

Bilaga– Särskilda villkor samt instruktion

Särskilda villkor inom utlysningen ” Stöd till nystartade företag via excellenta inkubatorer, perioden 1 juli 2025 – 30 juni 2029”

Grund för de särskilda villkor som anges är ”*Vinnovas allmänna villkor för bidrag – 2023, en projektpart*”, dnr 2022–03530.

De särskilda villkoren nedan ersätter respektive kompletterar de allmänna villkor som inte är applicerbara för aktuell utlysning och som täcker specifika villkor för beslut i utlysningen ” *Stöd till nystartade företag via excellenta inkubatorer, perioden 1 juli 2025 – 30 juni 2029*”.

Villkoren är strukturerade så att paragrafer som anges nedan ersätter motsvarande paragrafer i de allmänna villkoren. I de fall paragrafer i Allmänna villkor inte omnämns i detta dokument gäller de allmänna villkoren.

Ändrade definitioner:

Inkubatorn – synonymt med Bidragsmottagaren i detta beslut

Där inget annat anges i de särskilda villkoren avses med begreppet ”**Projekt**” i Allmänna villkor, dnr 2022–03530, den verksamhet som Vinnova beviljar medel för hos Inkubatorn.

Begreppet **projektbeskrivning** utgår och ersätts med nedanstående instruktion kring användningen av de medel Vinnova beviljar Inkubatorn.

Begreppet **stödnivå** är inte applicerbart på Inkubatorn i denna utlysning vilket gör att detta begrepp utgår i förhållande till Inkubatorn. Stödnivå är endast applicerbar på de företag som Inkubatorn levererar affärsutvecklingstjänster till och hanteras i den nedanstående instruktionen kring användningen av de medel Vinnova beviljar Inkubatorn.

Projektparts godkännande – åtagande av Inkubatorn att genomföra den finansierade verksamheten enligt instruktioner i dessa särskilda villkor.

§1 Genomförande av inkubation

Inkubatorn ska genomföra Projektet enligt instruktionen, se sid 4–16 nedan.

Inkubatorn ska delta aktivt på de aktiviteter som organiseras av Vinnova och Swedish Incubators and Science Parks (SISP) med syfte att skapa erfarenhetsutbyte mellan inkubatorer.

§1.4 Rapportering och uppföljning

Rapportering och uppföljning ska ske i enlighet med instruktion, se sid 4–16 nedan.

§2 Underleverantör

Rätten till att använda underleverantörer relegeras i instruktion, se sid 4–16 nedan.

§4 Ändrade omständigheter

Inkubatorn får inte utan Vinnovas godkännande bedriva Projektet om förutsättningarna för tillämpningen av instruktionen, se sid 4–16 nedan, minskat i väsentlig omfattning. Detta gäller också om det uppkommer tekniska, ekonomiska eller andra omständigheter som har väsentlig inverkan på Projektets genomförande.

§6.1.1 Generella bestämmelser

För att en kostnad ska vara stödberättigande ska den

- vara faktisk och kunna styrkas,
- ha uppkommit hos Bidragsmottagaren,
- ha uppkommit under den projekttid som framgår av beslutet,
- vara bokförd och fastställd i enlighet med Bidragsmottagarens vanliga redovisningsprinciper och god redovisningssed
- vara skälig och ha uppkommit enbart för genomförande av projektet, och
- vara i enlighet med Bidragsmottagarens interna policys och riktlinjer, särskilt med avseende på miljö- och klimatpåverkan.

Stödberättigande kostnader är de kostnader som inkubatorn har för att leverera tjänster till företag som befinner sig under utvecklingsfaserna formation respektive inkubation.

Kostnaderna kan uppstå genom internt genererade tjänster eller externt upphandlade tjänster. Kostnaderna för tjänster som kan ersättas är:

- Utveckla företaget och dess affär genom:
 - Affärscoaching, rekrytering o teambildning, tillgång till nätverk och kapital, juridik, kommunikation, IP strategier, design, experttjänster i samband med att verifiera affärsidé, inköp av marknadsstudier, utbildningar som stärker operativt genomförande (sälj, styrelsearbete, affärsutveckling, etc.)
- Stöd till marknadsaktiviteter:
 - Resekostnader och deltagaravgifter till mässor, kund- och partnermöten, kapitalförsörjning
- Användning av Infrastruktur:
 - Kostnader för att använda investeringar i infrastruktur så som kontorsplats, tillgång till test/lab –miljö, IT infrastruktur mm

§7.1 Nyttiggörande av resultat

Villkor §7.1 Nyttjande av resultat i de allmänna villkoren utgår.

Övriga särskilda villkor

Vinnovas medel till inkubatorn får högst utgöra 1/3 av inkubatorns driftskostnad under respektive år. Uppfylls inte villkoret minskar Vinnovas finansiering motsvarande.

Inkubatorn får under Projektets gång inte dela ut vinst till sina ägare.

Instruktion kopplat till särskilda villkor inom utlysningen ”Stöd till nystartade företag genom excellenta inkubatorer, perioden 1 juli 2025 – 30 juni 2029.”

Innehåll

1. Definitioner	4
2. Mognadsnivåer	5
Formation – utvecklingen fram till att mognadsnivå 1 uppnåtts	6
Problem/Solution-fit – utvecklingen fram till att mognadsnivå 2 uppnåtts	6
Product/Market-fit – utvecklingen fram till att mognadsnivå 3 uppnåtts	7
Företag som nått mognadsnivå 3	8
3. Regler och instruktioner för hur medel för inkubation får användas	9
Vinnova målgruppskriterier:	9
Berättigat statsstöd	9
Grundarägd	9
4. Riktlinjer för tillämpning av målgruppskriterierna för företag vars affärslogik gör det svårt att bedöma tillhörighet till Vinnovas målgrupp	11
5. Inkubationsavtal	13
Bidragsmedlens användning	14
Stödberättigande kostnader	14
Hantering av statsstöd	15
6. Regler och instruktioner för rapportering	16
Mallar	16
Inkubationsprocessen	16
Särskilda rapporteringskrav för inkubatorbolag	16

Instruktionen reglerar följande:

- Regler och instruktioner för hur Vinnovas inkubationsmedel får användas
- Regler och instruktioner för hur avrapportering av Vinnovas inkubationsmedel ska ske

1. Definitioner

Inkubationsmedel (Vinnovas)	De bidragsmedel som beviljats inkubator för att inkubator ska kunna leverera tjänster och resurser till inkubatorföretag
Inkubatorföretag	Företag som formellt via avtal erhåller tjänster och resurser från inkubatorn
Intag (till inkubatorn)	Tidpunkt då inkubatoravtalet undertecknas av inkubator och inkubatorföretag
Genomförande av inkubation	Den tid under vilken inkubatorn använder Vinnovas inkubationsmedel för att levererar tjänster och resurser till ett företag eller projekt som är berättigat Vinnovas inkubationsstöd. Rätten att erhålla Vinnovas inkubationsmedel definieras av Vinnovas målgruppskriterier
Mognadsnivåer	Utvecklingstillstånd hos de företag och projekt som erhåller inkubationsmedel. Mognadsnivåerna baseras på KTHs Innovation Readiness Level (IRL), se separat beskrivning
Grundarteam	Är de personer som utgör grundarna av företaget. Grundarteamet tillåts formas under genomförandet av inkubationen. Grundarteamet kan bestå av idégivare, entreprenörer, innovatörer och andra operativt verksamma nyckelpersoner i företaget. Grundarna tillåts äga företaget antingen som fysiska personer eller via juridiska personer, nämns härefter ”ägarbolaget”. Följande gäller för det fall där ägarbolag är juridisk person: <ul style="list-style-type: none"> • ägarbolaget måste kontrolleras av de grundare som använder den juridiska personen som förvaltare av ägarandelarna i företaget (kontrolleras genom att inneha över 50% av rösträtten i ägarbolaget). • i de fall ägarbolaget tillhör en koncern (moder eller dotterbolag) så får vid intag i inkubatorn inte koncernens årliga bruttoomsättning under senaste treårs perioden överstigit 3 MSEK/år.
Skalbar startup	En skalbar startup är ett företag som består av en temporär organisation som letar efter en skalbar affärsmodell och en repeterbar försäljning kopplat till affärsmodellen.
Temporär organisation	En temporär organisation är en tillfällig organisation som syftar till att utveckla och validera affären, affärsmodellen och en repeterbar försäljningsmodell. Organisationen är alltså inte formad för en exekvering av en beprövad och repetitiv affär/försäljning

2. Mognadsnivåer

Mognadsnivåerna definieras genom fyra ”Readiness Levels” ur KTH:s IRL:

- Customer Readiness Level (CRL)
- Business Readiness Level (BRL)
- Team Readiness Level (TMRL)
- Sustainability Readiness Level (SRL)

Med hjälp av KTH:s IRL definieras fyra mognadsnivåer, se figur 1 nedan

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
CRL	Hypothesizing on possible needs in market.	Identified specific needs in market.	First market feedback established.	Confirmed problem needs from several customers or users.	Established interest for product and relative risk for target customers.	Benefits of the product confirmed through customer testing.	Customers in extended product testing or first sales.	First products sold and accepted structured sales effort.	Widespread product sales that scale.
TMRL	Little insight into the need for a team (insight on individual) (lack of necessary competencies/resources).	Insight and first idea on necessary competencies or a potential resource (e.g. partners).	A few of necessary competencies/resources are present. Defined needed competencies/resources (and plan for finding).	A champion is present. Several needed competencies in place. Mentoring or securing additional key resources.	Initial founding team with main needed competencies. Team roles on ownership and their mix has aligned goals.	Complementary, diverse and committed team with all necessary resources confirmed through customer testing.	Team and culture is fully in place and proactively developed. Updated business model and necessary team on longer term.	Management and CEO in place. Professional use of board options. Automated and necessary team on longer term.	High performing, well-structured team and organization that is maintained and performs over time.
BRL	Hypothesizing on possible business concept (lack of knowledge or insight into market and competition).	First possible business concept described in a model and some overall competitive alternatives.	Draft of business model in concept (text). Described market potential and complete competitive overview.	First version of full business model in concept and revenue model (incl. pricing verification) and market potential.	Parts of business model tested on market and first version of revenue model (incl. pricing verification) and competitive position compared through market feedback.	Full business model incl. pricing verified on customers (by test sales).	Product/market fit and customer payment confirmed. Alternative revenue model (incl. pricing) validated by sales and sales.	Sales and metrics show business model holds up and revenue model is fine-tuned to explore more revenue options.	Business model is final and is scaling with revenue that results in a profitable and sustainable business.
SRL	None or very low awareness of how sustainability affects the planned business.	Some awareness of how sustainability affects the planned business.	A first description of value creation and the business model related to the business idea / business model.	Business concept with embedded sustainability (text) and potential customer/users.	Sustainability is set in the business model and is potential customer/users.	Sustainability is rooted in the entire team and the business.	Monitoring, reporting and compensation on sustainability outcomes are implemented.	The business model and operations are fine-tuned based on sustainability outcomes and metrics in order to prepare for scaling/growth.	The sustainability strategy contributes to competitiveness and makes a proven contribution to at least sustainable development goals.

— Mognadsnivå 1 — Mognadsnivå 2 — Mognadsnivå 3 — Mognadsnivå 4

Figur 1: Mognadsnivåer under inkubation

För att ett företag ska uppnått en viss mognadsnivå måste samtliga fyra färdighets- eller förmågenivåer (eng. readiness level) vara uppfyllda för den mognadsnivån. Om exempelvis CRL=4, TMRL=5, BRL=4 men SRL=2 så har bolaget fortfarande inte nått mognadsnivå 1.

Baserat på mognadsnivåerna så kan bolagens utveckling kopplas till de mognadsnivåer de strävar efter att nå. I figuren 2 och texten nedan beskrivs dessa utvecklingskedan och de mognadsnivåer de avser uppnå:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
CRL	Hypothesizing on possible needs in market.	Identified specific needs in market.	First market feedback established.	Confirmed problem needs from several customers or users.	Established interest for product and relative risk for target customers.	Benefits of the product confirmed through customer testing.	Customers in extended product testing or first sales.	First products sold and accepted structured sales effort.	Widespread product sales that scale.
TMRL	Little insight into the need for a team (insight on individual) (lack of necessary competencies/resources).	Insight and first idea on necessary competencies or a potential resource (e.g. partners).	A few of necessary competencies/resources are present. Defined needed competencies/resources (and plan for finding).	A champion is present. Several needed competencies in place. Mentoring or securing additional key resources.	Initial founding team with main needed competencies. Team roles on ownership and their mix has aligned goals.	Complementary, diverse and committed team with all necessary resources confirmed through customer testing.	Team and culture is fully in place and proactively developed. Updated business model and necessary team on longer term.	Management and CEO in place. Professional use of board options. Automated and necessary team on longer term.	High performing, well-structured team and organization that is maintained and performs over time.
BRL	Hypothesizing on possible business concept (lack of knowledge or insight into market and competition).	First possible business concept described in a model and some overall competitive alternatives.	Draft of business model in concept (text). Described market potential and complete competitive overview.	First version of full business model in concept and revenue model (incl. pricing verification) and market potential.	Parts of business model tested on market and first version of revenue model (incl. pricing verification) and competitive position compared through market feedback.	Full business model incl. pricing verified on customers (by test sales).	Product/market fit and customer payment confirmed. Alternative revenue model (incl. pricing) validated by sales and sales.	Sales and metrics show business model holds up and revenue model is fine-tuned to explore more revenue options.	Business model is final and is scaling with revenue that results in a profitable and sustainable business.
SRL	None or very low awareness of how sustainability affects the planned business.	Some awareness of how sustainability affects the planned business.	A first description of value creation and the business model related to the business idea / business model.	Business concept with embedded sustainability (text) and potential customer/users.	Sustainability is set in the business model and is potential customer/users.	Sustainability is rooted in the entire team and the business.	Monitoring, reporting and compensation on sustainability outcomes are implemented.	The business model and operations are fine-tuned based on sustainability outcomes and metrics in order to prepare for scaling/growth.	The sustainability strategy contributes to competitiveness and makes a proven contribution to at least sustainable development goals.

Formation Problem/Solution Fit Product/ Market Fit

Figur 2: Utvecklingskedan under inkubation

Formation – utvecklingen fram till att mognadsnivå 1 uppnåtts

Representerar företag i de allra tidigaste skedena av sin utveckling där man formar det initiala teamet och ett hypotetiskt värdeerbjudande som genomgår initiala tester mot några få kunder – ett första test på att företaget har en tänkt lösning för ett identifierat kundproblem. Innan man nått denna mognadsnivå 1 så kan också projekt med privatpersoner ingå som ett sätt att forma team och företag. I tabellen nedan beskrivs mognadsnivå 1.

Typ	Egenskaper som ska uppnås	Ex. på metrics
CRL = 3	Primärt kundsegment identifierat Tydlig hypotes om vad det är för problem/behov som ska adresseras. Hypotesen har testats mot ett fåtal potentiella kunder och/eller marknadsexperter	Kund- och expertintervjuer som bekräftar behovet/problemet
BRL = 2	En första ansats till värdeerbjudande/affärskoncept och bedömning av marknadens storlek finns. En översikt av direkta och indirekta konkurrenter finns framtagen	Ett första NABC ¹ och marknadsbedömning är godkänd av inkubatorn
TMRL = 3	Ett fåtal nödvändiga kompetenser finns. Kompetens- och resursbehov för det närmaste året finns definierade och en rekryteringsplan för detta är framtagen.	Minst 2 personer i teamet med nödvändiga kompetenser för att ta nästa utvecklingssteg. Rekryteringsplan för det närmaste året.
SRL = 2	Viss medvetenhet om hur hållbarhet påverkar den planerade affären uttryckt i hypoteser kring tänkbara positiva och negativa bidrag affären kan medföra.	Hållbarhetshypoteser finns beskrivna för affärskonceptet (NABC)

Figur 3: mognadsnivå 1

Problem/Solution-fit – utvecklingen fram till att mognadsnivå 2 uppnåtts

Representerar företag vars fokus är att utveckla och validera s.k. Problem/Solution-fit. I tabellen nedan beskrivs mognadsnivå 2

Typ	Egenskaper som ska uppnås	Ex. på metrics
-----	---------------------------	----------------

¹ SRI's Need, Approach, Benefit/Cost, Competitiveness eller motsvarande finns.

CRL = 6	Kundfördelar och kundnytta hos värdeerbjudandet/produkten är validerad/verifierad genom tester hos ett antal kunder. Första marknads- och säljprocessen är definierad och aktiviteter är initierade. Partnerskap med nyckelaktörer i värdekedjan är formade	Antal kunder som testat en tidig version av produkten ² . Marknads- och säljprocessen är dokumenterad. Partneravtal med nyckelaktörer i värdekedjan.
BRL = 5	Affärsmodellens (AM) centrala hypoteser är validerade mot kunder och AM är uppdaterad efter kundfeedback. Differentiering och konkurrensfördelar är validerade på marknaden	Dokumentation av hypoteser och verifieringen/valideringen av dem. Kvantifierad konkurrentjämförelser finns dokumenterad.
TMRL = 5	Ett första komplett team med tydliga roller och ägarförhållanden finns på plats och teamet tillbringar nödvändig tid i företaget. Rekryteringsaktiviteter och nätverksbyggande är kartlagt och initierat.	Komplett aktieägaravtal + rollbeskrivningar överenskomna i teamet. Jämställdhetsplan, Rekryteringsplan där jämställdhet beaktats. Nödvändig uppkoppling i industri och marknad dokumenterad för nästa fas i utvecklingen.
SRL = 5	Hållbarhet är adresserad och definierad för affärsmodellen, och testad/verifierad mot potentiella kunder och användare.	Dokumenterade resultat från verifiering mot kund/användare.

Figur 4: mognadsnivå 2

Product/Market-fit – utvecklingen fram till att mognadsnivå 3 uppnåtts

Representerar företag vars fokus är att utveckla och validera s.k. Product/Market-fit. I tabellen nedan beskrivs mognadsnivå 3.

Typ	Egenskaper som ska uppnås	Ex. på metrics
CRL = 8	Produkten (varan och/eller tjänsten) är såld på kommersiella villkor i (pris, konkurrens) till ett fåtal kunder som därigenom validerat affärsmodellen, produkttegenskaperna och försäljningsprocessen. Processer och planer för att skala upp försäljningen finns definierade.	Antal genomförda kundaffärer, antal prospects, data om CAC-processen och CLTV validerade.
BRL = 7	Den kompletta affärsmodellens (AM) är testad och validerad genom signifikant kundintressen ("prospects") och några	Dokumentation av verifieringen/valideringen av AM. Sälj- och

² T.ex. en Minimum Viable Product med tillräcklig funktionalitet för att validera kundnyttan

	avgörande kundaffärer (se CRL) som tillsammans med säljprognoser visar att en attraktiv och hållbar affärsmodell kan erhållas.	kostnadsprognoser som visar skalbarheten hos affären. Uppdaterade och validerade konkurrentjämförelser
TMRL = 8	Tydliga ledningsfunktioner på plats för nästa fas. Professionell styrelse upprättad. Relevanta rådgivningsfunktioner tillsatta. Relevant incitamentssystem för ledning och nyckelpersoner på plats. En rekryteringsplan på lite längre sikt finns och är under genomförande.	Komplett aktieägaravtal + rollbeskrivningar överenskomna i teamet. Jämställdhetsplan, Rekryteringsplan där jämställdhet beaktats. Nödvändig uppkoppling i industri och marknad dokumenterad för nästa fas i utvecklingen.
SRL = 7	Uppföljnings-, rapporterings- och kommunikation om hållbarhetseffekterna av affären är implementerade.	Data och analyser kring hållbarhetsaspekter av affären och dess effekter finns dokumenterade

Figur 5: mognadsnivå 3

Företag som nått mognadsnivå 3

Representerar företag som har en hållbar och skalbar affärsmodell som är validerad, en repetitiv försäljning, och har en affär som är eller är på väg att skalas upp. De har ur Vinnovas synvinkel passerat exit för Vinnovas inkubationsmedel. Därför definieras inte mognadsnivå 4 djupare i detta dokument.

3. Regler och instruktioner för hur medel för inkubation får användas

Vinnova målgruppskriterier:

För att ingå i Vinnovas målgrupp för inkubation, och därmed vara bidragsberättigat, ska företaget definitionsmässigt vara en skalbar startup (för definition se i kapitel 1) och som uppfyller följande kriterier:

Berättigat statsstöd

Företaget ska kunna ta emot statsstöd. Under inkubationens genomförande ska företaget uppfylla antingen kraven i artikel 22 i GBER³ eller stöd av mindre betydelse.

Grundarägd

Vinnovas medel riktar sig till nystartade företag som är grundarägda och grundardrivna. Medlen ska accelerera företagets utveckling så att de blir marknadsredo. Grundregeln är därför följande: grundarteamet ska tillsammans äga minst 75% av företaget.

Avsteg från 75 %-regeln för grundarägande medges endast för kapitalintensiva branscher och företag, givet att företaget fortfarande uppfyller Kommissionens definition av små och medelstora företag (EU nr 621/2014). Giltiga skäl är att:

- Företaget kan uppvisa en kapitalförsörjningsplan som trovärdigt gör företaget kapitalintensivt, och att
- Emissionsbeloppet behöver användas för att finansiera kapitalintensiva produktutvecklings- eller produktionsutvecklingsinsatser, t.ex. test-, validerings-, verifierings- och utvecklingssteg i lab-, test- eller produktionsmiljöer etc. Ej godkänt är kompetensförstärkning och insatser för ren utveckling av affären t.ex marknadsförings- och försäljningsinsatser.

I de fall en investerare överskrider 40% ägande ställs krav på att den ägaren bekostar företagets affärsutvecklingskostnader hos inkubatorn motsvarande sin andel.

³ General Block Exemption Rules EU nr 651/2014

Grundardrivna

Engagemanget från grundarna i företagets utveckling är viktig. Grundregeln är att engagemanget kopplas till den mognadsnivå som företaget har.

- i. Under Formation (se kap 5.1) så finns inga krav på engagemang
- ii. Under Problem/Solution-fit (se kap 5.1) så ska det sammantagna grundarengagemanget vara minst 50% av en heltidstjänst och en av grundarna ska vara engagerad till minst 30% av en heltidstjänst.
- iii. Under Product/Market-fit (se kap 5.2) så ska det sammantagna engagemanget vara minst 80% av en heltidstjänst och en av grundarna ska vara engagerade till minst 40% av en heltidstjänst.

Not om forskningsbaserade avknoppningar: Om företaget är en avknoppning från forskning inom ett lärosäte så är det viktigt att engagera forskarna i kommersialiseringen av deras forskning. I många fall är det dock samtidigt önskvärt att de forskaranställda grundarna fortsätter sin forskning inom akademien vilket begränsar deras möjligheter att engagera sig i den utsträckning kraven på grundardrivet anger. I dessa fall måste grundarteamet kompletteras så att forskarnas lägre engagemang kompenseras av de andra i grundarteamet.

Hållbarhetsdriven affär

Företaget ska ha en hållbarhetsdriven affär som löser en utmaning i samhälle/marknad. För att utvecklingen ska vara hållbar över tid behöver affären vara ekonomiskt hållbar och lönsam, men även bidra till god utveckling för människorna och planeten. För företag kan det till exempel handla om resurseffektiva och cirkulära affärsmodeller, hantera och minska det avtryck man orsakar i sin värdekedja, ställa krav på villkoren i leverantörskedjan för att tillgodose mänskliga rättigheter och goda levnadsvillkor, eller att arbeta för bättre hälsa, trygghet, utbildning och demokratisk maktutövning.

Innovativt

Med innovativt avses att företagets affär eller verksamhet har för den adresserade marknaden, unika egenskaper som ger dem uthålliga konkurrensfördelar. Det kan handla om en bred uppsättning egenskaper som omfattar produkten, kundupplevelsen, affärsmodellen, den operativa verksamheten eller orkestreringen av företagets ekosystem, exempelvis:

- Operativa egenskaper som ger företaget kostnadsfördelar och därmed väsentligt bättre möjligheter till prisdifferentiering,
- Produkttegenskaper, värdeerbjudanden och affärsmodeller som skapar unik kundnytta och långsiktigt hållbara konkurrensfördelar.

Vid bedömningen av företagets utveckling inom CRL och BRL ska motiven för innovativt tydligt framgå.

Skalbarhet i affärsmodlen

Skalbarheten följs kontinuerligt vid bedömning av BRL. Från det att företaget befinner sig i Product/Market-Fit ska skalbarheten tydligt framgå och kommer efterfrågas vid företagsgenomgångar och utvärderingar av företagsportföljer.

Unika kunskapstillgångar

Företaget måste ha, eller kunna utveckla, unika kunskapstillgångar som gör det möjligt att långsiktigt säkerställa ett nödvändigt försprång på marknaden. Detta ska genomgående utvärderas och dokumenteras.

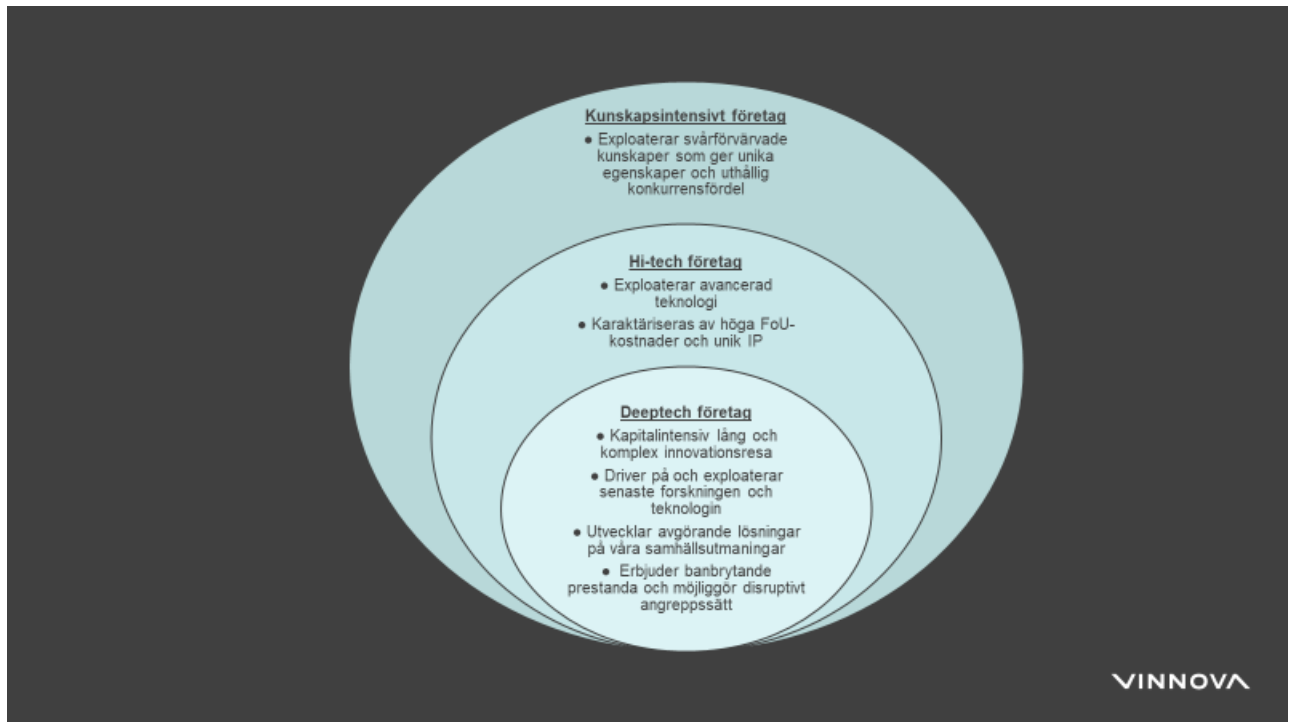
Företaget ska inte vara marknadsredo vilket innebär att:

- Det egna kapitalet understiger omkostnaderna för företagets kommande 24 månader
- Bolaget validerar fortfarande affären och affärsmodellen och har ännu inte återkommande försäljning

4. Vilka företag vill vi nå under finansieringsperioden samt riktlinjer för tillämpning av målgruppskriterierna.**Kunskapsintensiva tillväxtföretag**

För att ett företag ska vara aktuellt för inkubation så ska det vara kunskapsintensivt. Kunskapsintensiva företag utvecklar och kombinerar svårförvärvad kunskap dvs kunskap som tar tid och kostar att förvärva, t ex genom utbildning och/eller lång yrkeserfarenhet. Den här typen av entreprenörskap finns i hela ekonomin och är viktig för att förnya näringsliv, samt för att skapa socialt värde och nya arbetstillfällen.

Inom målgruppen kunskapsintensiva företag ska under perioden företag inom hi-tech samt deeptech prioriteras. Hi-tech och speciellt deeptech bolag har ofta stora tekniska och kommersiella risker som motiverar statligt inkubationsstöd.



Figur 1: Visar hur hi-tech och deeptech är en delmängd av kunskapsintensiva företag.

Riktlinjer för tillämpning av målgruppskriterier på olika affärsmodeller

Alla företag som erhåller bidrag ska uppfylla kriterierna enligt kapitel 3. Vissa affärer och företag är dock svårare att bedöma pga. sin affärslogik. Nedan ges riktlinjer för de särskilda förhållanden som råder för dessa företag.

Spelstudios: Omfattar företag som är s.k. "hit-drivna" liknande det som kompositörer och författare står inför. Själva spelet kan ha sin potential, sitt nyhetsvärde, skalbarhet och attraktivitet. Men syftet med Inkubatorprogrammet är att accelerera utvecklingen hos internationellt skalbara företag (företagsutveckling) och är därför svår att bedöma hos dessa företag. För att ingå i Vinnovas målgrupp behöver företaget antingen utveckla spelplattformar som på ett tydligt sätt uppfyller kriterier för innovativitet, skalbarhet, eller att deras immateriella tillgångar ger företaget en tydligt/uttalad diversifieringsstrategi/-förmåga (dvs kan omsättas i en tydlig familj av innovativa produkter) som gör att de kan liknas vid andra typer av produktföretag och därmed bedömas uppfylla kriterierna ovan.

Mode, artister, etc Motiven för affärer kring design av enskilda modeplagg, musikstycken, filmer liknar utveckling av ett enskilt spel. För att ingå i Vinnovas målgrupp behöver företagens immateriella tillgångar ge en tydligt/uttalad diversifieringsstrategi/-förmåga (dvs kan omsättas i en tydlig familj av innovativa produkter) som gör att de kan liknas vid andra typer av produktföretag och därmed bedömas uppfylla kriterierna ovan.

Genomförandeaffär (på engelska Execution Business): Dessa bygger på att utveckla en unik position genom de relationer som skapas mellan konsumenter och/eller producenter. För att höra till målgruppen behöver affären innehålla egenskaper eller funktioner som är svårkopierade och i övrigt tydligt uppfylla kriterierna ovan.

Digital konsult- eller tjänsteaffär: Den utvecklade plattformen eller applikationen behöver innehålla egenskaper eller funktioner som är svårkopierade och ger ett tidsförsprång. Här behövs tydliga motiv avseende skalbarheten hos affärsmodellen och konkurrensfördelarna. I bedömning av exempelvis skalbarheten måste inkubatorn visa på kvalitetssäkringen av: digitaliseringsgraden och kundförvärvskostnaden (Customer Acquisition Cost, CAC). Affären behöver bygga på en svårkopierad kunskap.

Affärskoncept utan tydlig teknisk lösning: Ett behov utan tydlig lösning är egentligen för tidig enligt våra kriterier vilket kräver en speciell bedömning ifall företaget/affären ska tillhöra vår målgrupp. Utöver nyhetsvärdet och internationell potential behöver det finnas ett tydligt behov från samhälle och marknad som gör det troligt att en innovativ lösning kan generera tillväxt.

Teknikkoncept utan tydlig affär: Inkubatorn behöver ha (i) kvalitetssäkrat att tekniken är mogen för kommersialisering och (ii) tekniken har unika egenskaper som bygger på grundarteamets kunskapsstillgångar (iii) tekniken är validerad för någon eller några applikationsområden med stor potential.

Socialt eller samhälls-inriktade företag: Tillhör målgruppen om inkubatorn kan påvisa en affärsmodell som säkerställer att verksamheten är ekonomiskt hållbar och har en potential att skala nationellt och helst internationellt.

Uppfinnare/utvecklingsbolag: Företag vars fokus är att utveckla immateriella tillgångar som sedan säljs eller licensieras ut till andra företag som kommersialiserar uppfinningen/den immateriella tillgången. Tillhör målgruppen endast om (i) värdekedjan bygger på att olika utvecklingsbolag tar fram IP som andra i värdekedjan förädlar (ii) företaget har en unik kunskapsstillgång som man applicerar inom ett samhällsviktigt applikationsområde med internationell potential där deras IP ger slutkunderna ett stort nyhetsvärde och den eller de kommersialiserande parterna stor konkurrensfördel.

5. Inkubationsavtal

Från och med mognadsnivå 1 (dvs fr.o.m. att bolaget inleder *Problem/Solution-fit* skedet och lämnar *Formation*) så ska inkubatorn ingå ett avtal med varje inkubatorföretag vars inkubationsstöd finansieras genom Vinnovas bidrag. Avtalet ska innehålla parternas inbördes åtaganden, intyg om att företaget godkänner mottagandet av statsstöd under inkubation, och annat av betydelse för inkubationsprocessen. Innehållet i avtalet ska vara förenligt med Vinnovas villkor.

Bidragsmedlens användning

Vinnovas inkubationsmedel är avsedda för företag som befinner sig i Formation, Problem/Solution-Fit och Product/Market-Fit, se gulmarkerat område under figur 1 ovan. En inkubator kan använda Vinnovas medel behovsstyrt för företag som befinner sig i det gulmarkerade området.

OBS! Företag kan hamna utanför det område av ”readiness levels”⁴ som medger stöd från Vinnovas inkubationsmedel om något av följande inträffar innan mognadsnivå 3 nås:

1. Företaget når en repetitiv försäljning (Dvs CRL ökar snabbare än andra förmågenivåer/”readiness levels”). Med repetitiv försäljning avses att försäljningsprocessens mål är att öka omsättning snarare än att genomföra kundaffärer för att testa/validera affärsmodellen
2. Det egna kapitalet är stärkt så att det täcker löpande omkostnader i 24 månader eller mer

I dessa fall måste inkubatorn avbryta användningen av Vinnovas inkubationsmedel för företaget.

Möjligheten till stöd från inkubatorn ska vara öppen för samtliga som uppfyller de definierade villkoren inom ramen för utlysningen. Stöden ska ges på ett transparent och icke-diskriminerande sätt enligt i förväg fastställda objektiva kriterier. Inslag av subjektiva eller i övrigt otillbörliga urvalsmetoder får inte förekomma.

Stödberättigande kostnader

Stödberättigande kostnader är de kostnader som inkubatorn har för att leverera tjänster till företag som befinner sig under utvecklingsfaserna formation respektive inkubation. Kostnaderna kan uppstå genom internt genererade tjänster eller externt upphandlade tjänster. Kostnaderna för tjänster som kan ersättas är:

- Utveckla företaget och dess affär genom:
 - Affärscoaching, rekrytering o teambildning, tillgång till nätverk och kapital, juridik, kommunikation, IP strategier, design, experttjänster i samband med att verifiera affärsidé, inköp av marknadsstudier, utbildningar som stärker operativt genomförande (sälj, styrelsearbete, affärsutveckling, etc.)
- Stöd till marknadsaktiviteter:
 - Resekostnader och deltagaravgifter till mässor, kund- och partnernöten, kapitalförsörjning
- Användning av Infrastruktur:

⁴ Se gulmarkerat område i figur 1

- Kostnader för att använda investeringar i infrastruktur så som kontorsplats, tillgång till test/lab –miljö, IT infrastruktur mm

De kostnader som inkubatorn redovisar till Vinnova ska vara verkliga och reviderbara.

Om inkubatorn har avdragsrätt för moms är momsdelen inte en stödberättigad kostnad eftersom Vinnova bara ersätter faktiska kostnader. Om inkubatorn inte har avdragsrätt för moms blir momsen en stödberättigad kostnad, Momshanteringen gentemot inkubatorföretagen är en ekonomisk relation mellan inkubatorn och inkubatorföretaget och ombesörjs därmed av inkubatorn själv.

Hantering av statsstöd

Det är företagen som tar emot inkubationstjänster och -resurser som är mottagare av statsstödet, inte inkubatorn.

Värdet på statsstödet som påförs företaget ska baseras på marknadspriset för tjänsten eller av självkostnaderna hos inkubatorn för att leverera tjänsten plus ett rimligt påslag. Självkostnaden plus påslaget ska då motsvara marknadspriset.

Kostnaderna ska offentliggöras så att ett företag, som användare av inkubatorns tjänster, vet storleken för stödet och att det blir transparent.

Innan inkubatorn levererar statsstöd till ett företag eller då inkubatorbolaget erhåller ny finansiering (emissioner, nytt statlig finansiering etc) eller genomgår verksamhetsförhållanden som påverkar statsstöd så ska en kontroll genomföras för att säkerställa att företaget uppfyller målgruppskriterierna och därmed kan erhålla statsstöd.

Inkubatorn ska informera inkubatorbolagen om Vinnovas villkor som är tillämpliga för stödet samt att stödet ges enligt artikel 22 i GBER (respektive som stöd av mindre betydelse om så är fallet).

Inkubatorn ska i möjligaste mån säkerställa att de inkubatorbolag som får del av stödet, inte tar emot stöd som överskrider beslutat belopp eller på andra sätt strider mot reglerna i artikel 22 i GBER (respektive stöd av mindre betydelse om så är fallet). Om för mycket statligt stöd tillkommer bolaget blir Vinnova skyldigt att återkräva hela det aktuella beviljade stödet till inkubatorbolaget.

6. Regler och instruktioner för rapportering

Mallar

Mallarna omfattar:

1. Intyg att företaget är berättigad statsstöd och att företaget är medveten om och har godkänt mottagande av statsstöd under inkubationstiden. I mallen ska även tidigare erhållet statsstöd redovisas för respektive inkubatorföretag samt värdet av de erhållna inkubator tjänster som under inkubation påförts företaget som statsstöd.
2. Mall för lägesrapportering där vald statsstödsgrund, marknadsvärdet hos de levererade tjänsterna och resurserna samt aktuella värden för mognadsnivåer för CRL, BRL, TMRL samt SRL redovisas.
3. Mall för årsrapportering av föregående årets verksamhet i samband med lägesrapportering slutet av mars årligen.

Inkubationsprocessen

Som kapitlet om hantering av statsstöd anger så ska Intyg (mall 1 ovan) upprättas vid fr.o.m. mognadsnivå 1 och uppdateras då förändringar i ägarbild, finansiering eller verksamhetsförhållanden skett. Intyget arkiveras hos inkubatorn och behöver inte skickas till Vinnova men ska finnas tillgänglig och kunna uppvisas då Vinnova så önskar.

Inkubatorn ska vid varje lägesrapport

- Rapportera värdet av de inkubator tjänster och resurser som respektive privatperson erhållit, samt det statsstöd som respektive inkubatorföretag erhållit under senaste perioden. Redovisningen sker enligt mall 2. Om Vinnova vid lägesrapport inte godkänner inkubatorföretag, får Vinnova finansierade tjänster inte erbjudas det företaget fr.o.m. den tidpunkten. Om företaget inte var statsstödsberättigad så ska det stöd som inkubatorföretaget erhållit från inkubatorn finansieras helt av inkubatorn själv och inte av Vinnovas bidragsmedel.

I samband med lägesrapporten slutet av mars årligen ska inkubatorn lämna in en årsrapport enligt mall 3 ovan.

Särskilda rapporteringskrav för inkubatorbolag

Följande särskilda villkor gäller för inkubatorföretagen, utöver Vinnovas Allmänna villkor och särskilda villkor för bidrag till inkubation. Dessa villkor

skall ingå i det avtal som inkubatorn upprättar med respektive företag som ska erhålla Vinnovas bidragsmedel (*Inkubationsavtal*):

- Inkubatorbolaget samtycker till att leverera aktuell, ändamålsenlig och fullständig finansiell och resultatrelaterad information till inkubatorn för registrering i databasen "Inkubator Rapport" hos SISP och i förekommande fall Vinnovas intresseportal
- All information som finns i databasen "Inkubator Rapport" och andra databaser hos Vinnova, samt all annan information från Inkubatorbolaget som Inkubatorbolaget lämnar till Vinnova, anses inkommen till Vinnova och omfattas därmed av de regler som gäller för offentlighet och sekretess hos myndigheten.
- Inkubatorbolaget förbinder sig att även efter att den har lämnat inkubatorn tillhandahålla uppgifter i enlighet med Vinnovas anvisningar och förfrågningar, dock högst tre gånger inom tio (10) år från dagen då de lämnar inkubatorn.
- Inkubatorbolaget samtycker till att Vinnova får tillgängliggöra nyckeltalsuppgifter från Inkubatorbolaget till de inkubatorerna som ingår i Vinnovas inkubatorprogram, att användas av dem för intern benchmarking och internt lärande.
- Vinnova har rätt att tillgängliggöra information om Inkubatorbolagets namn, grundare, stödjande inkubator, samt information om att Inkubatorbolaget har erhållit inkubatorstöd med stöd från Vinnova, till tredje part.
- Vinnova får tillgängliggöra uppgifter, som lämnats av Inkubatorbolaget, till forskare och myndigheter som bedriver forskning, vilka enligt Vinnovas bedömning har behov av dessa uppgifter i forskning.
- Vinnova får tillgängliggöra uppgifter, som lämnats av Inkubatorbolaget, till sådan tredje man som utvärderar och följer upp Vinnovas satsningar, såsom Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser, och som enligt Vinnovas bedömning har behov av dessa uppgifter i sin verksamhet. Sådan information ska i förekommande fall eller på begäran från Inkubatorbolaget anonymiseras så att det inte framgår vilket företag eller projektinformationen avser.
- Vinnova har rätt att använda uppgifter som lämnats av Inkubatorbolaget för redovisning av programeffekter av Inkubatorprogrammet för tredje man.