

Ansökan om stöd

1.1 Allmänna uppgifter

Projektnamn: Gotländsk mat och besöksnäring i transformation

Ansökansid: 490589

Ärendeid: 20367255

Typ av finansiering: Regionala projektmedel

Sista ansökningsdag: 2032-12-31

Ansvarig organisation: Region Gotland

1.2 Stödsökande

Namn: Gotland Grönt Centrum AB (svb)

ROMA LÖVSTA 10

622 54 ROMAKLOSTER

Sverige

Org.Nr: 556990-7883

Antal anställda: 49

Arbetsställe

Namn:

Postadress:

ROMA LÖVSTA 10

622 54 ROMAKLOSTER

Arb.ställenr.: 23575533

Besöksadress:

ROMA LÖVSTA 10

622 54 ROMAKLOSTER

Region: Gotland

Är organisationen momsredovisningsskyldig för projektets verksamhet?

Ja

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

Nej

Hemsida

www.grontcentrum.se

1.3 Samverkanspart

Namn: Gotlands Besöksnäring AB (svb)

Postadress:

DONNERS PLATS 1

621 57 VISBY

Sverige

Org.Nr: 559004-3559

Antal anställda: 4

Arbetsställe

Namn:

Postadress:

DONNERS PLATS 1

621 57 VISBY

Arbetsställenr.: 55802193

Besöksadress:

DONNERS PLATS 1

621 57 VISBY

Region: Gotland

Är organisationen momsredovisningsskyldig för projektets verksamhet?

Ja

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

Nej

Hemsida

<https://www.gotlandsbesoksnaring.se/>

Namn: SCIENCE PARK GOTLAND

Org.Nr: 802419-6050

Antal anställda: 9

Postadress:
CRAMERGATAN 3
621 57 VISBY
Sverige

Arbetsställe

Namn:

Arbetsställenr: 42989137

Postadress:
CRAMERGATAN 3
621 57 VISBY

Besöksadress:
KASERNGATAN 1
621 57 VISBY
Region: Gotland

Är organisationen momsredovisningsskyldig för projektets verksamhet?

Nej

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

Ja

Hemsida

<https://scienceparkgotland.se/>

1.4 Betalningsätt

Typ av konto: Bankgiro

Kontonummer: 596-5603

Detaljerad info:

1.5 Projektinformation

Vilket/vilka problem vill projektet lösa?

Projektet syftar till att möta utmaningen med att stärka små och medelstora företags tillväxt och konkurrenskraft. Vi ser att vi kan bidra till åtminstone tre av de gemensamma utmaningar som lyfts upp för Småland och öarna, nämligen:

- Långsam klimatomställning: Det regenerativa företagandet har sin grund i att vara närande snarare än tärande för planeten, och vi ser därför det som en viktig pusselbit i företagets bidrag till klimatomställningen.

- Svag konkurrenskraft. Vi tror att vi kan bidra till företagarnas konkurrenskraft dels genom att ge dem verktyg och insikter inom regenerativt företagande, dels genom att bygga ett sammanhang och community där även stödsystemet adresseras.

- Låg innovationsgrad. Vårt projekt kommer att introducera nya regenerativa metoder och affärsmodeller. Genom att främja nytänkande och samverka mellan aktörer bidrar vi till att höja innovationsnivån och skapa en mer dynamisk näringslivsmiljö.

Sammanfattande beskrivning till Projektbanken

Projektet syftar till att transformera Gotlands mat- och livsmedelssystem samt besöksnäring genom att stärka små och medelstora företags förmåga till regenerativt företagande.

Via workshops, coachning och andra aktiviteter erbjuds företag på Gotland möjligheten att utveckla sin kunskap och färdigheter för att därigenom transformera sina verksamheter. Målet är att accelerera hållbarhetsarbetet och klimatomställningen, stärka konkurrenskraften och öka innovationsgraden.

Genom communityskapande initiativ och branschöverskridande möten skapar projektet en plattform för erfarenhetsutbyte och samarbete, vilket förväntas leda till nya innovativa lösningar och starkare nätverk mellan företag. Projektet omfattar även aktiviteter för att stärka målgruppens kunskap och förmåga rörande finansiering av regenerativa initiativ. Det inkluderar utbildning och vägledning för att navigera i finansieringslandskapet, identifiera lämpliga finansieringskällor och strategier för att locka investeringar.

Vilken/vilka är projektets målgrupp(er)?

Primär målgrupp för projektet är små och medelstora Gotlandsbaserade företag inom mat och livsmedel samt besöksnäring, med en vilja att testa och implementera nytänkande och hållbara affärsmodeller. Dessa företag står i centrum för Gotlands strävan mot en mer hållbar ekonomi, och spelar en viktig roll för öns nuvarande och framtida ekonomiska hälsa och miljömässiga välbefinnande.

Det gotländska mat- och livsmedelssystemet kan delas in i fyra led: primärproduktion, förädling, handel och kund [bilaga 7]. Av dessa är förädling, handel (inkl. grossist) och kund i fokus för detta projekt, och här ryms också en delmängd av besöksnäringföretagen, nämligen caféer och restauranger. Till besöksnäring räknas även företag inom kultur och nöje, sport och fritid, transport och resor samt resebyråer.

För att estimerar det totala antalet gotländska små och medelstora företag i dessa branscher gjordes en sökning i företagsdatabasen Retriever, där företag som registrerat verksamhet med relevanta SNI-koder inkluderades. Sökningen indikerar ca 2300 företag med relevanta verksamheter. Detta urval kan inkludera bolag som är vilande eller nyligen likviderade, så utifrån en konservativ bedömning antas det finnas åtminstone 1000 relevanta företag som skulle kunna ingå i målgruppen.

Ett sätt att avgöra hur stor andel av dessa som besitter en vilja och ett intresse av att vara med och innovera är att utgå ifrån den vedertagna diffusionsteorin, utvecklad av Everett Rogers. Enligt denna är ca 2,5% av en given population innovatörer (innovators) det vill säga de första att ta till sig en ny innovation och ytterligare 13,5% tidiga brukare (early adopters). Vi tror att såväl innovatörer som tidiga brukare passar väl in på detta projekt, och bedömer därför att vår målgrupp är i storleksordningen 150-200 företag.

Denna siffra är rimlig även utifrån ett bottom up-perspektiv, där vi istället utgår ifrån vår erfarenhet och insikter om företagen i vår närhet. GFB är en medlemsorganisation med hundratalet medlemmar, och bedömer det som rimligt att merparten av dessa passar in således kan ungefär halva målgruppen utgöras av besöksnäringföretag. Även om GGC, Matbyrån Gotland och SPG inte är medlemsorganisationer har vi goda kontakter med flertalet företagare, och även här delas bilden av att den estimerade storleken på målgruppen är rimlig.

Exakt hur behoven ser ut hos de olika företagen i målgruppen skiljer sig åt, och ambitionen är att driva projektet med en utforskande ansats för att ständigt lära sig mer om dessa. Utifrån de intervjuer som gjorts inför projektet går det dock att definiera några övergripande behov, som märks i såväl livsmedels- som besöksnäringföretag. Intervjuerna indikerar att företagen behöver stöd och ökad kunskap inom innovation, affärsutveckling, ledarskap och finansiering för att driva en transformation. Det här styrks även av att större företag (t.ex. rederier) i högre grad efterfrågar genomtänkta hållbara lösningar och produkter. Givet de ökade krav som finns på stora företag gällande hållbarhetsarbete och -rapportering (t.ex. inom Science Based Targets)

behöver också mindre företag som levererar till t.ex. dagligvaruhandeln stärka sin hållbarhetskompetens.

Gällande målgruppens demografi indikerar vår erfarenhet från tidigare satsningar att denna typ av företag på Gotland ofta har en 50/50-fördelning mellan män och kvinnor i beslutande roll, med varierande åldersspann (många företag drivs idag som familjeföretag). Vidare finns det en grupp företagare med bakgrund från andra länder, som idag driver verksamheter inom främst restaurang och café. Det är vår uppfattning att detta väl speglar målgruppen i sin helhet.

Projektet har även en sekundär målgrupp bestående av andra typer av aktörer som är viktiga för att skapa en gynnsam miljö för transformationen. Dessa innefattar såväl finansörer, investerare och beslutsfattare som besökare, kunder och konsumenter av de varor och tjänster som den primära målgruppen producerar.

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

På kort sikt förväntas ökad kunskap och medvetenhet om regenerativt företagande, stärkta nätverk och samarbeten mellan företag, samt initiala steg mot transformation av företagens verksamheter. Vidare kommer kunskapen om olika finansieringsformer att stärkas, likaså insikten kring hur verksamheten kan göras attraktiv för investering eller annan finansiering.

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

På lång sikt syftar projektet till en hållbar transformation av det gotländska mat- och livsmedelssystemet och besöksnäringen, vilket bidrar till Gotlands mål om att vara en förebild inom energi- och klimatomställningen, en nytänkande tillväxtregion, och att gotländska producenter och tjänsteleverantörer omsätter hållbarhetsarbetet till bättre affärer. Detta förväntas i sin tur bidra till att Gotland som region stärker sin möjlighet att uppnå målbilder i regional utvecklingsstrategi samt regionala strategier för besöksnäring samt mat och livsmedel.

Hur ska projektet organiseras och styras?

Samverkansprojektet kommer att ledas av Gotland Grönt Centrum (GGC) som projektägare. Gotlands Förenade Besöksnäring (GFB), Matbyrån Gotland samt Science Park Gotland (SPG) blir projektpartners med tydliga ansvarsuppgifter för arbetspaketen i genomförandet. Observera att Matbyrån Gotlands personal formellt är anställd i GGC, varför samtliga personalkostnader för båda dessa organisationer läggs på GGC i budget. Matbyrån Gotland är trots detta en organisation som kommer att arbeta aktivt i projektet, och synas gentemot deltagare och övriga aktörer som deltar i projektet.

Alla partners kommer rekrytera varsin projektledare som får ansvaret att leda arbetet för respektive insats och ansvar. Projektledarna för styrkeområdenas uppgifter handlar främst om att arbetspaket nr 4, där målgruppen kommer fångas in. SPG:s ansvarsområde kommer att ligga mer på arbetspaket 5 & 6 där målgruppen skall in och arbeta med innovation som sen skall resultatera i transformation. Projektledarna kommer arbeta nära ihop, och ha regelbundna avstämningar. En kommunikatör som har ansvar att paketera & kommunicera mot olika målgrupper kommer även rekryteras.

Arbetet kommer att stämmas av och följas upp regelbundet (hypotes: avstämningar två gånger per månad) i projektets operativa team. I tillägg till det kommer en brett förankrad styrgrupp som innehåller personer från alla organisationerna samt akademien att tillsättas, och träffas minst två gånger per år för att säkerställa att projektet utvecklas och styr mot de mål som är uppsatta. Styrgruppen ska bestå av personer som har kunskap om projektledning, innovativa processer, mål och styrning och kan bidra med erfarenhet in till projektgruppen men också bistå med att förankra projektet i de verksamheter de verkar i.

Gällande styrgruppens sammansättning har vi för avsikt att den dels ska innehålla representanter för de fyra projektorganisationerna, antingen personer som arbetar i dessa

organisationer men inte är involverade i projektet, eller styrelseledamöter eller liknande som sitter i styrgruppen på projektägarnas mandat. Dessutom tror vi att det är relevant att få med personer från akademien (förslagsvis Uppsala universitet, men andra relevanta lärosäten eller institut är inte otänkbara) samt representanter från näringslivet, gärna i form av företagare som på olika sätt varit med om den resa och transformation som vi vill bidra till och som således har en expertis inom regenerativt företagande.

Hur ska projektet avgränsas från ordinarie verksamhet?

Detta projekt är tydligt avgränsat från projektägarnas ordinarie verksamhet. De arbetspaket och aktiviteter som vi föreslår är utformade utifrån det behov vi identifierat hos målgruppen, och är inte något som drivs inom ramen för vad vi som projektägare redan gör. Avgränsningar mellan detta projekt och ordinarie verksamheter finns såväl när det gäller det tidsmässiga (projektet pågår under en avgränsad tidsperiod) som det organisatoriska och personella (projektet har en separat styrgrupp och dedikerade personalresurser). Nedan följer även en kort motivering utgående från respektive organisation.

GGC:s ordinarie verksamhet är utbildning inom naturbruk på gymnasienivå riktad till ungdomar och vuxna. Viss annan utbildning inom den agrara sektorn drivs när upphandlingar så medger. Med hjälp av extern finansiering drivs även vissa utvecklingsprojekt. GGC har ingen möjlighet att utan extern finansiering genomföra de beskrivna aktiviteterna för att uppnå projektets målsättning.

GFB:s ordinarie verksamhet idag består av att samla, utveckla och företräda besöksnäringen och har en finansieringsmodell som täcker en operativ verksamhetsledare som arbetar med dessa insatser löpande under året. När GFB söker projekt så riktar man fokus och inför spjutinsatser för att utveckla specifika områden. Arbetet utförs av projektanställda under en tidsbegränsad period, och där de projektanställdas roll är att driva projektet mot dess uppsatta mål. Denna typ av projektinsatser rymms inte i GFB:s ordinarie finansieringsmodell.

De aktiviteter som genomförs i projektet från SPG:s sida är strikt kopplade till väl definierade aktivitetsserier, vidare hanteras projektets ekonomi redovisningsmässigt i en strikt definierad projektbudget med eget projektnummer kopplat till alla kostnader. Således blir det en tydlig avgränsning gentemot övrig verksamhet.

Hur är hållbarhetsaspekter integrerade i projektet?

GGC, GFB och SPG har god förmåga och stark kompetens kopplat till arbete med hållbarhet och Agenda 2030-målen, med en solid grund i jämställdhet, innovation, hållbar utveckling och i ökande grad hela vägen till en regenerativ ansats. Genom effektivt samarbete och metoder för riktad kunskapsöverföring har vi en beprövad förmåga att omvandla komplexa utmaningar till hållbara och konkreta strategier och resultat. Våra organisationers arbete över tid med dessa frågor har resulterat i verktyg och metoder för att framgångsrikt driva och genomföra projekt som bidrar positivt till såväl lokala som globala hållbarhetsmål. Agenda 2030 har sedan länge utgjort ett tydligt ramverk för våra respektive verksamheter, vilket format ett starkt strukturkapital på organisatorisk nivå, samt hög kompetens på medarbetarnivå. Projektparterna besitter gemensamt stor branschkompetens inom hållbarhetsfrågor gentemot målgruppen, likaså vad avser generell affärsutveckling och innovation med hållbarhetsfokus. Ambitionen att ta verksamheterna ända in i den regenerativa delen av hållbarhetsskalan kommer att utmana oss och även föranleda förberedelser i form av kompetensutveckling och/eller tillförsel av extern kompetens via nyanställning, i kombination med anlåtande av adekvata föreläsare.

Hela vårt projekt har en hållbarhetsfokuserad ansats och alla insatser vi gör är med utgångspunkt i detta. Vi tror att regenerativt företagande har en roll att spela i transformationen till ett hållbart Gotland, som lever upp till de mål som satts upp för regionens utveckling. Vår bedömning är att vi med insatserna i projektet kan adressera åtminstone fem globala hållbarhetsmål:

- 5. Jämställdhet: Förmedla praktiska jämställdhetsstrategier, integrera jämställdhetsperspektiv i produkt- och tjänsteutveckling, uppmärksamma behov av jämnare kapitalfördelning.
- 10. Minskad ojämlikhet: Stärka inkluderande entreprenörskap och ledarskap, arbeta för att involvera företagare från olika bakgrunder.

- 12. Hållbar konsumtion och produktion: Hjälpa företag att bli mer regenerativa och närande i sin närmiljö och kommunicera kring insatserna.
- 13. Bekämpa klimatförändringarna: Arbeta med företagarna och ge dem verktyg för att driva sina verksamheter på ett nytt, regenerativt sätt med positiv snarare än negativ inverkan på klimat.
- 15. Ekosystem och biologisk mångfald: Lära företag om regenerativa insatser som direkt syftar till att stärka ekosystemhälsan samt stärka företagens förmåga att utveckla nya produkter som regenererar lokala ekosystem.

För att proaktivt hantera potentiella målkonflikter mellan hållbarhetsmål kommer vi i projektet att:

- Integrera principer för hållbar utveckling genom projektets samtliga faser, från planering till genomförande och utvärdering, för att balansera ekologiska, ekonomiska, och sociala intressen.
- Främja samarbete och dialog bland olika intressenter, inklusive näringsliv, offentliga sektorn, akademien och civilsamhället, för att gemensamt identifiera och lösa målkonflikter.
- Prioritera kunskapsökning och medvetenhet hos företag och samhällen om de globala målen och vikten av en balanserad hållbar utveckling, inklusive utbildningsinitiativ som främjar förståelse för och engagemang i regenerativt företagande.
- Använda adaptiva och flexibla arbetsmetoder för att möjliggöra kontinuerlig utvärdering och anpassning av projektaktiviteter baserat på feedback och uppföljning, för att säkerställa att de bidrar positivt till de globala målen utan att skapa oavsiktliga negativa effekter.
- Aktivt adressera potentiella målkonflikter i dialog med företagarna, för att belysa svårigheterna och kreativt försöka hitta lösningar.

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

Gotland

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

Gotland

1.6 Tid och aktivitetsplan

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
1. Projektledning, kommunikation och utvärdering	<p>Detta arbetspaket omfattar projektets ledning, administration, kommunikation, utvärdering och uppföljning. Det stöttar genomförandet av samverkansprojektet och bidrar till att nå målen genom ansvarsfull och effektiv ledning och administration, med god intern och extern kommunikation samt ändamålsenlig uppföljning och utvärdering. Ett projektteam bestående av projektägare, projektledare och administratör/controller från parterna ansvarar för den operativa ledningen av projektet. Projektägaren utgör projektets beställare och är även länken mellan styrgrupp och projektledarna. Styrgruppen sammanträder två gånger per år med</p>	2024-09-01 - 2027-12-31	4 363 752

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	ansvar för att vägleda projektet strategiskt, granska projektrapporter samt säkerställa förankring av resultat. Arbetspaketet omfattar fem huvudsakliga aktiviteter.		
1.1 Operativ projektledning	Projektledningsteamet ansvarar för den löpande ledningen av projektet. Alla samverkansparter kvalitetssäkrar projektets leveranser. Projektledarna ansvarar för den dagliga driften av projektet och förbereder projektets arbetsplaner och aktiviteter samt genomför anlitar extern expertis vid behov. Att projektet genomförs som ett samverkansprojekt bidrar till att lärdomar och resultat från parternas tidigare projekt kan omhändertas och sprida till fler företag. Projektledarna ansvarar också för kontakt med projektets sekundära målgrupper. Typiska delaktiviteter inkluderar uppföljning av projektplan och aktiviteter, sammanställning av rapporter och aktivitetsrapportering, kommunikation inom projektet med projektteam samt kommunikation med Tillväxtverket och Region Gotland.	2024-09-01 - 2027-12-31	1 770 000
1.2 Styrgruppsarbete	Styrgruppen består av representanter från respektive medverkande organisation. Därutöver utvalda experter från akademi och intressenter inom mat och livsmedel samt besöksnäringen som har värdefull kompetens att bidra med. Styrgruppens inspel ska verka rådgivande till projektledarna när de ska fatta beslut i de frågor som projektet hanterar. Denna styrgrupp sammanträder två gånger per år samt vid behov, med syftet att ge projektledarna strategisk vägledning, granska projektrapporter samt säkerställa förankring av projektets resultat i den organisation som de företräder. Totalt är minst sju styrgruppsmöten planerade för projektet.	2024-09-01 - 2027-12-31	130 000
1.3 Ekonomi, rapportering, uppföljning, utvärdering och lärande	Denna aktivitet avser det löpande arbetet med projektets ekonomi och ekonomiska rapportering. Projektets huvudadministratörer har ansvar för att sammanställa projektets utgifter och följa upp mot budgeten tillsammans med administratörer hos	2024-09-01 - 2027-12-31	646 000

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<p>medverkande organisationer. Huvudadministratören säkerställer att korrekta rutiner för ekonomi och administration etableras och efterlevs i projektet. Typiska delaktiviteter: utveckla, fastställa och sjösätta rutiner för ekonomi och administration; löpande redovisning av projektets utgifter; regelbunden avstämning mot projektets budget; sammanställning av projektrapporter till Tillväxtverket och Region Gotland.</p> <p>I denna aktivitet ryms också löpande uppföljning och utvärdering av projektets resultat, måluppfyllelse och genomförandeprocesser. Lärande- och utvärderingsarbetet genomförs av en extern utvärderare. Processutvärderingen fokuserar på projektets genomförandeprocesser. Relevanta teman rör roller och uppdragsfördelning inom projektet: förankring, intern och extern kommunikation, etc. Datainsamling för processutvärderingen genomförs med hjälp av enkätundersökningar och intervjuer.</p> <p>Resultat- och måluppfyllelse utvärderas genom mätning av de projektindikatorer som fastställts. Den processfokuserade delen av utvärderingen påbörjas i samband med projektets uppstart. Kompletterande mätningar av resultat- och måluppfyllelse genomförs i slutet av respektive arbetspaket och en samlad sammanställning görs i samband med projektavslut. Processutvärderingens resultat syftar till att ge stöd i genomförandet av projektet och dess målgrupp är projektteamet. Utvärderingen av resultat och måluppfyllelse syftar till att fastställa huruvida projektet är framgångsrikt i att nå de mål och resultat som identifierats. Målgrupp för denna utvärdering är primärt styrgrupp och projektpartners.</p> <p>Den processfokuserade delen av lärande och utvärderingsarbetet påbörjas i samband med projektets</p>		

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<p>uppstart. Regelbundna uppföljningar görs med projektets personal och med deltagare i projektet. Det sker genom intervjuer, enkätundersökningar och gruppsamtal. Aktiviteten innehåller hela kostnaden för extern följeutvärdering.</p>		
1.4 Kommunikation	<p>Aktiviteten handlar om att sprida information om projektet lokalt, regionalt och nationellt, till nyckelaktörer inom området, till journalister samt till projektorganisationernas kontaktnät och till branschmedia. En anställd kommunikatör kommer att arbeta med att sprida information om projektet och de aktiviteter som projektet erbjuder målgruppen. Detta kommer att ske löpande via presentationer, föreläsningar, workshops och möten. Projektinformation, aktiviteter och resultat från projektet kommer även att kommuniceras via projektparternas hemsidor samt även i vissa fall via sociala medier och andra kanaler som under projektet kan bedömas som relevanta. Inom projektorganisationen finns erfarenhet och stor kompetens kring generell kommunikation samt även kommunikation av EU-finansierade projekt. Vid projektstart kommer en plan för hur kommunikation ska ske konkret under projektet att tas fram. I kommunikation och andra aktiviteter i projektet kommer val av kommunikationskanaler, nätverk, bilder och utformning av budskap/texter göras för att främja delaktighet för både kvinnor och män samt för individer med annan etnisk bakgrund. En bildbank kommer att byggas upp under projektets gång.</p>	2024-09-01 - 2027-12-31	1 817 752
2. Gemenskap för transformation	<p>Här byggs en grund för fortsatta insatser. Vi mobiliserar företagen genom att bjuda in dem till en serie träffar där vi fokuserar på att skapa förtroende och tillhörighet hos målgruppen samtidigt som vi stärker förståelsen för deras behov. Genom att bygga broar mellan olika företag och aktörer skapar vi en gemenskap som kan agera katalysator för förändring.</p>	2024-09-01 - 2027-09-30	3 705 000

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<p>En nyckelkomponent i arbetspaketet är att förstå företagens behov på djupet. Genom att lyssna, analysera och vara närvarande kommer vi att kunna identifiera och adressera de utmaningar som företagen står inför. Detta skapar ett klimat av tillit och ger oss verktyg och insikter vi behöver för att skraddarsy relevanta och effektiva lösningar.</p> <p>För att öka kreativitet och innovationskraft ser vi även till att samla inspiration. Vi kommer att ta del av framgångsrika exempel från relevanta liknande initiativ och applicera dessa lärdomar på det fortsatta arbetet i projektet.</p> <p>Arbetspaketet syftar också till att skapa förståelse för regenerativt företagande och hur man som företagare kan förhålla sig till det. Vi kommer också arbeta för att skapa insikt och en enad bild om de globala såväl som de gotländska utmaningarna och företagets roll och möjligheter, för att ytterligare stärka engagemanget hos målgruppen.</p> <p>Slutligen ser vi det som viktigt att "reta innovationsnerven" hos företagarna. Genom att utmana etablerade tankesätt och uppmuntra kreativitet och nytänkande kan vi inspirera till innovationer bortom det konventionella. Det handlar om att skapa en atmosfär där företag känner sig uppmuntrade att tänka stort och våga testa nytt. Med ett coachande förhållningssätt ger vi företagen nya insikter som kan leda till att de vill fortsätta resan i följande arbetspaket eller via andra vägar. Arbetspaketet bidrar till förändrade attityder och synsätt, nya metoder och arbetssätt, nya processer och kontakter. Vår ambition är att arbetspaketet pågår iterativt i flera vågor och att vi sammantaget når ut till minst 100 företag.</p>		
2.1 Träffar och öppna föreläsningar	Genom att anordna träffar och öppna föreläsningar ämnar vi skapa intresse hos målgruppen för projektet. Vi ser	2024-09-01 - 2027-09-30	1 436 000

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<p>också dessa träffar som ett bra tillfälle för deltagarna att börja knyta kontakter sinsemellan och bygga upp den gemenskap och community-känsla som vi ser som en viktig del av projektet. På så vis skapas här en plattform för kunskapsutbyte, med öppen dialog för att bygga förtroende och gemenskap. Här ringar vi in hur behov av och efterfrågan på ny kunskap och kompetenser för att verka inom en besöksnäring och ett mat- och livsmedelssystem på Gotland som återställer och förnyar samtidigt som det utvecklar företagen.</p> <p>Föreläsningarna kommer att ha olika fokus och vara mer eller mindre fördjupade beroende på när i projektet de sker, men exempel på områden är definition av regenerativt företagande, marknadsefterfrågan och internt ledarskap för transformation. Utöver att höja kunskapen hos deltagarna syftar dessa föreläsningar till att skapa inspiration och engagemang för att vilja bidra till transformation. Att inspirera och stärka målgruppens kunskap om hur samarbeten och regenerativa metoder kan utveckla affärer i företagen. Under projekttiden arrangeras cirka 18 träffar och öppna föreläsningar.</p>		
2.2 Workshops, seminarier och insatser för samverkan	<p>Under workshop-delen av arbetet får deltagarna chansen att arbeta mer fördjupat med det de lärt sig vid föreläsningarna. Fokus här ligger på praktisk tillämpning och att knyta lärandet till företagarnas verklighet. Här fördjupas gemenskapen då företagarna ges möjlighet att diskutera reella utmaningar och potentiella lösningar tillsammans med likasinnade. Det kan t.ex. handla om att stärka samarbeten och affärsutveckling mellan företag i olika delar av livsmedels-kedjan och besöksnäringen. Det kan också handla om idégenerering och definiering av lokala behov som ska användas för att utforma rätt insatser i övriga arbetspaket, en behovsinventering.</p> <p>Här kommer också möjligheter till enskild eller gruppcoaching för</p>	2024-09-01 - 2027-09-30	1 896 000

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<p>företagen in. Det kan handla om processtöd för ökad kunskap och förmåga att arbeta med innovation, nya och utvecklade produkter och tjänster, produktionssätt och affärsmodeller. Det skall i sin tur leda till att identifiera de 40 företagen som vill fortsätta resan i följande arbetspaket.</p>		
<p>2.3 Erfarenhetsutbyte med relevanta aktörer</p>	<p>Vår satsning sker inte i ett vakuum, och det finns aktörer såväl regionalt som nationellt (och potentiellt internationellt) som är viktiga för oss att förhålla oss till och ha ett utbyte av. Ett sådant exempel är innovationsplattformen Regenerator, som ska arbeta för att regenerera matsystemet. Därutöver ser vi det som viktigt att ha en god dialog med akademien, där det på flera lärosäten finns relevant kunskap att nyttja i projektet. Eftersom det regenerativa företagande alltfjämt är relativt outforskad mark ser vi det som viktigt att vi håller oss a jour och har kontakter med relevant expertis så att den kan nyttjas när så krävs.</p> <p>Samverkansplattform Småland och öarna som är den del av det smart specialiseringsarbete som går igång april 2024-2029, där GFB är utsedd till samordningsaktör för besöksnäring, skapar även den goda förutsättningar för erfarenhetsutbyte med både besöksnäring- och mat- och livsmedelsaktörer i området.</p> <p>Formerna för erfarenhetsutbytet kan variera, alltifrån enstaka möten till en kontinuerlig dialog och involvering vid föreläsningar och workshops. Samverkan och kontakter med projektets sekundära målgrupper ska bygga nätverk och bestående relationer som bidrar till att utveckla företagets förmågor långsiktigt.</p>	<p>2024-09-01 - 2027-09-30</p>	<p>373 000</p>
<p>3. Innovation för transformation</p>	<p>Detta arbetspaket syftar till att ge små och medelstora företag kunskaper för att utveckla och implementera innovativa koncept inom regenerativa affärsmodeller. Detta ska leda till transformation av deras affärsförutsättningar genom kompetensutveckling och stöd inom</p>	<p>2025-09-01 - 2027-09-30</p>	<p>2 277 000</p>

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<p>innovativa metoder, ekosystemåterställning, cirkulär ekonomi, socialt ansvar, ekonomisk hållbarhet, och innovationsfrämjande samarbeten.</p> <p>De globala målen används genomgående som ett ramverk i arbetspaketets verksamhet. Nya idéer, visioner och innovativa lösningar ska utvecklas genom att deltagarna i alla moment diskuterar, reflekterar och problematiserar utifrån de globala målen.</p> <p>Arbetspaketet riktas till företag som uppvisat särskilt intresse för regenerativa affärsmodeller, är utvecklingsbenägna samt har en etablerad affärsverksamhet som utgångspunkt för deltagandet. Företagen anmäler intresse inför deltagandet. 40 företag deltar i fyra omgångar med cirka 10 företag i varje.</p>		
3.1 Orientering Introduktion och fördjupad utbildning, regenerativ ekonomi och affär	<p>Aktiviteten inleds med gemensam workshop där flera små och medelstora företag deltar, omfattande inspirationsföreläsning och praktisk övning och grupparbete med syfte att befästa en gemensam teorigrund. Den gemensamma aktiviteten följs av sessioner där respektive företag coachas enskilt med syfte att förstå kopplingen mellan ett regenerativt förhållningssätt och egen verksamhet, samt belysa relevanta utmaningar som behöver adresseras i den egna verksamheten i relation till en regenerativ ambition.</p>	2025-09-01 - 2027-09-30	426 000
3.2 Idégenerering	<p>Aktiviteten inleds med gemensam workshop där flera små och medelstora företag deltar, innehållandes en inspirationsföreläsning samt praktisk övning där det enskilda företaget får idégenerera i en inspirerande miljö och med inspel från omgivningen. Utarbetade idéer prioriteras därefter för att tas med in i fortsatt arbete. Den gemensamma uppstarten följs av sessioner där respektive bolag coachas enskilt med syfte att vidareutveckla ett antal av de mest lovande idéerna. Arbetet sker i nära</p>	2025-09-01 - 2027-09-30	713 000

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	samspel mellan coach, branschexpertis och företagare. Syftet är att skapa sylvassa idéer som ska ligga till grund för följande konceptgenerering.		
3.3 Konceptgenerering	Aktiviteten inleds med gemensam workshop där flera små och medelstora företag deltar. Samlingen inleds med inspirationsföreläsning följt av att respektive företag får presentera sin bästa idé från sina aktiviteter så långt, följt av praktisk övning där bolagen får befästa metoder för konceptgenerering i en inspirerande miljö och med inspel från omgivningen. Det gemensamma uppstartstillfället följs av sessioner där respektive bolag coachas enskilt med syfte att forma och inskräpa koncept avsedda för implementering i den egna verksamheten. Arbetet sker i nära samspel mellan coach, branschexpertis och företagare. Syftet är att ta konceptgenereringen till en konkret implementeringsplan.	2025-09-01 - 2027-09-30	713 000
3.4 Implementering Demonstrationsdag och resultatspridning	Aktiviteten inleds med gemensam workshop där flera små och medelstora företag deltar. Samlingen inleds med inspirationsföreläsning följt av att respektive företag får presentera sitt färdigutvecklade koncept och sin implementeringsplan. Coachen, branschexpertis och åhörare hjälper till med den slutliga boosten genom konstruktiv återkoppling och utvecklande medskick. Den gemensamma aktiviteten följs upp efter 2-3 månader i enskild session där coach och företagare träffas för återkoppling och reflektion.	2025-09-01 - 2027-09-30	425 000
4. Finansiering för transformation	<p>Detta arbetspaket syftar till att utbilda små och medelstora företag om finansieringsmöjligheter för regenerativa affärsmodeller. Det inkluderar seminarier och workshops om finansieringskällor, skapande av övertygande berättelser för investerare, och byggande av strategiska partnerskap för tillväxt. Målet är att stärka företagets förmåga att finansiera utveckling av hållbara initiativ i sina verksamheter.</p> <p>Seminarier och workshops omfattar interaktiva sessioner där deltagarna</p>	2025-09-01 - 2027-09-30	1 281 000

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<p>kan arbeta med sina egna projektidéer, få feedback från experter och nätverka med andra företagare. Att inkludera gästtalare från finanssektorn, framgångsrika regenerativa företag, och representanter från stödorganisationer ska berika erfarenheten och tillhandahålla värdefulla insikter och kontakter.</p> <p>Vid all verksamhet i arbetspaketet sätts diskussioner, praktiskt arbete och metodval beaktas förhållningen till de globala målen i form att ett ramverk för genomförande, valda exempel och genom att deltagarna i alla moment ombeds diskutera, reflektera och problematisera i förhållande till dessa.</p> <p>Arbetspaketet riktas till utvalda företag som uppvisat särskilt intresse för regenerativa affärsmodeller samt har ett finansieringsbehov kopplat till sin verksamhet. 40 företag deltar i fyra omgångar med cirka 10 företag i varje.</p>		
4.1 Grundläggande finansiering för regenerativa affärsmodeller	<p>I denna aktivitet introduceras deltagarna till grundläggande finansieringskoncept och möjligheter specifikt inriktade mot regenerativa affärsmodeller. Aktiviteten genomförs i form av kreativa seminarier och syftar till att:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ge en översikt av regenerativa affärsmodeller och deras ekonomiska potential samt koppla detta till vilka förutsättningar detta medför ur finansierings-synpunkt. - Förståelse för olika finansieringskällor: traditionella lån, gröna lån, statliga- och EU-bidrag, omställningsfonder, traditionellt riskkapital, crowdfunding, sociala obligationer och riskkapital för hållbarhet. mm. - Skapa insikter via fallstudier av framgångsrika finansieringsstrategier för regenerativa projekt, gärna via inspirationsföreläsning. <p>Respektive företag erbjuds även enskild coaching med syfte att applicera olika resonemang på sin</p>	2025-09-01 - 2027-09-30	427 000

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	egen affär. Inom ramen för dessa sessioner kan även stöd ges i form av handledning och rådgivning kopplat till utarbetande av projektansökningar, avtalsupplägg eller motsvarande.		
4.2 Att säkra kapital genom en stark berättelse och innovativa grepp	<p>I denna aktivitet erbjuds en fördjupning kring hur företaget berättar sin historia och skapar en övertygande berättelse/pitch för regenerativa projekt gentemot investerare. Vidare presenteras hur man planerar, genomför och följer upp en framgångsrik kampanj i samband med exempelvis crowdfunding. Aktiviteten genomförs i seminarie- eller workshopform.</p> <p>Respektive företag erbjuds även enskild coaching med syfte att befästa sina färdigheter i förhållande till sin egen affär.</p>	2025-09-01 - 2027-09-30	427 000
4.3 Bygga partnerskap för finansiering och tillväxt	<p>Målet är att utforska och ge deltagarna en insikt i hur strategiska partnerskap kan öppna nya finansieringsmöjligheter och stödja skalning av regenerativa affärsmodeller. Aktiviteten ska bidra till att identifiera och engagera potentiella partners. Likaså presenteras case-studier på framgångsrika partnerskap.</p> <p>Inom ramen för enskild session mellan coach, branschexpertis och företag genomförs workshops med fokus på att identifiera strategiska partnerskap och att kartlägga nätverket runt verksamheten.</p>	2025-09-01 - 2027-09-30	427 000

Finansiär	2024	2025	2026	2027						Totalt
Total privat kontantfinansiering	88 006	346 755	383 443	329 471						1 147 675
Total privat finansiering	88 006	346 755	383 443	329 471						1 147 675
Summa medfinansiering	440 025	1 733 773	1 917 215	1 647 355						5 738 368

Stödfinansiering

Finansiering	2024	2025	2026	2027						Totalt
Stödfinansiering	440 023	1 733 773	1 917 216	1 647 355						5 738 367

Sammanställning

Stödandel av faktiska kostnader	50,00%
Stödandel av totala kostnader	50,00%
Stödandel av stödgrundande finansiering	50,00%
Stödandel av total finansiering	50,00%
Andel annan offentlig finansiering	40,00%
Andel offentlig finansiering	90,00%
Andel privat finansiering	10,00%

1.8 Förskott

Sökt förskottsbelopp: 400 000

Motivering: Projektet är ett stort projekt där Gotland Grönt Centrum bär alla parterers likviditet vilket blir betungande över tid. Ett förskott underlättar likviditeten.

1.9 Mina kontakter

Namn: Erik Öhrn
Telefonnummer:
Mobiltelefonnummer:
E-postadress: erik@gotlandsbesoksnaring.se
Roll: Kontaktperson
Namn: Fredrik Österholm
Telefonnummer:
Mobiltelefonnummer:
E-postadress: fredrik.osterholm@scienceparkgotland.se
Roll: Kontaktperson
Namn: Kristina Rådkvist
Telefonnummer:
Mobiltelefonnummer:
E-postadress: kristina.radkvist@grontcentrum.se
Roll: Kontaktperson
Namn: Mikael Furu
Telefonnummer:
Mobiltelefonnummer:
E-postadress: mikael.furu@grontcentrum.se
Roll: Kontaktperson
Namn: Susanne Welin-Berger
Telefonnummer:
Mobiltelefonnummer:
E-postadress: susanne.welin-berger@grontcentrum.se
Roll: Kontaktperson

1.10 Dokument

Filnamn: Bilaga 1 - Vårt Gotland 2040_RUS.pdf
Beskrivning:
Uppladdningsdatum: 2024-03-19
Filnamn: Bilaga 2 - Reviderad handlingsplan livsmedelsstrategi 2022-2027.pdf
Beskrivning:
Uppladdningsdatum: 2024-03-19
Filnamn: Bilaga 3 - Regional besöksnäringstrategi för Gotland.pdf
Beskrivning:
Uppladdningsdatum: 2024-03-19
Filnamn: Bilaga 4 - Kearney-rapport Regenerate.pdf
Beskrivning:
Uppladdningsdatum: 2024-03-19
Filnamn: Bilaga 5 - Kearney-artikel regenerativt.pdf
Beskrivning:
Uppladdningsdatum: 2024-03-19
Filnamn: Bilaga 6 - Cusworth & Garnett (2023).pdf
Beskrivning:
Uppladdningsdatum: 2024-03-19
Filnamn: Bilaga 7 - Regional mat- och livsmedelsstrategi för Gotland 2016-2025.pdf
Beskrivning:
Uppladdningsdatum: 2024-03-19
Filnamn: Bilaga 9 - Riskhanteringsplan.xlsx
Beskrivning:
Uppladdningsdatum: 2024-03-19
Filnamn: Bilaga 12 - Förändringsteori.pdf
Beskrivning:
Uppladdningsdatum: 2024-03-19

Filnamn: Bil 8 Inköps-upphandlingsplan Transform matobesöksnär.pdf
Beskrivning: Inköps- och upphandlingsplan Gotländska mat och besöksnäringensföretag i transformation
Uppladdningsdatum: 2024-03-19
Filnamn: Bil 13 Registreringsbevis - 556990-7883.pdf
Beskrivning: Registreringsbevis Gotland Grönt Centrum AB
Uppladdningsdatum: 2024-03-19
Filnamn: Bil 10 Budget 40 gotl matobesöksn i transformation.pdf
Beskrivning: Budget enligt schablon 40% personalintensiv med deltagaravgifter
Uppladdningsdatum: 2024-03-19
Filnamn: Bil 11 Budget 15 gotl matobesöksn i transformation.pdf
Beskrivning: Budget 15% schablon som visar faktiska kostnader i projektet samt deltagaravgifter
Uppladdningsdatum: 2024-03-19
Filnamn: Originalansökan
Beskrivning: Inkommen originalansökan - Maskinläsbart format
Uppladdningsdatum: 2024-03-20