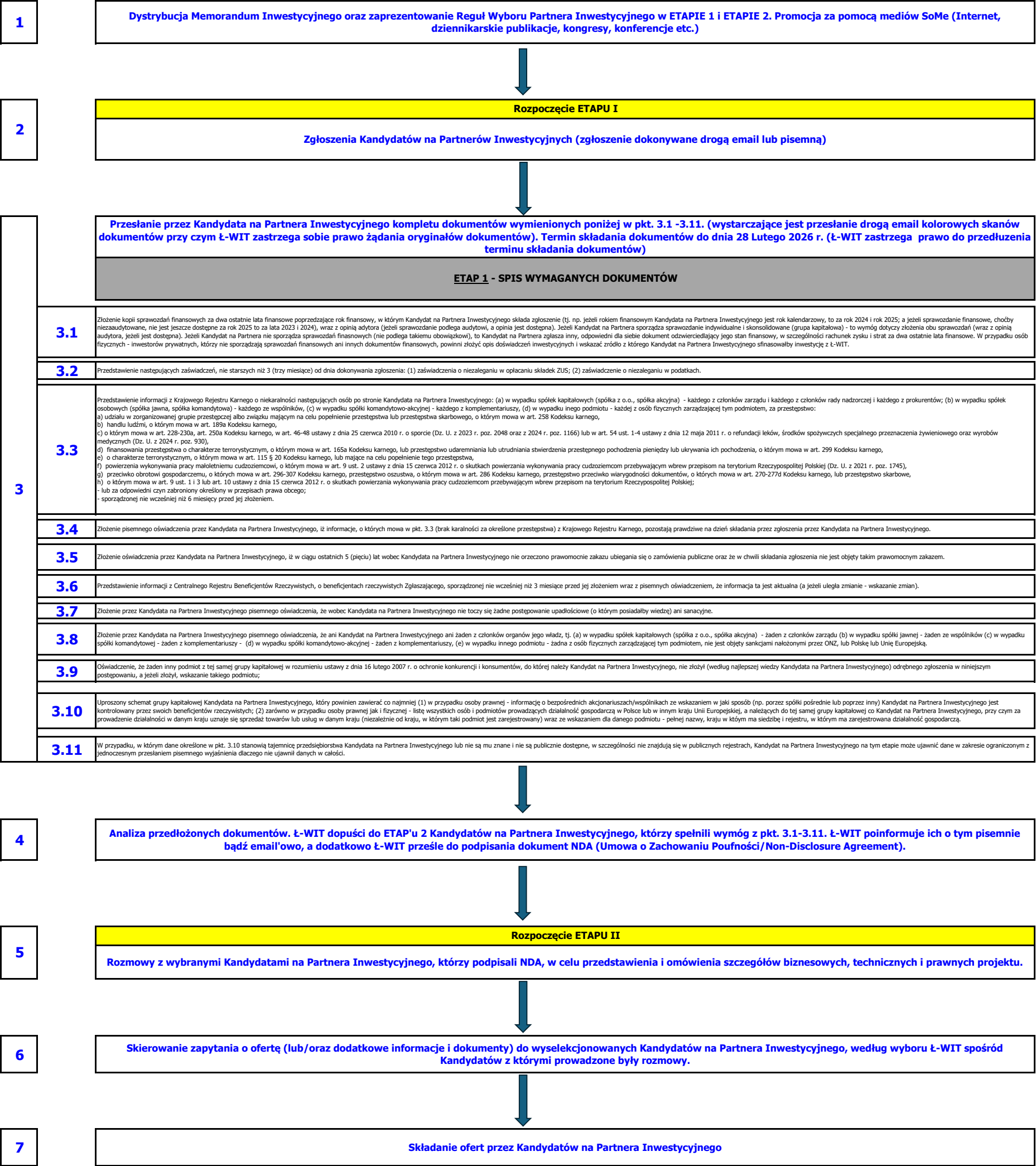


SCHEMAT PROCESU WYBORU PARTNERA INWESTYCYJNEGO W "SIEĆ BADAWCZA ŁUKASIEWICZ – WARSZAWSKI INSTYTUT TECHNOLOGICZNY" (dalej "Ł-WIT")



|     | REGUŁY WYBORU                                                                                                                                                                                         | CO BĘDZIE OCENIANE?                                                                                                                                                                                                                                                                       | NAJBARDZIEJ ISTOTNE PARAMETRY, które będą brane pod uwagę w procesie oceny                                                                                                                                                                                          |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 8.1 | 1. TIME TO MARKET - Kluczowy parametr - szybkość wejścia na rynek oraz możliwość generowania przychodów jak najszybciej, tj. zakładany czas do rozpoczęcia pierwszej, komercyjnej sprzedaży produktu; | <div></div> <div>jak szybko inwestor jest w stanie pomóc w wejściu produktu na rynek, oceniane poprzez dwa parametry (prosimy o ich podanie): planowana data wybudowania fabryki oraz uruchomienia linii produkcyjnej, planowana data pierwszej sprzedaży wyprodukowanego produktu;</div> | <div>moment w którym nastąpią dwa zdarzenia =&gt; wybudowana fabryka oraz uruchomiona zostaje linia produkcyjna + pierwsza sprzedaż, poniżej 18 miesięcy =&gt; maksymalna ilość punktów, każde 3 miesiące w stosunku do najlepszej oferty - (minus) X punktów</div> |
| 8.2 | 2. SIEĆ DYSTRYBUCYJNA/ KONTAKTY MIĘDZYNARODOWE - gotowe kanały, sprzedażowe i partnerzy handlowi w wielu krajach;                                                                                     | <div></div> <div>realny dostęp do zagranicznych partnerów, z którymi inwestor ma zawarte umowy dotyczące dystrybucji i sprzedaży produktu, w szczególności obecne posiadane kanały dystrybucji na rynku włoskim;</div>                                                                    | <div>przedstawienie realnych umów na kanały dystrybucji wszystkie kraje europejskie punktowane identycznie, choć preferowany rynek włoski z racji ilości tuneli</div>                                                                                               |
| 8.3 | 3. GOTOWE PROPOZYCJE LOI/ZAMÓWIEŃ - Realne zainteresowanie podmiotów, potwierdzone zapotrzebowanie na produkt - cel minimalizacja ryzyka, oraz szybszy cash flow;                                     | <div></div> <div>wstępne udokumentowane potwierdzenie (np. listy intencyjne/LOI, oferty, korespondencja handlowa z optymalnymi klientami itp.) popytu z konkretnych rynków;</div>                                                                                                         | <div>za każdy LOI lub podobny dokument dokumentujący relacje handlowe - połowa maksymalnej punktacji za ten parametr oceny</div>                                                                                                                                    |

