



**Näringslivs
centrum**

VERKSAMHETSPLAN 2019

Vision

Åtvidaberg har ett dynamiskt näringsliv med lönsamma företag, stora som små, inom de flesta branscher. Det lokala näringslivet består av företag som vågar vilja växa och känner stolthet. Via samverkan och god kommunikation mellan företagen, kommunen samt NC stimuleras Åtvidabergs näringsliv att utvecklas med stor framåtanda.

Affärsidé

För att bidra till att uppnå visionen ska NC genomföra aktiviteter, teckna samarbetsavtal och förmedla resurser som underlättar för företagen att växa och vara lönsamma. Genom många och täta kontakter med medlemmarna ska NC fånga upp viktiga utvecklingsområden för företagandet. NC ska tillsammans med näringsliv, kommun och externa aktörer engagera sig i ett strategiskt utvecklingsarbete för orten.

Uppdraget och grundläggande värderingar

NCs verksamhet vilar på två ben - direkt medlemsnytta och generell näringslivsutveckling.

Direkt medlemsnytta

NC ska alltid ha som yttersta uppdrag att leverera sådant medlemmarna uppfattar som nyttigheter och därmed stimulera och inspirera till ökad tillväxt och bättre lönsamhet. NC ska vara den naturliga intresseparten för medlemmarna.

Vidare ska NC alltid vara god ambassadör för sina medlemmar och i alla sammanhang lyfta fram dem. Samarbetet med medlemmarna ska präglas av tillit och utvecklingstänkande.

Näringslivsutveckling

NC ska vara lyhörda för utvecklingsmöjligheter i näringslivet och vara den naturliga bryggan mellan näringsliv och kommun. NC ska verka för ett gott samarbetsklimat med Åtvidabergs kommun och förmedla vikten av ett blomstrande näringsliv.

Arbetet med näringslivet ska präglas av nytänkande och framåtanda där Åtvidaberg ska vara ett föredöme för andra kommuner.

Verksamhet

Verksamhetsområden

Näringslivsutveckling	Medlemsnytta
Marknadskarta Nyföretagande Rekrytering av företag till orten Kontaktyta mellan företag och kommun Kontaktyta mellan företag och skola Handelsplats Åtvidaberg/BID35 Kvinnligt företagande Besöksnäring	Nätverk och mötesplatser Företagsutveckling Resursförmedling Utbildning
Kommunikation	

Verksamhetsplan 2019

Näringslivsutveckling
<p><i>Marknadskarta</i></p> <p>Marknadskartan innehåller idag cirka 200 av kommunens 330 aktiebolag. Den framtagna marknadskartan som ger en faktabaserad bild av näringslivet i Åtvidaberg uppdateras fortlöpande vid cirka 100 personliga besök per år. Fakta inkluderar bland annat företagens demografi och huvudintressenter men även info avseende framtidsplaner, möjligheter/hinder, unika kompetenser samt möjlighet till att ta emot praktikanter. Informationen samlas i en databas där man lätt kan göra sökningar sorterade på olika behov.</p> <p>Syftet med marknadskartan är bl a att bidra till utveckling genom att i rätt sammanhang identifiera synergi- och affärsmöjligheter för befintliga företag men även affärsutrymme för nya företag.</p> <p>Ett ytterligare syfte är att identifiera behov av och initiera olika nätverk bland företagen i kommunen.</p> <p>Att vi hela tiden har örat mot rälsten hos företagen ger en bra möjlighet att alltid ge kommunen aktuell status hos näringslivet, dess behov och framtidsplaner.</p>
<p><i>Nyföretagande</i></p> <p>Samverkansavtal finns med Nyföretagarcentrum i Kinda som möjliggör gratis rådgivning till nyföretagare på plats i Åtvidaberg. Näringslivscentrum annonserar regelbundet i Åtvidabergsplatsen om möjligheten till rådgivning.</p> <p>NC ska löpande i samarbete med NFC Kinda anordna inspirationsträffar för att stimulera nyföretagande. Extra insats planeras under året för att stimulera kvinnligt företagande.</p>
<p><i>Rekrytering av företag till orten</i></p> <p>I samverkan med Åtvidabergs kommun pågår under 2018 ett arbete med att ta fram ett etableringserbjudande i form av ett tryckt- och digitalt material. Det materialet ska under 2019 användas till att proaktivt söka nyetableringar till orten. För att hitta potentiella etableringar används bland annat marknadskartan där man kan läsa ut om vissa branscher saknas och vad ortens befintliga företag saknar.</p> <p>NC är också delaktiga i länets satsning på Östgötamorgon. Där bjuds alumner från Linköpings universitet som bosatt sig i Stockholm in till frukostmöten på plats i Stockholm i syfte att locka tillbaka arbetskraft till länet.</p> <p>NC arrangerar även Åtvidaberg är Öppet vartannat år för att bland annat marknadsföra orten som en bra plats att driva företag på.</p>
<p><i>Kontaktyta mellan företag och kommun</i></p> <p>Det är viktigt att NC har rollen att vara ett nav mellan kommunen och näringslivet. NC ska vara behjälpligt med att förmedla kommunens övergripande mål med näringslivsutvecklingen. Företagen kan också ta NC till hjälp för att hitta rätt väg in i kommunen avseende tillstånd och andra ärenden till kommunala förvaltningar.</p>

NCs stora kännedom om företagen gör också att man kan vara till hjälp med kontakter avseende praktikplatser för skolelever men även till dem som står långt ifrån arbetsmarknaden.

NC erbjuder sig att regelbundet komma till kommunstyrelsen och/eller kommunfullmäktige för att ge aktuell status på näringslivet men också rapportera den egna verksamheten. NCs organisation bygger på samverkan och transparens.

Kontaktyta mellan företag och skola

Under 2019 ska arbetet fortsätta med att i samverkan med skolan titta på hur man kan öka attraktiviteten på vår gymnasieskola och öka söktrycket på bland annat industri- och teknikprogram.

NC är även behjälpliga med att vara språkrör avseende praktikplatser, studiebesök och andra aktiviteter mellan skola och näringsliv.

Handelsplats Åtvidaberg/BID35

Handelsplats Åtvidaberg är ett treårigt samverkansprojekt som fortgår till 2019-12-31 och drivs av NC. Samverkansparter och finansiärer är Åtvidabergs kommun, Åtvidabergs Sparbank, fastighetsägare, handel och annan näring kring främst Stortorget.

Syftet med projektet är att stärka dem som bedriver näring i anslutning till Stortorget men omfattar också övriga handelsföretag som inte ligger i centrum.

Inom ramen för det projektet pågår ett delprojekt, BID35, som avslutas 2018-12-31. Målet med det projektet är att få fram en handlingsplan (baserad på nulägesanalys och resultat från arbetsgrupper) för ett geografiskt avgränsat område (BID-området). I dagsläget är cirka 45 personer engagerade i projektet och utgör ett nätverk i sig.

NC kommer att jobba helt i enlighet med vad som framkommer i handlingsplanen.

Kvinnligt företagande

Åtvidaberg har en underrepresentation av kvinnliga företagare varför NC alltid ska verka för att stimulera kvinnor till att driva företag. Det sker dels genom samarbetet med Nyföretagarcentrum i Kinda men kan även ske genom att initiera och driva kvinnliga nätverk.

NC kommer under 2019 göra en kartläggning av kvinnliga företagare i kommunen för att kunna synliggöra dem och inspirera ökad andel kvinnor som driver företag.

Svenskt Näringslivs ranking av företagsklimat

Tillsammans med Åtvidabergs kommun ska NC analysera resultatet från 2018 för att konkretisera;

- vilka slutsatser kan dras av ranking (totalt och delområden) samt ev förändring
- vilka områden kan påverkas
- om och i så fall hur åtgärder och mål ska kopplas till NC's verksamhet

Besöksnäring

Besöksnäringen har stor utvecklingspotential i Åtvidaberg. NC ska därför i samverkan med turismansvarig på Åtvidabergs kommun försöka identifiera sätt att stärka företag i branschen.

NC kommer 2019 att göra en inventering av vilka företag som bedriver verksamhet inom besöksnäringen.

Medlemsnytta

Nätverk och mötesplatser

Erfarenheten visar både att det finns ett behov av mötesplatser och vad som fungerar. För att tillgodose olika behov av nätverkande organiserar NC ett antal aktiviteter;

- frukostmöten 8 gånger per år
- luncher för direktkontakt med kommunens politiker och tjänstemän, 2 gånger per år
- Entreprenördagen, V45
- Åtvidaberg är Öppet (vartannat år)
- Kunskapsseminarier och utbildningar efter behov, 2 gånger per år

Samtliga aktiviteter tidsätts och kommuniceras halvårsvis med god framförhållning.

Från marknadskartan med all sin information identifieras också områden för att initiera nätverk. Dessa kan vara sammansatta efter geografi, bransch eller genom gemensamma möjligheter/problem.

Genom att aktivt arbeta för att det finns bra mötesplatser mellan företagen, mellan kommun och företag, mellan företag och andra organisationer kan man tidigt känna av och upptäcka trender och behov som bidrar till näringslivets utveckling.

Företagsutveckling/resursförmedling

En basverksamhet för NC är direktkontakt och diskussioner med företag. Anteckningar från dessa möten sparas in i ett CRM-system.

NC ska aktivt hjälpa till att finna rätt kontakter och nätverk när behov uppstår av exempelvis;

- samarbeten med andra företag
- lokal och regional kompetens inom relevanta områden
- lokaler
- finansiering

NC säkerställer att goda kontakter finns med banker, revisorer, Almi och övriga främjarsystem, Linköpings universitet, regionala aktörer m fl.

Utbildning

I marknadskartan samlas information om företagens utbildningsbehov. I de fall det är flera företag med samma behov kan NC arrangera utbildningen. I de fall det bara är enstaka företag hjälper NC till att hitta öppna kurser på marknaden.

Digital enkät

Som komplement till de personliga besöken görs regelbundet en digital enkät. Det möjliggör att nå fler företag och därmed ytterligare värdefull information.

- Skapa bredare bild av medlemmarnas förväntningar på NC's verksamhet.
- Få grundläggande information om behov, status och planer.
- Kartläggning av företagens kompetensbehov.

Insamlad information samlas i vårt CRM-system.

Kommunikation

Intern kommunikation (NC > ftg)

Hemsida - huvudkanal där man hittar information om NC och dess verksamhet.

- Fakta om verksamheten
- Aktiviteter
- Länkar och tips om regionala aktörer
- Kunskapsbank (seminarier youtube, länkar till intressanta artiklar osv)
- Medlemsförteckning
- Kontaktinformation
- Samarbetspartners
- Länk till kommunens hemsida
- Varningslistan (en lista över oseriösa företag från Svensk Handel)

Facebook - Snabb kanal med fokus på att det händer saker hela tiden hos NC och hos våra medlemmar.

- Snabba inlägg med fokus på att det händer saker
- Inlägg och bilder om aktiviteter i samma stund som de pågår
- Uppmärksamma händelser och nyheter hos våra medlemmar
- Forum för erfarenhetsutbyte

Nyhetsbrev - Sammanfattar det som publiceras på hemsida och FB, påminnelse till medlemmarna om kommande aktiviteter och vad som händer.

Extern kommunikation (ftg > NC > omvärlden)

Press - Aktivt förse medier som exempelvis Corren med information om vad som händer i NCs verksamhet och hos dess medlemmar.

Marknadsföring - Via månatlig spalt i Åtvidabergsplatsen och vid övriga tillfällen som ges ska Åtvidaberg, dess näringsliv och NC's verksamhet marknadsföras. Ambitionen är att samtliga intressenter, inklusive icke medlemsföretag, har en korrekt bild av näringslivsklimat samt fördelarna med NC.

Den månatliga spalten är också öppen för medlemsföretagen att skriva i.

Övergripande mål

- Antal medlemmar – 120 st
- Antal medlemsbesök – 120 st
- Svenskt Näringslivsranking – topp 30%. Detta följer de mål Åtvidabergs kommun satt upp i Vision 2020.