwiązania technologicznego, który można zastosować w praktyce – np. w postaci uruchomienia rynkowej produkcji.

Skala TRL:

Poziomy rozwoju produktu (rozwiązania, technologii, wyrobu) NIE spełniające minimalnych warunków udziału w konkursie:

Poziom I - zaobserwowano i opisano podstawowe zasady danego zjawiska - najniższy poziom gotowości technologii, oznaczający rozpoczęcie badań naukowych w celu wykorzystania ich wyników w przyszłych zastosowaniach. Zalicza się do nich między innymi badania naukowe nad podstawowymi właściwościami technologii.

Poziom II - określono koncepcję technologii lub jej przyszłe zastosowanie. Oznacza to rozpoczęcie procesu poszukiwania potencjalnego zastosowania technologii. Od momentu zaobserwowania podstawowych zasad opisujących nową technologię można postulować

praktyczne jej zastosowanie, które jest oparte na przewidywaniach. Nie istnieje jeszcze żaden dowód lub szczegółowa analiza potwierdzająca przyjęte założenia.
Poziom III - potwierdzono analitycznie i eksperymentalnie krytyczne funkcje lub koncepcje technologii. Oznacza to przeprowadzenie badań analitycznych i laboratoryjnych, mających na celu potwierdzenie przewidywań badań naukowych wybranych elementów technologii. Zalicza się do nich komponenty, które nie są jeszcze zintegrowane w całość lub też nie są reprezentatywne dla całej technologii.
Poziom IV - zweryfikowano komponenty technologii lub podstawowe jej podsystemy w warunkach laboratoryjnych. Proces ten oznacza, że podstawowe komponenty technologii zostały zintegrowane. Zalicza się do nich zintegrowane "ad hoc" modele w laboratorium. Uzyskano ogólne odwzorowanie docelowego systemu w warunkach laboratoryjnych.
Poziom V - zweryfikowano komponenty lub podstawowe podsystemy technologii w środowisku zbliżonym do rzeczywistego. Podstawowe komponenty technologii są zintegrowane z rzeczywistymi elementami wspomagającymi. Technologia może być przetestowana w symulowanych warunkach operacyjnych.

Poziomy rozwoju produktu (rozwiązania, technologii, wyrobu) <u>spełniające</u> minimalne warunki udziału w konkursie:

Poziom VI - dokonano demonstracji prototypu lub modelu systemu albo podsystemu technologii w warunkach zbliżonych do rzeczywistych. Oznacza to, że przebadano reprezentatywny model lub prototyp systemu, który jest znacznie bardziej zaawansowany od badanego na poziomie V, w warunkach zbliżonych do rzeczywistych. Do badań na tym poziomie zalicza się badania prototypu w warunkach laboratoryjnych odwzorowujących z dużą wiernością warunki rzeczywiste lub w symulowanych warunkach operacyjnych.

Poziom VII - dokonano demonstracji prototypu technologii w warunkach operacyjnych. Prototyp jest już prawie na poziomie systemu operacyjnego. Poziom ten reprezentuje znaczący postęp w odniesieniu do poziomu VI i wymaga zademonstrowania, że rozwijana technologia jest możliwa do zastosowania w warunkach operacyjnych. Do badań na tym poziomie zalicza się badania prototypów na tzw. platformach badawczych.

Poziom VIII - zakończono badania i demonstrację ostatecznej formy technologii. Oznacza to, że potwierdzono, że docelowy poziom technologii został osiągnięty i technologia może być zastosowana w przewidywanych dla niej warunkach. Praktycznie poziom ten reprezentuje koniec demonstracji. Przykłady obejmują badania i ocenę systemów w celu potwierdzenia spełnienia założeń projektowych, włączając w to założenia odnoszące się do zabezpieczenia logistycznego i szkolenia.

Poziom IX - sprawdzenie technologii w warunkach rzeczywistych odniosło zamierzony efekt. Wskazuje to, że demonstrowana technologia jest już w ostatecznej formie i może zostać zaimplementowana w docelowym systemie. Między innymi dotyczy to wykorzystania opracowanych systemów w warunkach rzeczywistych .

Data pierwszej sprzedaży zgłoszonego produktu (miesiąc i rok)

W przypadku wybrania z listy jednokrotnego wyboru powyżej następującej opcji:

Produkt wdrożony do produkcji max. 24 miesiące przed dniem złożenia wniosku konkursowego (produkt wdrożony)

należy podać datę pierwszej udokumentowanej sprzedaży rozwiązania. Data musi być zgodna ze stanem faktycznym.

W przypadku gdy produkt nie jest oferowany jeszcze na rynku (opcje 1-3 z listy „etap zaawansowania prac nad produktem") należy wpisać „nie dotyczy".

Opis procesu związanego z pierwszą sprzedażą rozwiązania

Należy opisać przebieg procesu i okoliczności przeprowadzenia pierwszej transakcji sprzedaży rozwiązania (udokumentowanej). Należy również opisać model sprzedażowy, w ramach którego została dokonana transakcja - np. sprzedaż bezpośrednia, pośrednia, model subskrypcyjny (SaaS), freemium, B2B, B2B w zakresie pilotażowego wdrożenia, B2C, B2G. Prosimy podać kwotę sprzedaży (rząd wielkości) oraz wskazać klienta (nazwa lub w sposób opisowy – klient korporacyjny/indywidualny, branża). Uczestnik konkursu powinien odpowiednio uwiarygodnić sprzedaż rozwiązania poprzez podanie konkretnych faktów. Wskazane są również linki do stron internetowych z ofertą rozwiązania, do stron klientów korzystających z rozwiązania itp.

W przypadku gdy produkt nie jest oferowany jeszcze na rynku (opcje 1-3 z listy „etap zaawansowania prac nad produktem") należy wpisać „nie dotyczy".

(maksymalnie 2 000 znaków).

Przebieg prac badawczych i rozwojowych

Należy opisać przebieg prac badawczych i rozwojowych dotyczących zgłaszanego produktu:

a) etapy prac nad produktem z podaniem dat i informacji, czy prace już się zakończyły i z jakim efektem,
b) termin rozpoczęcia i zakończenia prac (jeśli dotyczy),
c) gdzie prace były prowadzone (u Uczestnika, w zewnętrznej jednostce naukowej itp.),
d) czy prace prowadzone były we współpracy z innymi podmiotami, jeśli tak - z jakimi.

(maksymalnie 2 000 znaków).

Przebieg prac wdrożeniowych

Należy opisać przebieg prac wdrożeniowych dotyczących zgłaszanego produktu:

a) etapy prac nad produktem z podaniem dat i informacji, czy prace już się zakończyły i z jakimi rezultatami;

b) w przypadku produktów wdrożonych należy podać datę wdrożenia/uruchomienia produkcji (miesiąc i rok), w przypadku produktów doprowadzonych do etapu prac wdrożeniowych – datę (miesiąc i rok) przewidywanego wdrożenia/uruchomienia produkcji;

c) sposób wdrożenia: samodzielnie, w kooperacji z innymi podmiotami, jeśli tak - z jakimi;

d) napotkane bariery w procesie wdrożenia i informacje, jak Wnioskodawca sobie z nimi poradził lub planuje poradzić.

(maksymalnie 2 000 znaków).

Czy zgłoszony produkt (technologia) to tzw. deep tech?

(odpowiedź TAK/NIE)

Za przedsiębiorcę działającego w obszarze deep tech uznaje się podmiot (niezależnie od jego wielkości, formy prawnej czy stażu na rynku – od mikroprzedsiębiorstw po dojrzałe korporacje), którego produkt spełnia łącznie oba poniższe kryteria:

- Kryterium innowacji naukowej i inżynieryjnej: Podstawą działalności podmiotu (lub rozwijanego produktu) jest komercjalizacja przełomowych odkryć naukowych lub zaawansowanych osiągnięć inżynieryjnych. Działalność ta nie polega na prostym wdrażaniu gotowych narzędzi rynkowych, lecz na tworzeniu unikalnych rozwiązań wymagających intensywnych prac badawczo-rozwojowych (B+R).
- Kryterium technologicznego progu wejścia: Tworzone technologie charakteryzują się wysokim poziomem skomplikowania, trudnością w skopiowaniu przez konkurencję (często chronione są patentami, prawem autorskim do kodu źródłowego lub unikalnym know-how) oraz wymagają znacznych nakładów czasowych i kapitałowych przed wprowadzeniem na rynek.

Przykładowy katalog obszarów w których realizowane są projekty deep tech:

- Zaawansowana sztuczna inteligencja, głębokie uczenie i zaawansowana analityka danych (tworzenie nowych algorytmów, a nie ich prosta implementacja),
- Obliczenia kwantowe i fotonika,
- Biotechnologia, inżynieria genetyczna oraz zaawansowane technologie medyczne (MedTech),
- Nowe materiały, nanotechnologia i zaawansowana chemia,
- Technologie kosmiczne (SpaceTech) i zaawansowana robotyka,

- Nowoczesne systemy energetyczne, czyste technologie (CleanTech) oraz technologie klimatyczne (ClimateTech) wymagające innowacji sprzętowej (hardware) lub materiałowej.

Jeśli działalność Uczestnika opiera się wyłącznie na technologiach cyfrowych wykorzystujących istniejące rozwiązania (np. tworzenie standardowych aplikacji mobilnych, sklepów internetowych, platform SaaS opartych na ogólnodostępnych API, stron WWW) lub na tradycyjnych usługach doradczych i handlowych lub produkcyjnych należy zaznaczyć NIE a w uzasadnieniu poniżej napisać „Nie dotyczy".

Uzasadnienie

(w przypadku odpowiedzi TAK w przypadku odpowiedzi NIE wpisać: nie dotyczy). Należy krótko uzasadnić dlaczego Uczestnik zadeklarował działalność w obszarze DEEP TECH.

Źródła finansowania prac badawczych, rozwojowych oraz wdrożeniowych produktu

Należy wskazać źródła finansowania prowadzonych prac badawczych, rozwojowych i wdrożeniowych, czy były to środki prywatne, publiczne, inne – jakie? W przypadku środków publicznych prosimy o podanie nazw/numerów programów i działań z jakich środki zostały pozyskane (maksymalnie 2 000 znaków).

Przysługujące prawa do produktu

Czy uczestnikowi Konkursu przysługują majątkowe prawa autorskie do produktu?

Należy wybrać odpowiedź TAK lub NIE.

W przypadku odpowiedzi TAK w kolejnym polu tj. **podstawa prawna przysługujących autorskich praw majątkowych** należy podać podstawę prawną posiadania majątkowych praw autorskich, zgodnie z opisem, jak poniżej.
W przypadku odpowiedzi NIE należy w polu **uzasadnienie** wskazać kto posiada majątkowe prawa autorskie do produktu.

Uzasadnienie:

W przypadku odpowiedzi NIE na pytanie o posiadanie majątkowych praw autorskich należy wskazać kto jest właścicielem tych praw (na przykład drugi lub kolejny uczestnik konkursu w przypadku składania wniosku w kategorii: Wspólny produkt przyszłości przedsiębiorstwa i instytucji systemu nauki i szkolnictwa wyższego). W przypadku odpowiedzi TAK na pytanie powyżej w polu uzasadnienie należy wpisać: NIE DOTYCZY.

(maksymalnie 2000 znaków)

UWAGA! Zgodnie z Kryteriami oceny, co najmniej jednemu uczestnikowi Konkursu ***muszą przysługiwać autorskie prawa majątkowe*** *do zgłaszanego produktu. Do Konkursu nie mogą zostać zgłoszone produkty, z których uczestnik jedynie korzysta, tzn. nabył licencję do korzystania z produktu [zawarł umowę o korzystanie z utworu w rozumieniu art. 41 ust. 2*

ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2025 r. poz. 24, z późn. zm)].

Podstawa prawna przysługujących uczestnikowi Konkursu majątkowych praw autorskich

W tym miejscu należy wskazać na jakiej podstawie prawnej uczestnik Konkursu posiada autorskie prawa majątkowe. W przypadku gdy uczestnik Konkursu jest twórcą lub twórcy produktu są pracownikami uczestnika (pracownikami przedsiębiorstwa lub instytucji nauki) należy opisać kiedy produkt był opracowany i czy postanowienia umów z twórcami zawierają postanowienia przenoszące autorskie prawa majątkowe na Uczestnika konkursu.
Należy pamiętać, że twórcą jest zawsze osoba fizyczna a nie przedsiębiorstwo lub uczelnia, instytut badawczy, a uczestnikiem Konkursu może być właśnie przedsiębiorstwo lub uczelnia. Sam fakt, że twórca (osoba fizyczna) jest prezesem przedsiębiorstwa lub pracownikiem przedsiębiorstwa lub uczelni nie oznacza automatycznie, że to przedsiębiorstwo lub uczelnia będące uczestnikami Konkursu posiadają majątkowe prawa autorskie do produktu.
W przypadku nabycia majątkowych praw autorskich od twórcy należy wskazać, kiedy zostały one nabyte, na jakich warunkach (data zawarcia umowy) i kto jest twórcą.
W przypadku innych form niż autorskie prawa majątkowe do produktu (np. licencji wyłącznej lub niewyłącznej) należy wskazać, kiedy i z kim została zawarta umowa i na jakich warunkach. UWAGA! Prawo do produktu nabyte na podstawie umowy licencji nie spełnia warunku wskazanego w regulaminie konkursu oraz w kryteriach (kryteria stanowią załącznik nr 1 do regulaminu, kryterium nr 1 w drugim etapie oceny).

Pole należy uzupełnić również w przypadku, gdy produkt jest zgłaszany do konkursu w ramach kategorii: „Wspólny produkt przyszłości instytucji systemu szkolnictwa wyższego i nauki oraz przedsiębiorcy".

(maksymalnie 5000 znaków)

Imię i nazwisko twórców/współtwórców produktu

Należy wskazać imiona i nazwiska twórców/współtwórców oraz ich powiązanie z uczestnikiem Konkursu (pracownik uczestnika, drugiego uczestnika, właściciel przedsiębiorstwa itd.) lub wskazać na brak tych powiązań w przypadku nabycia praw majątkowych od podmiotu trzeciego (maksymalnie 2000 znaków).

Skala innowacyjności produktu

Należy wskazać, poprzez wybór **jednej** z trzech odpowiedzi, czy zgłaszany produkt to:

1) innowacja na poziomie przedsiębiorstwa/instytucji – nie spełnia warunków konkursu,

2) innowacja na poziomie kraju,

3) innowacja na poziomie europejskim.

Uzasadnienie dot. wybranego poziomu innowacyjności produktu, w tym obiektywnie mierzalne cechy i/lub funkcjonalności produktu

Należy wykazać na czym polega nowość rozwiązania, jego innowacyjność. Prosimy:

a) odnieść się do aktualnego stanu techniki/dostępnych na rynku podobnych i jednocześnie najlepszych produktów lub substytutów, porównać ich parametry techniczne i oferowane funkcjonalności ze zgłaszanym rozwiązaniem,
b) opisać unikalne cechy produktu, jak również podać obiektywnie mierzalne wartości liczbowe w konkretnych jednostkach miary, szczególnie w kontekście innowacyjności technologicznej, które są podstawą do wykazania przewagi,
c) podać wyniki badań w zakresie unikalnych cech produktu (z informacją o źródle/ publikacji wyników, jeśli dotyczy; mogą to być także informacje z wyników badań nieopublikowanych, ale do których dostęp miał Wnioskodawca).
d) w przypadku wyboru zasięgu innowacyjności europejskiej oraz innowacji przełomowej należy ją w oparciu o konkretne dane wiarygodnie i przekonująco uzasadnić opierając się na źródłach/ publikacjach wyników, jeśli dotyczy.

(maksymalnie 10 000 znaków).

Istniejące rozwiązania/produkty konkurencyjne oraz porównanie cech i/lub funkcjonalności przez nie oferowanych **względem zgłaszanego produktu**

Należy wymienić **nie więcej niż trzy** istniejące rozwiązania/produkty konkurencyjne/ substytuty względem zgłaszanego produktu oraz wykazać jakie konkretnie parametry techniczne, funkcjonalności, cechy odróżniają te rozwiązania/produkty od produktu zgłaszanego w Konkursie. Należy nie tylko opisać unikalne cechy zgłaszanego produktu/rozwiązania i porównać z innymi, ale również podać obiektywnie mierzalne wartości liczbowe w konkretnych jednostkach miary, które są podstawą do wykazania przewagi. Należy również podać wyniki badań w tym zakresie (maksymalnie 2 000 znaków).

Korzyści dla odbiorców produktu

Należy wymienić i krótko opisać nowe cechy/funkcjonalności produktu odróżniające go od innych obecnych już na rynku produktów/rozwiązań konkurencyjnych, w kontekście korzyści płynących z tych nowych cech dla odbiorców produktu, które będą stanowiły przewagi konkurencyjne na rynku. Należy wykazać na ile opisane przewagi będą powodowały zmianę przydatności użytkowej produktu w stosunku do innych produktów tego typu/substytutów i będą zauważalne przez użytkownika końcowego. Tam, gdzie to możliwe, wskazane jest podanie korzyści jako wartości mierzalnych (maksymalnie 2 000 znaków).

Opis potencjału rynkowego produktu

(z uwzględnieniem rynku dostępnego (SAM) rynku osiągalnego (SOM) oraz rynku całkowitego (TAM))

Definicje (Model TAM, SAM, SOM)

- **TAM (Total Addressable Market – Całkowity rynek docelowy):** Całkowity popyt na dany produkt lub usługę w skali globalnej lub krajowej przy założeniu 100% udziału w rynku.
- **SAM (Serviceable Available Market – Dostępny rynek docelowy):** Część rynku TAM, do której można faktycznie dotrzeć, uwzględniając model biznesowy, ograniczenia geograficzne i profil klienta.
- **SOM (Serviceable Obtainable Market – Osiągalny rynek docelowy):** Realna część rynku SAM, którą można zdobyć w najbliższym czasie, biorąc pod uwagę konkurencję oraz zasoby.

Należy dokonać analizy rynku krajowego i międzynarodowego pod kątem braków, luk i zapotrzebowania na rozwiązanie. Należy zdefiniować i oszacować do jakich odbiorców (klientów) będzie kierowany produkt. Należy podać szacowane koszty produktu oraz szacowaną wielkość produkcji i sprzedaży. Przedstawione informacje bazować powinny na konkretnych, weryfikowalnych danych. Należy unikać przeszacowywania potencjału i opierania analizy na nierealnych założeniach ograniczając się tylko do ogólnych danych całkowitego rynku - przykładowo, opisując produkt taki jak inteligentna zabawka dla dzieci w wieku 1-3 produkowana przez młodego mikroprzedsiębiorcę, błędem jest wskazywanie jako rynku docelowego liczby 2,2 miliardów dzieci na świecie bez odniesienia się do realnej możliwości dotarcia do tych dzieci.

Opis rynku całkowitego (TAM): Należy podać szeroki kontekst i szacunkową wartość całej branży (np. globalnego lub krajowego rynku zabawek interaktywnych lub technologii edTech), opierając się na wiarygodnych raportach.

Opis rynku dostępnego (SAM): Należy wskazać tę część rynku TAM, która realnie odpowiada profilowi oferowanego produktu (np. uwzględniając ograniczenia geograficzne, językowe oraz kanały dystrybucji mikroprzedsiębiorstwa).

Opis rynku osiągalnego (SOM): Należy określić realny cel sprzedażowy na najbliższe 1–3 lata, uwzględniając ograniczone zasoby finansowe, produkcyjne i marketingowe oraz obecność konkurencji.

(maksymalnie 10 000 znaków).

Szacunkowa wielkość rynku docelowego i jego tendencje rozwojowe

Należy wskazać na podstawie analiz uczestnika Konkursu i zewnętrznych, jaka jest szacunkowa wielkość rynku docelowego i jaka jest konkurencja na rynku docelowym. Ponadto należy opisać tendencje rozwojowe rynku docelowego, jakie trendy widoczne są na rynku docelowym oraz jak produkt wpisuje się w te trendy. Przedstawione informacje bazować powinny na konkretnych, weryfikowalnych danych. (maksymalnie 2 000 znaków).

Szacunkowa (lub rzeczywista) wielkość produkcji produktu

Należy podać szacunkową wielkość produkcji planowanej do osiągnięcia w kolejnych trzech latach od złożenia wniosku wraz z uzasadnieniem przyjętych szacowanych wartości. W

przypadku produktu który jest już obecny w ofercie Uczestnika należy podać wartość sprzedaży dotychczasowej.

(maksymalnie 1000 znaków)

Strategia wprowadzenia produktu na rynek

Należy opisać strategię wprowadzenia produktu na rynek – metody dotarcia do klienta biorąc pod uwagę wcześniej zdefiniowane grupy klientów. Należy wskazać kanały sprzedażowe, kluczowych partnerów do współpracy (czy podmiot zamierza sam wprowadzić produkt na rynek, czy poszukuje partnera biznesowego, inwestora, firmy zainteresowanej wdrożeniem, firmy, która zakupi licencję itp.). Analiza w tym punkcie powinna także pokazywać możliwości wdrożenia rozwiązania w kraju / za granicą, źródła finansowania tych działań itp. Należy przeprowadzić także analizę potencjalnych barier wejścia na rynek i sposobów poradzenia sobie z nimi.

Strategia wprowadzenia produktu na rynek powinna zostać przygotowana jako spójny, chronologiczny opis podejmowanych działań w **konkretnych ramach czasowych.** (maksymalnie 10 000 znaków).

Pole należy wypełnić również w przypadku produktów już obecnych na rynku (zaznaczając wyraźnie jakie działania już zostały zrealizowane i jakie są planowane w kolejnych latach).

Poziom internacjonalizacji produktu

Należy wybrać jeden z poniższych:

- Produkt przeznaczony na rynek krajowy
- Produkt przeznaczony na rynki zagraniczna
- Produkt przeznaczony zarówno na rynek krajowy jak i rynki zagraniczne

Opis podejmowanych działań zmierzających do wprowadzenia produktu na rynki międzynarodowe (jeśli dotyczy)

Należy opisać planowane lub/i podejmowane działania (np. inwestycyjne, sprzedażowe, marketingowe) mające na celu wprowadzenie produktu na rynki międzynarodowe, wskazując jednocześnie ogólne planowane ramy czasowe tych działań. Należy uzasadnić, dlaczego na wskazane wcześniej jako docelowe rynki zagraniczne będzie wprowadzany produkt (maksymalnie 2 000 znaków). Jeśli uczestnik nie planuje wprowadzić produktu na rynki międzynarodowe, należy w polu wpisać „nie dotyczy” (pole nie może pozostać puste).

Opis modelu biznesowego

Należy opisać model biznesowy tzn. posiadane zasoby: ludzkie, techniczne, infrastrukturalne, finansowe, model sprzedaży, inwestorzy itp. (maksymalnie 2 000 znaków).

Opis wpływu produktu na rozwój branży

Należy opisać branżę, w której uczestnik Konkursu działa, jej problemy i mocne strony, analizując jednocześnie przewagi uczestnika Konkursu i jego produktu. Należy przeanalizować, na ile produkt i jego wprowadzenie na rynek wpłynie na rozwój danej

branży, czy jego wprowadzenie spowoduje zmianę w działaniach pozostałych producentów z branży (maksymalnie 2 000 znaków).

Opis problemów społecznych lub gospodarczych oraz sposób ich rozwiązania przez produkt

Należy opisać jakie problemy społeczne (np. związane ze zdrowiem, bezpieczeństwem, transportem, zagospodarowania odpadów, substancji szkodliwych, większą dostępnością, itp.) i w jaki sposób rozwiązuje produkt zgłaszany do Konkursu (maksymalnie 2 000 znaków).

Opis wpływu produktu lub sposobu jego wytwarzania na środowisko

Należy opisać jaki jest wpływ produktu lub sposobu jego wytwarzania na środowisko, w szczególności w jaki sposób ogranicza i/lub może przyczynić się do ograniczenia negatywnego wpływu na środowisko. Należy wskazać zakres wpływu i mierzalne wskaźniki, wyrażone konkretnymi wartościami liczbowymi.

Należy również wskazać podstawy prawne i/lub odwołania do obowiązujących regulacji prawnych w zakresie ochrony środowiska wraz z informacją w jakim zakresie produkt lub sposób jego wytwarzania wykracza poza te regulacje.

W przypadku gdy produkt lub sposób jego wytwarzania na środowisko dodatkowo przyczynia się do poprawy stanu środowiska należy opisać to działanie, wskazać zakres wpływu, mierzalne wskaźniki oraz wiarygodne źródła tych danych.

Opisując produkt i jego właściwości przyczyniające się do poprawy stanu środowiska można wskazać (jeśli dotyczy) takie aspekty jak materiały zastosowane w jego produkcji, źródła energii, które zostały wykorzystane do jego wytworzenia, cykl życia produktu wskazujący na model gospodarki cyrkularnej itp.

Działania typu ograniczenie zużycia papieru lub ograniczenie przejazdów w wyniku zastosowania aplikacji /oprogramowania traktowane będą jako standardowe w kontekście wpływu na środowisko.

Przykład:

Branża chemiczna / tworzyw sztucznych

Produkt ogranicza negatywny wpływ na środowisko, wykraczając poza obowiązujące przepisy prawne:
Firma produkuje plastikowe opakowania kosmetyczne. Dzięki zastosowaniu nowej technologii produkcji ogranicza negatywny wpływ na środowisko w zakresie wykraczającym poza obowiązujące wymagania. Wnioskodawca powinien wskazać **mierzalny wskaźnik oraz wartość bazową i docelową**, które pozwolą wykazać osiągnięty efekt środowiskowy, np. zmniejszenie zużycia energii o 30% w przeliczeniu na jednostkę produktu (z 0,20 kWh do 0,14 kWh na opakowanie) oraz zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych o 25% (np. z 40 g CO_2e do 30 g CO_2e na opakowanie). Produkt nadal jest wykonany z tworzywa sztucznego i po zakończeniu użytkowania wymaga zagospodarowania jako odpad, jednak jego produkcja powoduje mierzalnie mniejsze obciążenie środowiska niż rozwiązanie bazowe.

Produkt ogranicza negatywny wpływ na środowisko, wykraczając poza obowiązujące przepisy prawne, i dodatkowo pozytywnie wpływa na środowisko:
Firma opracowała opakowanie kosmetyczne wykonane z biodegradowalnego materiału na bazie alg morskich. Wnioskodawca powinien wykazać **mierzalnym wskaźnikiem** zarówno ograniczenie negatywnego wpływu na środowisko, jak i dodatkowy pozytywny efekt środowiskowy. Przykładowo może wykazać zmniejszenie wykorzystania surowców kopalnych o 80% w przeliczeniu na jedno opakowanie oraz potwierdzoną badaniami biodegradację materiału, np. osiągnięcie określonego poziomu biodegradacji w określonym czasie i w określonych warunkach kompostowania. Dodatkowo pozytywny wpływ na środowisko powinien zostać wykazany za pomocą mierzalnego wskaźnika, np. wzrost zawartości określonego składnika mineralnego w podłożu o X% po zastosowaniu produktów rozkładu materiału, przy jednoczesnym potwierdzeniu, że proces ten nie powoduje pogorszenia parametrów jakości gleby. Wskaźniki powinny być poparte odpowiednią metodą pomiaru lub wynikami badań.

Mierzalne wskaźniki środowiskowe odzwierciedlające wpływ produktu lub sposobu jego wytwarzania na środowisko

Przedstawione wyżej informacje powinny być konkretne z podaniem wartości liczbowych oraz wiarygodnych źródeł danych. Należy podać wartość bazową i docelową (wykazać zmianę ilościową) w porównaniu do podobnych rozwiązań obecnych już na rynku.

(maksymalnie 2000 znaków)

Patenty, zgłoszenia patentowe związane z produktem

Należy wymienić patenty i zgłoszenia patentowe - numer, tytuł i datę przyznania patentu bądź zgłoszenia patentowego, które dotyczą produktu zgłoszonego do Konkursu. Ponadto należy krótko opisać związek patentu bądź zgłoszenia patentowego z produktem zgłoszonym do Konkursu (maksymalnie 2 000 znaków).

Nagrody i wyróżnienia przyznane produktowi

Należy wymienić nagrody i wyróżnienia przyznane produktowi – rok przyznania nagrody, nazwa konkursu, zajęte miejsce/tytuł, organizator konkursu (maksymalnie 2 000 znaków).

Zdjęcia i/lub filmy prezentujące produkt

Należy podać adres strony internetowej/stron, na której zostały zamieszczone zdjęcia i/lub filmy prezentujące produkt (maksymalnie 2 000 znaków).

ZAŁĄCZNIKI DO WNIOSKU KONKURSOWEGO

Na etapie składania wniosku konkursowego **nie są wymagane żadne** załączniki a niniejsza sekcja dotyczy **tylko uczestników Konkursu wybranych do grona Laureatów Konkursu i sytuacji opisanych w § 12 ust. 3 i 4 Regulaminu Konkursu.**

OŚWIADCZENIA

Wnioskodawca składa oświadczenia, które są integralną częścią wniosku konkursowego. Treść oświadczeń wyświetla się na końcu wniosku a brak ich akceptacji uniemożliwia złożenie wniosku konkursowego w LSI. Treść oświadczeń jest również wskazana we wzorze wniosku stanowiącym załącznik nr 2 do Regulaminu konkursu.