

Ansökan om stöd

1.1 Allmänna uppgifter

Projektnamn: SAMSPILL - möt kulturen som näring med gränsöverskridande mötesplatser för samskapande aktörer

Ansökansid: 406554

Ärendeid: 20358881

Typ av finansiering: Regionalt projekt

Sista ansökningsdag:

Ansvarig organisation: Region Jämtland Härjedalen

1.2 Stödsökande

Namn: Region Jämtland Härjedalen

BOX 654

83127 ÖSTERSUND

Sverige

Org.Nr: 232100-0214

Antal anställda: 4999

Arbetsställe

Namn: Länskulturen

Postadress:

Box 377

83125 Östersund

Arb.ställenr.: 19271758

Besöksadress:

Krondikesvägen 93 C

83146 Östersund

Region: Östersund

Är organisationen momsredovisningsskyldig för projektets verksamhet?

Ja

Omfattas organisationen av Lagen om offentlig upphandling (LOU) eller annan upphandlingslagstiftning, t.ex. LUF?

Ja

Hemsida

<https://kulturjamtlandharjedalen.se/>

1.3 Samverkanspart

Då ansökan var inskickad kunde samverkanspart tyvärr inte läggas till i systemet på det sätt som den tekniska supporten visade innebärande att vi själva skulle lägga in efterfrågade uppgifter. De efterfrågade informationen finns nedan (För vår interregansökan har vi däremot lagt till följande information direkt i ansökningen enligt TVVs tekniska supports anvisning. Kan vi ha missförstått och i så fall, kan vi få utrymme att göra ett nytt försök att få TVV att hitta en annan lösning?

Allmänt

Stiftinga Hilmar Alexandersen : <https://www.proff.no/selskap/stiftinga-hilmar-alexandersen/steinkjer/underholdning-og-arrang%C3%B8rtjenester/IGD641707QQ/>

Juridisk kod / form 989 578 987

Branschkod / namn 90.020 Tjenester tilknyttet underholdningsvirksomhet

Utdelningsadress

Postadress Kongens gate 30 **Postnummer** 7713 **Postort** Steinkjer

Land Norge (NO)

Antal anställda 6 st

Namn Stiftinga Hilmar Alexandersen

Arbetsställesnummer 1

Besöksadress: samma som utdelningsadress Kongens gate 30, 7713 Steinkjer

1.4 Betalningsätt

Typ av konto: Bankgiro

Kontonummer: 5147-5515

Detaljerad info:

1.5 Projektinformation

Vilket/vilka problem vill projektet lösa?

Kulturbranschen är en del av näringslivet som är eftersatt och dåligt stöttat jämfört med andra branscher. Stöttande strukturer såsom näringslivssamordnare i kommuner, innovationsorganisationer etcetera har svårt att både nå och att förstå de kulturella företagen kulturbranschen vilket gör att kulturbranschen i praktiken inte får del av den hjälp som när andra branscher.

Näringslivsstöd i form av finansiering både från banker och offentliga finansieringssystem är ovana vid och inte anpassade för kulturnäringsens villkor, vilket gör att kulturbranschen får ojämberdiga villkor, jämfört med andra branscher. Kulturbranschen är i sig starkt diversifierad med många olika näringsgrenar. Kulturbranschen upplever sig inte heller vare sig tilltalad eller förstådd av de ordinarie stöttande strukturerna som inte har tillräcklig kompetens om kulturbranschens villkor.

Kulturbranschen är också en bransch som överlappar två politikområden: Näringspolitik och Kulturpolitik men är betydligt bättre känd inom kulturpolitiken än inom näringspolitiken. Ekosystemet kring kulturbranschens tjänster och produkter är svagt med mycket små företag, dåligt utvecklade strukturer för samverkan och utveckling. Detta medför en begränsad förmåga att bidra till att utveckla marknaden. Det innebär att det är en liten kritisk massa av kunder/beställare/arrangörer och att kulturreprenörerna ännu inte har utvecklade och samordnade nätverk, mötesplatser och sammanhang - till exempel professioner som tekniker, producenter, marknadsförare och skådespelare.

Branschen har svag och sårbar ställning i Jämtlands län/Trøndelags fylke, jämfört med större regioner där det finns kulturinstitutioner och en diversitet av större uppdragsgivare, verksamhetssammanhang/nätverk/synlighetsytor och arbetsgivare. Dagens affärsmodeller är komplexa och utmanande för kulturföretagare. Ökande efterfrågan men samtidigt låg betalningsvilja när det gäller kulturaktiviteter. Konkurrenskraften är låg.

Otillräcklig hållbarhet på grund av att andra näringar och samhället har bristfälliga kunskaper kring kulturens avgörande värde i hållbar samhälls- och företagsutveckling. Otillräcklig hållbarhet på grund av att kulturnäringsen har bristfälliga kunskaper kring affärsutveckling och affärsplanering för att kunna spela sin avgörande näringsroll.

Andra delar av näringslivet som tex hotell, handel, restaurang och sportevenemang är beroende av att det finns kulturaktiviteter i anslutning, men är inte med och betalar för att kulturen ska erbjudas fastän kulturföretagen skapar det mervärde som gör att dessa andra delar av näringslivet kan göra affärer. Omstarts- och återhämtningsbehov för de kulturella och kreativa branscherna efter coronapandemin.

Kulturen som är en förutsättning för kvarstannare, inflyttare, besökare och etableringar tas ofta inte in i helhetsbilden och riskerar att falla mellan stolarna när resurser ska prioriteras. Vi ser en omvärld i förändring med större social oro, höjt beredskapsläge, minskad tillit och större otrygghet, ökad psykisk ohälsa och ett växande klimathot där vi behöver kunna anpassa oss och då räcker inte teknisk eller fysisk anpassning.

Omställning och anpassning kräver den kreativa förmågan att föreställa sig och skapa en framtid som vi ännu inte ser och att skapa en ny och hållbar framtidsberättelse. Var för sig är länet och fylket för små men tillsammans och med ett nytt gränsöverskridande samarbete kan utmaningarna hanteras. Syftet med SAMSPILL är att skapa en ny berättelse om kulturella och kreativa branscher som en självklar och jämbördig del av det långsiktigt hållbara näringslivet i Jämtlands län/Trøndelags fylke. Projektets mål är att synliggöra, förbättra och

stärka kulturella och kreativa branschernas villkor, roller, värden och kompetenser för hållbar ekonomisk utveckling och konkurrenskraft i Jämtlands län/Trøndelags fylke.

Sammanfattande beskrivning till Projektbanken

Kulturbranschen är en del av näringslivet som är eftersatt och dåligt stöttat jämfört med andra branscher. Branschen har svag och sårbar ställning i Jämtland Härjedalen län jämfört med större regioner där det finns kulturinstitutioner och en diversitet av större uppdragsgivare, verksamhetssammanhang, nätverk, synlighetsytor och arbetsgivare.

I Jämtland Härjedalen saknas samordnande branschföreträdande förbund, näringsorganisationer och intresseorganisationer som kan driva branschens frågor och än mindre hårbärgera satsningar och projekt.

Dagens affärsmodeller är komplexa och utmanande för kulturföretagare. Ökande efterfrågan men samtidigt låg betalningsvilja när det gäller kulturaktiviteter. Ordinarie offentlig verksamhet i kommuner och i regionen har inte i ordinarie uppdrag och har inte ordinarie resurser att möta branschens behov, utan har endast en viss främjande roll.

Otillräcklig hållbarhet på grund av att andra näringar och samhället har bristfälliga kunskaper kring kulturens avgörande värde i hållbar samhälls- och företagsutveckling. Otillräcklig hållbarhet på grund av att kulturnäringen har bristfälliga kunskaper kring affärsutveckling och affärsplanering för att kunna spela sin avgörande näringsroll.

SAMSPILL (Samspel) är ett projekt som möter dessa problem på ett effektivt och samlat sätt. Samspel – att spela tillsammans – är kulturbranschens bokstavliga sätt att samarbeta och därför har projektet fått det namnet. SAMSPILL är utformat med aktiviteter som gör att aktörerna i ekosystemet – olika branscher och i olika roller – tillsammans skaffar de sig den kunskap de behöver om varandras villkor och förutsättningar, skapar de strukturer som saknas, utvecklar och paketerar de produkter och tjänster som efterfrågas, bygger de affärsrelationer som krävs för långsiktigt hållbara affärsmodeller.

Genom ett Samspill över svenska och norska gränsen kan projektet inte bara öka den kritiska massan av kulturföretag och marknad för produkter och tjänster, projektet kan också nyttja de olika styrkor som finns på olika sidor av gränsen och hjälpas åt. Tillexempel är SAMSPILL också ett sätt att stärka och synliggöra en bransch som vilar på gemensamt kulturarv i vår gemensamma geografi.

Med SAMSPILL stärker, synliggör och utvecklas kulturbranschen som näring och hela det ekosystem branschen verkar i, bland annat som en avgörande del i andra branschers affärsverksamheter och i länets långsiktigt hållbara utveckling.

Vilken/vilka är projektets målgrupp(er)?

Projektets huvudmålgrupp: små och medelstora företag i Jämtlands län

Projektet submålgrupp: små och medelstora företag i Trøndelags fylke, då det samtidigt främjar små och medelstora företag i Jämtlands län

Målgruppen i Jämtlands län nås genom de nätverk som finns inom Regional Utveckling (Region Jämtland Härjedalen) med etablerade relationer till andra nätverk inom kreativa branscher i länet, genom uppsökande verksamhet utifrån de aktörskartor som tagits fram i en grundläggande kartläggning av kulturnäringen i Jämtlands län och de kontaktytor som skapats i samband med länets smart specialiseringsprocess inom styrkeområdet "Upplevelser", länets näringslivsorganisationer med sina medlemmar och kontaktytor, genom samverkan med länets kommuner och deras näringslivskontor, genom destinationernas medlemmar och kontaktytor.

För att nå submålgruppen nyttjas de nätverk som blir tillgängliga via projektsamarbete med Trøndelag. Dessa norska nätverk ger kontakter till norska motsvarigheter till de som finns på den svenska sidan. Dessa nätverk finns bland annat hos projektsamarbetsorganisationen "Stiftninga Hilmar Alexandersen" och deras samarbetspartners av kulturföretag och kulturbranschorganisationer och öppnar för en större marknad. Kontaktytor finns också genom Naboer AB och genom andra kontaktytor som skapats genom tidigare satsningar över gränsen.

Det är också så att vissa kulturföretagare i Jämtlands län och Trøndelag har samarbeten men i begränsad omfattning. Tack vare projektet kan samarbeten utvecklas och stärkas och byggas vidare.

Vad förväntar ni er att projektets planerade aktiviteter ska leda till för målgruppen på kort sikt?

Projektets mål är

att kulturföretagen har tagit fram affärsplaner, utvecklat affärsidéer och byggt långsiktigt hållbara affärsmodeller

att kulturföretagen i affärssamarbeten har konkretiserat, paketerat, tillgängliggjort och testat nya tjänster och produkter och utvecklat goda affärsrelationer

att nya kompetens- och affärsnätverk, nya affärsrelationer, nya kluster (eller klynger som det heter på norsk) och nya samverkansorganisationer har bildats inom kulturbranscher, mellan olika kulturbranscher och mellan kulturbranschen/företag och andra branscher/företag

att nya mötesplatser för kulturnäring har bildats och att gamla mötesplatser stärks, befästs och välkomnar fler och bredare på ett sätt så att kulturbranschen som en näring och en helhet både för sig själv och tillsammans med andra näringar och att dessa mötesplatser används för att synliggöra och sprida projektets erfarenheter och resultat

att det finns ett samlat, levande och utvecklingsbart informations- och utbildningsmaterial och bokningsbara kulturprodukter såsom till exempel berättelser, konst och scenkonst som passar både kulturbranschen och andra branscher som berättar, utmanar och bidrar till utveckling av hela det kulturella ekosystemet inklusive de kulturella och kreativa branschernas villkor, roller, värden, nyttor och kompetenser och också kulturnäringsens roll i förhållande till hållbarhet, omställning, jämlikhet, tillgänglighet och demokrati

att det finns en digital, utvecklingsbar plattform för kulturnäring och för att ta del av kompetens och för att komma i kontakt med kulturnäring i Jämtlands län och Trøndelags fylke. Den görs eventuellt – vi har haft en fördialog – tillsammans med och med lärdom av interregprojektet SMAK63 som har ett fint och funktionellt koncept som skulle kunna byggas ut med ett KULTUR63. Plattformen har både en "utsida" för besökare och en "insida" för företag med utbildningsfilmer, community för samverkan etc. genom samverkan skulle det långsiktiga driftandet kunna förenklas både vad gäller skötsel och finansiering eftersom plattformens roll och därmed värdet har goda förutsättningar att stärkas och utvecklas. På plattformen samlas också forskningsresultat från projektet.

att kulturbranschen har ökat sin professionalism, sitt arbetssätt som företagare och sin lönsamhet för att kunna leva och verka i Jämtlands län och Trøndelag fylke

Vilka effekter - hos målgruppen eller i samhället - förväntar ni er att projektet uppnår på lång sikt?

Att små och medelstora företag inom kulturbranschen ser Jämtlands län och Trøndelags fylke som en plats att leva, verka utvecklas på!

Att Jämtlands län och Trøndelag fylke är en mer attraktiv plats och destination för bofasta och besökare, företag och etableringar, kvarboende och inflyttare.

Att de kulturella branscherna självklart ses som en näring och värderas och prioriteras utifrån sitt avgörande värde i samhället

Att bofasta och besökare och företag i länet/fylket känner till, känner tillit till och vill berätta vidare den berättelse om en hållbar framtid som de hört i Jämtlands läns och Trøndelags fylke

Att vi kommit närmare den regionala utvecklingsstrategins målbild

"En nytänkande och hållbar region att leva, verka och utvecklas i" och att vi, som visionen i planen säger, har kultur i världsklass och att konst och kultur är en självklar del av den regionala utvecklingen och i all utbildning, därför ligger länet i framkant när det gäller kulturella uttryck

och initiativ, vilket i kombination med samverkan och samhandling ger förnyelseförmåga och nytänkande.

Att Jämtlands län har en bredd av talangfulla individer inom litterär, konstnärlig och artistisk verksamhet är nådd och att det bland dessa är särskilt synliggjort att den världsunika sydsamiska urfolkskulturen med sin historia, samtid och utveckling en viktig del av vårt kulturarv tvärs över gränsen

Att UPPLEVELSER - utpekat som ett styrkeområde inom den regionala utvecklingsstrategin - verkligen har nyttjats i sin styrka och gjort Jämtlands län och Trøndelags fylke till en plats där kulturbranschen frodas och lever och skapar nytta och värden för samhället, för kulturföretagen och för andra små och medelstora företag inte minst eftersom det sätt som projektet jobbat på och de produkter och tjänster som tagits fram -inte minst "kulturprodukterna" som berättar om kultur som näring är innovativt intressanta på internationell nivå och som är beforskade och utvärderade och kommunicerade och tillgängliggjort för spridning.

Hur ska projektet organiseras och styras?

Projektet med ambitiösa mål, en stor del externa tjänster och en mycket bred och till stor del ännu oorganiserad målgrupp som deltar i projektet genom flera olika samverkande aktiviteter ställer krav på ett kompetent, effektivt och tillräckligt stort projektledningsteam. Projektet har en gemensam projektledningsgrupp bestående av den svenska och den norska sidan av projektledningsteamet. Eftersom den norska delen av budgeten är mindre än den svenska, är också projektledningsbudgeten mindre i motsvarande proportioner. För att skapa balans och jämbördighet och anpassa till de olika förutsättningarna, tar svenska sidan ett större ansvar för att vara sammankallande, samordnande och föra anteckningar och göra underlag för projektrapportering och att koordinera och samordna projektadministrationen för hela projektet, även om den norska partnern, som formellt skickar in och rapporterar för sin egen ansökan, har ansvar för sin egen ansökan. Den norska sidan av projektledningen har ett fördjupat ansvar för kompetensen kring kulturföretagens affärsutveckling, eftersom den kompetensen är högre i Norge än i Sverige. Projektledningsgruppen fattar gemensamma beslut även om det som ska utföras kan uppdras till ett land att genomföra för hela målgruppen.

Samarbetet sker genom månatliga, teammöten och kvartalsmässiga fysiska möten och rapportering och avstämning med projektsamverkansgruppen och till RUN/Styrelsen. Vid projektuppstart och projektavslut är avstämningar och möten tätare. Ekonomin stäms av och rapporteras månatligen internt inom projektet och halvårsvis i form av lägesrapport och samlad ekonomisk redovisning till projektfinansiärerna.

I detta skede väljs ingen särskild projektstyrningsmodell. Den kommer att väljas och anpassas utifrån de som anställs i projektet för att utgå från deras gemensamma kompetenser, erfarenheter och preferenser utifrån projektets behov och det som kommer att förordas är den metod som Stiftinga Hilmar Alexandersen följer: PLP Projektlederprosessen(PLP) Läs gärna mer: [chrome extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.innovasjon Norge.no/globalassets/o-ryddemappe--arkiv/regional-omstilling/verktoy/nye-verktoy-og-maler-2020/inno_0203_plp_brosjyre_.pdf](https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.innovasjon Norge.no/globalassets/o-ryddemappe--arkiv/regional-omstilling/verktoy/nye-verktoy-og-maler-2020/inno_0203_plp_brosjyre_.pdf). Detta är mer av ett processverktyg men på övergripande nivå. Arbetsmetoder/processer som Business Model Canvas/Cirkulär BMC, Creative Lab, Cultural segments och Tjänstedesign kommer att vara vägledande i själva stärkandet av målgruppen.

På svenska sidan av projektet omfattas projektledningen av denna organisation:
Projektledare 50%: ansvar för övergripande projektledning och projektadmin förutom ekonomi, samordning, samverkan med projektets interregpartner, samverkan med följeutvärderare, upphandling i samarbete med ekonom, beställning och köp av tjänster inkl konteringar, leda projektledningsteamet, ledning av referens- och omvärldsspaningsteamet, skriva lägesrapporter och stämma av med projektfinansiärer, operativ assistent till produktionsledaren, projektekonomiuppföljning i samarbete med projektekonom, rapportering till chef samt RUN.
Produktionsledare 50%: ansvar för planering och genomförande av aktiviteter, kontakter med målgrupperna, ansvarig för samordning med kommunikator

Kommunikatör och projektassistent 50 %: ansvar för revidering och genomförande av kommunikationsplan, copywriting, websida, grafisk och fysisk form för arrangemang, sändlistor/GDPR, uppföljningsbarhet, sekreterare, affischer, annonser, sociala medier.

Projektkonom: 15%: ansvar för ekonomisk rapportering till projektledning och till finansörer, Stratsysystemet.

Projektet har ingen särskild styrgrupp på svenska sidan, utan rapporterar direkt via chef till RUN om inte RUN beslutar annat. Motsvarande på norsk sida görs till styrelsen. Det finns en projektsamverkansgrupp med chefer och strateger för projektägande verksamhet i respektive organisation. Projektet har följeutvärderare och beforskar, styr och utvecklar metoder genom levande laboratorier.

Hur ska projektet avgränsas från ordinarie verksamhet?

Inga ordinarie verksamheter inom Region Jämtland Härjedalen har uppdrag eller budget att göra det som projektet erbjuder i form av aktiviteter som tex affärs- och produktutvecklingsworkshops och studieresor. SAMSPILL är en avgränsad satsning i projektform som kräver extern finansiering. Närmast liggande verksamheter finns inom "Kultur och bildning" och "Näringsliv och samhällsbyggnad". Ordinarie verksamhet hos projektägaren inom område Kultur och bildning omfattas av det som benämns "främjarverksamheter", "producerande verksamheter" och av "folkbildande verksamhet". Ordinarie verksamhet inom Näringsliv och samhällsbyggnad är av strategisk, dörröppnande och övergripande karaktär. Kunskapen och medvetenheten om målgruppens villkor och helhetsbilden av läget i Jämtlands län finns däremot inom ordinarie verksamheter och det är genom ordinarie verksamhet som problembilden har tydliggjorts. I Jämtlands län finns i dagsläget ingen annan aktör, utöver Region Jämtland Härjedalen som har förutsättningar, kompetens eller nätverk för att äga och driva projektet.

När det gäller den norska projektägaren bedriver man ingen verksamhet med affärs- och produktutveckling.

Avgränsningen mot ordinarie verksamhet görs tydlig på olika sätt bland annat genom att ingen ordinarie personalid nyttjas som medfinansiering i projektet. Det betyder att projektet inte kommer att genomföras med mindre än att det är fullt finansierat av för projektet särskilt tillskjutna, externa medel. Projektet avgränsas också tydligt från ordinarie verksamhet genom att projektet har sitt eget projektkonto och egen projektorganisation med deltidsanställningar och för projektet särskilt anlitade externa kompetenser. Projektet är viktat för att främja köp av tjänst och har anställda endast i den omfattning som behövs för att mäta leda och driva projektets helhet och för att kunna fungera som bra uppdragsgivare.

Det är, som vi ser det, också viktigt att berätta hur projektet skiljer sig från och samverkar med ANDRA PROJEKT och inte enbart från ordinarie verksamheter. Region Jämtland Härjedalen har flera avslutade, pågående och framtidsplanerade projekt utöver SAMSPILL. Tex finns interregprojektet "Kvinnliga filmare" vilket har inspirerat detta projekt och därför vänder sig SAMSPILL inte till kvinnliga filmare. Projektet Timbanken erbjuder enstaka rådgivningstimmar för enskild rådgivning men är inte format för att som SAMSPILL skapa nätverk och möjliggöra samverkan i affärsutveckling och stärka konkurrenskraft och lönsamhet för en hel bransch som en del i ett ekosystem.

Projektet avgränsas också mot och samverkar med andra pågående projekt hos andra aktörer. Vi kan förvänta oss att destinations-/besöksnäringssinritade organisationer att driva besöksnäringssamverksprojekt därför lägger SAMSPILL primärt fokus på kulturföretag som erbjuder tjänster inom konstformer som berättande, scenkonst etc. och inte på kreativa branscher som erbjuder tex aktivitets- och besöksservicetjänster. Detsamma gäller att för att inte konkurrera med förväntade satsningar inom mathantverk och gastronomi som har andra aktörer i Jämtland län och Trøndelag fylke.

Avsikten är att lära av och samverka med andra projekt och skapa synergieffekter. Tex "Smak 63" bla. Torsta, Maere Jorbruksskola i Trøndelag och "Welcome-projektet" bl.a. Visit Östersund och Visit Inherred - samverkansmöjligheter blaand annat kring webplattform. Metoden Creative Lab är hämtat från "Kulturkraften" och behovet av andra sätt att jobba för att nå kulturbranschen från Turism 2030.

Gaaltje och Trönderska organisationer undersöker möjligheterna för ett renodlat projekt för sydsamiska Sapmie och där kulturella och kreativa branscher skulle vara en målgrupp. Vi ser det som en stor fördel om båda projekten skulle drivas och samverka eftersom den samiska målgruppen behöver få utrymme att BÅDE stärka den egna särarten och att vara en del i den samlade kulturella branschen och vara en del av länets/fylkets små och medelstora företag.

Hur är hållbarhetsaspekter integrerade i projektet?

Hållbarhetsaspekterna är integrerade i projektets på följande sätt
I projektets syfte tydliggörs de kulturella branschernas utveckling och kompetens som nödvändig för att kunna föreställa sig en hållbar framtid. Hela den regionala utvecklingsstrategin och den överliggande nationella utvecklingsstrategin är grundad i Agenda 2030 och den gröna given.

Det faktum att projektet fokuserar på en bransch som inte har jämbördiga villkor som andra branscher men som är central för hållbar, mänsklig utveckling och demokratisk samhällsutveckling, är ett sätt att bidra till hållbarhet.

De kulturella branschernas verksamheter i form av tjänster ger mindre risk för negativ miljöpåverkan än produktkonsumtion. Kulturtjänster skapar dock ofta miljömässiga och ekonomiska kostnader genom transporter. Transportfrågan är också ett av de villkor som påverkar kulturbranschens utveckling, sociala tillgänglighet, ekonomiskt hållbara lönsamhet och miljömässiga hållbarhet och är därför något som projektet beaktar. I transportfrågan ryms alla hållbarhetsdimensionerna. Därför strävar projektet efter att hitta lösningar som nyttjar kollektivtrafik och andra lösningar för fossilfria transporter och minimerad energianvändning.

Projektet som vänder sig till små och medelstora företag bidrar till att erbjuda en bredd av människor möjlighet att ta del av kultur. På det sättet bräddas målgruppen och förutsättningarna för jämlikhet och tillgänglighet ökar. Bland besökare av allmänhetstillvända kulturaktiviteter är det vanligen övervägande kvinnor och ofta i en äldre målgrupp, varför män och yngre kvinnor och män och icke-binära inte tar del av kultur i samma utsträckning. Genom projektets valet av målgrupper förväntas en bättre jämlikhet uppnås. Detta kommer att mätas och utvärderas. För att förbättra förutsättningarna för jämlikhet och tillgänglighet kommer projektaktiviteterna att läggas upp för att först öka kompetens och trygghet, därefter att skapa möjlighet att utveckla erbjudanden som är affärsmässiga. Det kommer att skapa förutsättningar för merjämbördiga möjligheter att erbjuda tjänster oberoende av om deltagaren är man eller kvinna, eller har olika socioekonomisk bakgrund.

Med hjälp av ett brett kontaktnät kommer små och medelstora företag som drivs av och som har anställda med olika nationell och socioekonomisk bakgrund att nås och att erbjudas deltagande i projektet. Projektet kommer också att försöka ta reda på mer om olika villkor för män och kvinnor i kulturbranschen och att se hur deras villkor skulle kunna göras mer jämlika. Genom att skapa en större och bredare marknad i Jämtlands län skulle det vara mer möjligt för män och kvinnor att leva och verka jämlikt, något som kan försvåras om arbetslivet kräver turnéer och arbetsperioder på andra platser.

Kommunikationsplanen med sina aktiviteter kommer att läggas upp på sätt som tar hänsyn till hur vi kommunicerar med olika målgrupper för att skapa tillgänglighet och jämlikhet i tilltal. Bland kommer en metod som kallas "cultural segments" att användas. Vid genomförande av aktiviteter kommer projektet att sträva efter jämlikhet och tillgänglighet när det gäller kommunikation, fysisk möjlighet att delta. Projektet har inte som sitt huvudmål att skapa jämställdhet, tillgänglighet eller mångfald. Däremot är det en självklar nödvändighet för att kunna uppfylla projektmålen

Vilken/vilka kommuner eller län ska projektet omfatta? Valda länder

Sverige och Norge

Vilken/vilka kommuner eller län ska projektet omfatta? Valda län

Jämtlands län och Trøndelag fylke

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
Projektledning och organisationsutveckling och kommunikation	omfattar projektledning, produktion, kommunikation och ekonomi/admin – se ledning och styrning i ansökan ovan. Detta är den del av projektet som möjliggör mötesplatser, stöttar klusterbildningar och utvecklar samverkansorganisation.	2023-04-01 - 2026-03-31	3 697 956
Projektutvärdering och referens- och omvärldsspaning	Den yttre utvärderaren anlitas för att redan vid projektuppstart lägga upp undersökningar för att mäta status vid projektingång, vid mätpunkter under projekttiden och strax innan projektavslut. Resultaten presenteras vid projektets informerande seminarier och biläggs lägesrapporter för ansökan om utbetalning.	2023-04-01 - 2026-03-31	200 000
Affärsutveckling för Kulturbranschen i SAMSPILL med ekosystemet	För utveckling av affärsidéer, affärsplaner, affärsmodeller och paketering av erbjudanden. Genomförs som löpande, praktiska läropass i grupp, löpande och återkommande under projektet så att samma moment kommer tillbaka. Passen dokumenteras och tillgängliggörs digitalt. Innehåller coaching och praktisk testning tillsammans med kunder enligt "tjänstedesignsmetodik". Omfattar nyttjande av business modell Canvas/anpassad för cirkulär ekonomi och för kulturföretag. Omfattar nano-lärande med korta, digitala filmer som lockar till små, med effektiva förflyttningar och tillämpningar av affärsutveckling – skickas till projektdeltagarna varje	2023-04-01 - 2026-03-31	1 410 000

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	vecka, som en "nudging" en liten knuff i rätt, företagsam riktning. Även studiebesök, workshops, nätverksträffar, föreläsningar		
Levande laboratorier och deltagande forskning	En forskningsmetod att i samband med leverans av en (kultur-) tjänst så som en föreställning, undersöka effekter, kunskap och upplevelser av nytta, värde etcetera före och efter	2023-04-01 - 2026-03- 31	370 000
SAMSPILLS-verkstäder för en ny berättelse om kultur som näring och om en framtid som håller och bär vidare Produktutvecklingsresidens/Föreläsningar/Produktionsledning Workshops, studiebesök och utbildningsinsatser	Externa kostnader för inköpta tjänster i form av föreläsare, workshopsledare	2023-04-01 - 2026-03- 31	900 000
Aktivitetsservice	Logi för målgruppen och för projektledningen, studieresor för målgruppen och projektledningsresor, lokal för mötesplatser och nätverksbygge och material för produktutveckling och kommunikationskostnader för grafisk formgivning, tryck, web,	2023-04-01 - 2026-03- 31	1 290 000

Vilken/vilka kommuner eller län ska projektet omfatta? Valda kommuner

Bräcke, Östersund, Strömsund, Åre, Krokoms, Ragunda, Berg, Härjedalen
Levanger, Verdalen, Steinkjer, Inderøy, Snåsa, Namsos, Lierne, Meråker

1.6 Tid och aktivitetsplan (Samma som i den interregansökan som görs)

1.7 Budget – ersätts av bifogad excelfil med ändringsbudget

Kostnader

Kostnadslag	2023	2024	2025	2026							Totalt
Personal: produktionsledning 50% 30000:-/mån inkl. soc	270 000	360 000	360 000	90 000							1 080 000
Personal: kommunikatör 50% 30 000:-/mån inkl. soc	270 000	360 000	360 000	90 000							1 080 000
Personal: projektledning 50% 40000:-/mån inkl. soc	360 000	480 000	480 000	120 000							1 440 000
Personal: ekonom 15% 9000:-/mån inkl. soc	81 000	108 000	108 000	27 000							324 000
Externa tjänster: Föreläsare	50 000	70 000	100 000	100 000							320 000
Externa tjänster: Producentstöd	30 000	100 000	100 000	100 000							330 000

Kostnadslag	2023	2024	2025	2026																Totalt
Externa tjänster: Moderatorer	20 000	50 000	50 000	50 000																170 000
Externa tjänster: Kommunikations- och marknadsföringsstöd	40 000	100 000	100 000	30 000																270 000
Externa tjänster: Lokalhyra och teknik	30 000	80 000	80 000	20 000																210 000
Externa tjänster: Extern utvärderare	50 000	100 000	100 000	50 000																300 000
Externa tjänster: Referens- och omvärldsspaningsteam	40 000	50 000	50 000	10 000																150 000
Externa tjänster: Workshopleadare	50 000	200 000	200 000	200 000																650 000
Externa tjänster: Processledning-lärlabb	50 000	50 000	50 000	0																150 000
Externa tjänster: Studiebesök	20 000	40 000	40 000	0																100 000
Externa tjänster: provapåkulturföreställningar	60 000	100 000	100 000	0																260 000
Resor och logi: Övernattningar externa kostnader	20 000	20 000	20 000	20 000																80 000
Resor och logi: Övernattningar vid studiebesök	20 000	50 000	50 000	50 000																170 000
Resor och logi: Resor externa kostnader	10 000	10 000	10 000	10 000																40 000
Resor och logi: Övernattningar projektorganisation persona	10 000	10 000	10 000	10 000																40 000
Summa kostnader	1 668 150	2 604 200	2 634 200	1 096 500																8 003 050
Projektintäkter																				
Summa faktiska kostnader	1 668 150	2 604 200	2 634 200	1 096 500																8 003 050
Bidrag annat än pengar																				
Summa bidrag i annat än pengar																				0
Summa totala kostnader	1 668 150	2 604 200	2 634 200	1 096 500																8 003 050

Finansiering

Finansiär	2023	2024	2025	2026																	Totalt
Offentligt bidrag annat än pengar																					
Totalt offentligt bidrag annat än pengar																					0
Offentlig kontantfinansiering																					
Interreg Sverige-Norge: Medfinansiering söks genom Interregprogrammet Sverige-Norge https://www.interreg-sverige-norge.com/ i samarbete med den norske samarbetspartnern och projektägaren på norska sidan. Ansökan görs i utlysning som pågår tom 15 nov 2022. Beslut januari 2023.	1 084 297	1 692 730	1 712 230	712 725																	5 201 982

Finansiär	2023	2024	2025	2026							-Totalt
Total offentlig kontantfinansiering	1 084 297	1 692 730	1 712 230	712 725							5 201 982
Total offentlig finansiering	1 084 297	1 692 730	1 712 230	712 725							5 201 982
Privata bidrag annat än pengar											
Total privat bidrag annat än pengar											0
Privat kontantfinansiering											
Total privat kontantfinansiering											0
Total privat finansiering											0
Summa medfinansiering	1 084 297	1 692 730	1 712 230	712 725							5 201 982

Stödfinansiering

Finansiering	2023	2024	2025	2026							Totalt
Stödfinansiering	583 853	911 470	921 970	383 775							2 801 068

Sammanställning

Stödandel av faktiska kostnader	35,00%
Stödandel av totala kostnader	35,00%
Stödandel av stödgrundande finansiering	35,00%
Stödandel av total finansiering	35,00%
Andel annan offentlig finansiering	65,00%
Andel offentlig finansiering	100,00 %
Andel privat finansiering	0,00%

1.8 Förskott

Sökt förskottsbelopp: 0

Motivering:

1.9 Mina kontakter

Namn: Anna Söderbäck
Telefonnummer:
Mobiltelefonnummer: 0702195121
E-postadress: anna.soderback@regionjh.se
Roll: Övrigt
Namn: Linda Forss
Telefonnummer:
Mobiltelefonnummer: 0730765457
E-postadress: linda.forss@regionjh.se
Roll: Kontaktperson

1.10 Dokument

Filnamn: Om Stiftinga Hilmar Alexandersen från websida.pdf
Beskrivning:
Uppladdningsdatum: 2022-10-09
Filnamn: Originalansökan
Beskrivning: Inkommen originalansökan - Maskinläsbart format
Uppladdningsdatum: 2022-10-09