

2017 -10- 3 1

Dnr. EVN 597 /2017

ANSÖKAN OM MEDFINANSIERING TILL PROJEKT

☐ EU Strukturfond ☐ Annat EU ☐ Interreg ☒ Regionalt

Projektnamn

Finansiering och Digitalisering för Tillväxt

Projektperiod

Start (åååå-mm-dd)

2018-01-01

Slut (åååå-mm-dd)

2018-12-31

Sökt belopp

550 000

Uppgifter om sökanden

Sökande (organisationens namn)

Almi Företagspartner Mitt

Organisationsnr.

556750-3312

Adress

Box 656

CFAR-nummer

11268240

Postnr

83127

Ort

Östersund

Plusgiro

Telefon

063-571120

Bankgiro

Har sökande rätt att dra av momsen för projektets verksamhet? (om nej, bifoga intyg från Skatteverket)
☐ Ja ☒ Nej

Län som omfattas av projektets verksamhet

Jämtland

Kommuner som omfattas av projektets verksamhet

Samtliga kommuner

OBS! Bifoga registreringsbevis (Bolagsverket)

Underskrift

Undertecknad försäkrar, på heder och samvete, att de uppgifter som lämnas i ansökan inklusive bilagor är riktiga. Vidare intygas att inga andra offentliga stöd, utöver de i denna ansökan redovisade, kommer att sökas för detta projekts kostnader samt att lagen om offentlig upphandling har beaktats. Samtidigt medges att projektansökan får tas upp och diskuteras med berörda parter i regionen samt att sökandes kreditgivare och revisorer får lämna information som är nödvändig för bedömning av ansökan och den fortsatta hanteringen av projektstödet.

2017-10-31

Datum

Behörig firmatecknare

EVA HÖGSTRÅL

Namnförtydligande

Skicka undertecknad ansökan till:
Region Jämtland Härjedalen
Område Näringsliv
Box 654
831 27 ÖSTERSUND

1. Kontaktpersoner			
Kontaktperson hos sökanden Olle Ericson		Kontaktperson ekonomi Åsa Oscarsson	
Telefon nr 063-571120	Mobiltelefon nr 070-2290717	Telefon nr 063-4530357	Mobiltelefon nr 072-5076250
e-postadress olle.ericson@almi.se		e-postadress Åsa.oscarsson@almi.se	
Projektledare Olle Ericson			
Telefon nr		Mobiltelefon nr	
e-postadress			

2. Upphandling	
Omfattas sökanden av Lagen om Offentlig upphandling?	
<input checked="" type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej
3. Annat stöd (utöver medfinansieringen till denna ansökan)	
Har annat offentligt stöd sökts för detta projekt som inte anges i finansiering i denna ansökan	
<input type="checkbox"/> Ja	<input checked="" type="checkbox"/> Nej
Om Ja, ange nedan finansiär och belopp	
Finansiär	Belopp

Ta del av punkt 7 i projektansökan och handledning för ifyllande av projektansökan innan ni fyller i nedanstående punkter. Säkerställ att de horisontella kriterierna beaktas i både planering och beskrivning av projektet och att det tydliggörs i följande punkter i projektansökan.

4. Projektbeskrivning
4.1 Bakgrundsbeskrivning, skäl för projektet
<p>Studier visar tydligt på att Jämtlands företag vill växa. Studier visar också att tillgång till kapital är ett tillväxthinder och utvecklingen inom digitalisering gör att det finns ett ökande behov att hålla sitt företag digitalt uppdaterat.</p> <p>Finansiering</p> <p>Den ökade globaliseringen kräver att våra företag ständigt stärker sin konkurrenskraft och kompetens hur man finansierar sin tillväxtresa. Fram till nyligen har storbankerna och riskkapital varit de dominerande alternativen för att hitta finansiering. Den digitala utvecklingen har medfört att flertalet nya finansieringsaktörer har växt fram alternativt breddat sitt område vilket medfört att finansieringsalternativen ökat och utvecklat en ny finansieringskarta, både vad gäller alternativ till upplåning eller lösningar för riskvilligt kapital. Fler studier visar att regionens företag vill växa och att det finns ett gap när det gäller att finansiera sitt företag. Samtidigt som alternativen till finansiering ökar ser vi också att företagen behöver bli bättre på att analysera och prognostisera sitt kassaflöde, särskilt viktig om företaget planerar en tillväxtresa.</p> <p>Vår uppfattning är att tillgången till kapital är god, men problematiken ligger i att navigera på den nya finansieringskartan samt att många SME företag har bristande kunskap och förståelse för hur en tillväxtsatsning påverkar balansräkningen och rörelsekapitalbehovet vid olika scenarier, pusselbitar som är viktiga för att i god tid kontakta kreditgivare och säkerställa kapitalbehov i en tillväxtresa.</p> <p>Digitalisering</p> <p><i>"Det råder inget tvivel om att det finns oerhörda möjligheter för företag i den digitala tidsåldern. Det finns många fler vägar för att nå kunderna än vad någon hade kunnat ana för inte så länge sedan. Men för att Europa ska nå sin fulla potential måste vi ta bort hinder som står i vägen för företagen."</i> Matt Brittin, Europachef Google</p> <p>I skenet av detta uttalande har Almi och Google gemensamt tagit fram ett initiativ för att öka den digitala mognaden hos SME-företag. Inriktningen är mot lösningar för små företag för att söka, bli hittad, göra affärer digitalt och att tillvarata sociala medier ur affärssynvinkel. Detta har resulterat i produktionen av en digital plattform för att på distans öka sin kunskap och utveckla sina affärer, "Digitalakademin"</p> <p>Ökad digital mognad är en förutsättning för att företagen framåt skall hålla sig konkurrenskraftiga och kunna bidra med fortsatt tillväxt i regionen. Det finns dock en problematik; det krävs medvetenhet om möjligheterna och</p>

motivation för att ta steget att utveckla sitt företag digitalt. Projektet kan ge inspiration och kunskap om möjligheterna att aktivt arbeta med företagets digitala möjligheter samt möjlighet till fördjupad kunskap både genom digitala utbildningar och deltagande i strategigrupp.

4.2 Sammanfattande projektbeskrivning

Projektet syftar till att utveckla nya metoder för rådgivning, riktade mot målgruppen SME i regionen. Dessa skall stärka företagets kunskap och medvetenhet för att kunna stå starkare i två centrala tillväxtfrågor, finansiering och digitalisering.

Projektet tillför inspiration och kunskapshöjande insatser kopplade mot ökad omvärldsbevakning, konkreta arbetsmetoder för analyser av företagets nuläge, identifiering av digitala möjligheter för att öka sin försäljning samt ökad kunskap om olika finansieringsalternativ.

En annan viktig del i detta är att erbjuda kommunernas näringslivskontor omvärldsbevakning och konkreta aktiviteter i form av kunskapshöjande seminarier i respektive kommun.

4.3 Syfte med projektet

Syftet med projektet är att stärka konkurrenskraften för regionens SME, genom att adressera två centrala utmaningar inom tillväxt; finansiering och digitalisering. Vi vill öka förståelsen för hur en tillväxtresa kan finansieras och öka den digitala mognaden hos såväl SME-företagen som de kommunala näringslivskontoren.

Genom att utnyttja de digitala lösningarna i kombination med fysisk närvaro i kommunerna så minskar vi de geografiska hinder som annars finns i vår stora region. Ur detta är syftet att ny rådgivningsmetodik utvecklas inom de valda områdena.

4.4 Projektets mål

- Projektets målgrupp har ökad kunskap gällande alternativ till att finansiera sin tillväxtresa.
- Personalen på näringslivskontoren skall ha fått uppdaterad kunskap i områdena
- 120 företag ska ha deltagit i en träff gällande finansiering
- 50 företag har genomgått en fördjupad finansieringsrådgivning för att stärka sin position på marknader eller förbereda sin tillväxtresa på ett konkurrenskraftigt sätt.
- 160 st företag har deltagit i startseminarierna för Digitalakademin
- 40 st företag har fått coachning/rådgivning runt digitalisering i djupare form genom tex strategigrupper eller liknande

4.5 Projektets målgrupp

- Befintliga marknadsetablerade SME bolag med tillväxtambition.
- Befintliga unga företag och start-ups med tillväxtambition.
- Nya entreprenörer som är i fas att starta företag.
- Förvärv: Nya eller etablerade entreprenörer som vill/funderar på att förvärva verksamheter.
- Bolag i behov av stöd/checkar (bidrag)
- Kommunernas näringslivskontor

4.6 Projektorganisationen

Projektet ägs och drivs av Almi Företagspartner Mitt med en intern rådgivningsgrupp. Projektet är länsöverskridande och sträcker sig över Jämtland och Västernorrlands län.

4.7 Arbetssätt och verksamhetsbeskrivning, inklusive beskrivning av de aktiviteter som tas upp under punkt 5

Inledande kunskapshöjande insatser mot kommuner följt av gruppseminarier mot företagen. Därefter efterföljande riktade insatser utifrån företagets behov. Kommunikation är en viktig del i projektet för att nå ut och stimulera fler företag att utveckla sig inom dessa områden, särskilt då delar även kommer att kunna göras på distans.

Digitalakademin är en online-plattform i 23 olika ämnesområden, som tex "Dina möjligheter online", "Bli upptäckt genom sökningar", "Bli uppmärksammas genom sociala medier", "Bygg upp en onlinebutik" etc. Läs mer på <https://learn.digital.withgoogle.com/digitalakademin/topic-library>

Företagarnas finansieringsguide ringar in många av de viktigare delarna i ett finansieringsupplägg och kommer delvis att ligga till grund för den nyutvecklade rådgivningsmetoden, tillsammans med Finansieringshandboken från Almi.

<https://www.foretagarna.se/driva-eget-foretag/finansieringsportalen/finansieringsguiden/>
<https://www.almi.se/PageFiles/28862/Finansieringshandboken%202017.pdf>

Vi planerar att erbjuda några strategigrupper inom digitalisering i samarbete med externa konsulter tex inom Google Analytics, sociala medier eller de behov som kunderna har inom området.

Eftersom vi skall utveckla nya rådgivningstjänster kommer en aktivitetstyp vara erfarenhetsutbyten och metodutveckling baserat på den omvärldsbevakning och de andra aktiviteter som görs i projektet.

Externa konsulter kommer att ha en viktig roll bland annat som kunskapskälla inom digitalisering vid de strategigrupper vi avser genomföra. Detta blir mer djupdykningar i vissa valda ämnen. Även inom finansiering kan det finnas anledning att ta in externa rådgivare/föreläsare från exempelvis nån av de nya finansieringsaktörer som dykt upp.

4.8 Projektavgränsning

Digital mognad är ett mycket vitt begrepp som vi i detta sammanhang snävat in till att beröra aktiviteter främst kring synlighet på webb, att komma till konvertering, affärsmässigt nyttjande av sociala medier, betalningslösningar och liknande försäljningsnära aktiviteter.

Finansiering inom projektet avser inte Almis ordinarie finansieringsprocess i samband med låneansökan.

4.9 Koppling till det regionala näringslivet

Vi strävar efter aktörssamverkan och kommer att jobba med kommunernas näringslivskontor och deras behovsinventeringar av insatser.

Vi kommer på våra träffar upplysa om relevanta andra aktörer och initiativ som Timbanken i Jämtland, konsultcheckar, inkubatorerna i båda länen samt andra finansieringsaktörer.

4.10 Koppling till andra projekt

Vi kommer att samarbeta med andra regionala Almibolag för att utveckla "best practice" på kunderbjudande inom finansiering och digitalisering.

4.11 Resultatspridning

Via nyhetsbrev och socialt media kommer resultatet att spridas. Den omvärldsbevakning som görs inom projektet kommer att spridas genom projektets olika aktiviteter.

4.12 Uppföljning/Utvärdering/Följeforskning

Projektet kommer att använda Almis utarbetade uppföljningsverktyg och metoder för att mäta utfall i projektet. Rådgivningsinsatser över en viss nivå utvärderas m Till detta läggs utifrån kvalitetsperspektivet in en utvärdering kopplad till den upplevda nyttan av projektets insatser.

5. Tid och aktivitetsplan för projektet

Aktiviteter ska beskrivas/utvecklas under punkt 4.7

Aktivitet	Startdatum	Slutdatum	Budgeterad kostnad
1. Projektledning	20180101	20181231	270735
2. Näringslivssamverkan	20180101	20181231	308130
3. Digital-/Finansieringsseminarier	20180101	20181231	562672
4. Rådgivningsinsatser	20180101	20181231	415306
5. Erfarenhetsutbyte	20180101	20181231	76362
6. Konsultinsatser	20180101	20181231	258442
7. Kommunikation	20180101	20181231	63007
Projektets start och slutdatum			

6. Indikatorer

6.1 Indikator	Kvinnor	Män	Antal
Antal arbetstillfällen som skapas av projektets genomförande, såväl inom själva projektet som externt (fördelat på kvinnor och män)			
Antal arbetstillfällen som bevaras som en följd av projektets genomförande, såväl inom själva projektorganisationen som externt (fördelat på kvinnor och män)			
Antal nystartade företag (fördelat på kvinnor o män)			
Antal nya företag med delat/mixat ägande			
Antal företag som deltar i projektet			200
Antal personer som deltar i projektet förutom projektägarens personal (fördelade på kvinnor och män)	90	210	
Antal nya kommersiella produkter/tjänster/patent som följd av projektet			
Privat medfinansiering av projektet i kronor			

6.2 Kommentar till indikatorerna

Eftersom vi har två lite olika inriktningar på bla seminarierna kommer det troligen att överlappas med deltagarna, så antalet unika deltagare är svårt att uppgå.

Finns också en utmaning med hur vi ska hantera mätningarna av deltagarna i on-line aktiviteter då det finns frågetecken runt sekretess/PUL.

7. Horisontella kriterier Vilken påverkan har projektet på jämställdhet <input type="checkbox"/> - Syftar direkt till att öka jämställdheten <input checked="" type="checkbox"/> - Har en övervägande positiv påverkan ur ett jämställdhetsperspektiv <input type="checkbox"/> - Har en övervägande negativ påverkan ur ett jämställdhetsperspektiv Besvara kortfattat följande fyra frågor: 1. Vilka mätbara mål finns avseende jämställdhet inom projektet? 2. Vilka aktiviteter planeras för att nå målen när det gäller jämställdhet? 3. På vilket sätt påverkar projektets resultat och effekter jämställdheten? 4. Hur kommer projektet kvinnor och män till godo vad gäller företagande, arbetstillfällen etc.? 1. Minst 30% av bolagen ska ha kvinnor i ledande befattning 2. Urvalen väl genomarbetade och av erfarenhet vet vi att lokala seminarier av denna typ drar en hög andel kvinnor 3. Kvalitativa resultat kommer fram genom arbetet i mixade strategigrupper och hela projektet siktar på en överrepresentation av kvinnor vilket på sikt kommer skapa fler starka företag drivna av kvinnor. 4. Se ovan
Vilken påverkan har projektet på integration och mångfald <input type="checkbox"/> - Syftar direkt till att öka integration och mångfald <input checked="" type="checkbox"/> - Har en övervägande positiv påverkan ur ett integrations- och mångfaldsperspektiv <input type="checkbox"/> - Har en övervägande negativ påverkan ur ett integrations- och mångfaldsperspektiv Besvara kortfattat följande fyra frågor: 1. Vilka mätbara mål finns avseende integration och mångfald inom projektet? 2. Vilka aktiviteter planeras för att nå projektets mål när det gäller integration och mångfald? 3. På vilket sätt påverkar projektets resultat och effekter integration och mångfald? 4. Hur kommer projektet olika grupper till godo vad gäller företagande, arbetstillfällen etc. 1. - Almi mäter årligen andelen företagare med utländsk bakgrund genom ett samarbete med SCB, dock av integritetsskäl är svaren enbart tillgängliga på aggregerad nivå i regionen. Detta mål i kombination med en aktiv nyföretagarrådgivning mot de med utländsk bakgrund gör att vi aktivt kommer att sträva efter en god spridning av deltagarnas bakgrund etc, men vi kommer inte att kunna redovisa det på projektnivå. 2. God samverkan med IFS-rådgivarna på orten samt 3i-projektet i Västernorrland. 3. Givet att våra aktiviteter är av god kvalitet kommer vårt traditionellt goda urval av kunder att gynna integrationen och mångfalden. 4. Se ovan
Vilken påverkan har projektet på miljön <input type="checkbox"/> - Syftar direkt till att förbättra miljön <input checked="" type="checkbox"/> - Har en övervägande positiv påverkan på miljön <input type="checkbox"/> - Har en övervägande negativ påverkan på miljön Besvara kortfattat följande fyra frågor: 1. Vilka mål finns avseende miljö inom projektet? 2. Vilka aktiviteter planeras för att nå projektets mål när det gäller miljö? 3. På vilket sätt påverkar projektets resultat och effekter miljön? 4. Har projektet påverkan på något Natura 2000-område? 1. samtliga av våra analyser hos företag innehåller hållbarhetsperspektivet i vilket miljö är en del. 2. Utifrån behovsanalyser inom hållbarhet (miljö) stödja med rätt insatser för att lyfta och säkerställa miljöledningsperspektivet. 3. förbättrad kunskap hos företag vi möter kopplad till hållbarhet och med det miljö. Utvecklingen av mer distansoberoende rådgivning över webben etc kommer att kunna minska resandet över tid. 4
Vilken påverkan har projektet på folkhälsan (endast obligatorisk uppgift för Östra Mellansverige) <input type="checkbox"/> - Syftar direkt till att förbättra folkhälsan <input type="checkbox"/> - Har en övervägande positiv påverkan på folkhälsan <input type="checkbox"/> - Har en övervägande negativ påverkan på folkhälsan Besvara kortfattat följande tre frågor: 1. Vilka mätbara mål finns avseende folkhälsa inom projektet? 2. Vilka aktiviteter planeras för att nå målen när det gäller folkhälsa? 3. på vilket sätt påverkar projektets resultat och effekter folkhälsan hos olika grupper?
8. Förväntade resultat 8.1 Förväntade resultat efter projektperioden

- Företagarna har fått en högre digital mognad.
- Företagarna har fått ökad kunskap om möjligheter till stöd och finansiering vid tillväxt.
- Företagarna har förutsättningar att skapa lönsammare affärer och ökad tillväxt genom sina nya kunskaper och kontakter.

8.2 Förväntad verksamhet efter projektperioden

ALMI kommer att förvalta dessa metoder och processer så att de blir möjliggörare för fler företag efter projektets slut.

8.3 Förväntade effekter på sikt

Företagsperspektiv:

Stärkt konkurrenskraft hos företagen och eliminering av de hinder man ser för tillväxt

Ökat förädlingsvärde hos företagen