

## ANSÖKAN OM MEDFINANSIERING TILL PROJEKT

EU Strukturfond  Annat EU  Interreg  Regionalt

### Projektnamn

Storsjöran som katalysator för regional utveckling och kompetensförsörjning

### Projektperiod

Start (åååå-mm-dd)

2017-07-01

Slut (åååå-mm-dd)

2018-06-30

### Sökt belopp

750.000 kr

### Uppgifter om sökanden

Sökande (organisationens namn)

Storsjöran Evenemang AB

Organisationsnr.

556517-3803

Adress

Prästgatan 40

CFAR-nummer

29443249

Postnr

831 30

Ort

Östersund

Plusgiro

Telefon

063-120076

Bankgiro

5017-4952

Har sökande rätt att dra av moms 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.

17/5-2017

Datum

Andreas Vikke

Behörig firmatecknare

Andreas Viktorsson

Namnförtydligande

1. Kontaktpersoner			
Kontaktperson hos sökanden Andréa Viktorsson		Kontaktperson ekonomi Lars Sillrén	
Telefon nr 063-120076	Mobiltelefon nr 070-3448012	Telefon nr 063-120076	Mobiltelefon nr 070-3448016
e-postadress andrea@yran.se		e-postadress lars.sillren@yran.se	
Projektledare Andréa Viktorsson			
Telefon nr se ovan		Mobiltelefon nr se ovan	
e-postadress se ovan			

2. Upphandling	
Omfattas sökanden av Lagen om Offentlig upphandling? <input type="checkbox"/> Ja <input checked="" 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 finansjär och belopp	
Finansjär	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
<p>4.1 Bakgrundsbeskrivning, skäl för projektet</p> <p>Inom de närmsta tjugo åren förväntas tre fjärdelar av Sveriges tillväxt ske i de tre storstadsregionerna. Det innebär stora utmaningar för en region som Jämtland Härjedalen, som utan inflyttade invandrare och personer från närområdet skulle ha en negativ befolkningstillväxt.</p> <p>Forskare som Richard Florida visar att för att få igång en positiv tillväxt krävs en attraktiv miljö med goda villkor. Det lockar till sig nya invånare och nya investerare som i sin tur leder till att nya företag söker sig dit. I den kreativa ekonomin konkurrerar man med sin öppenhet, sin kultur och sin mångsidighet.</p> <p>Forskningen lyfter fram ett rikt och spännande kulturliv som en av de absolut viktigaste konkurrensfördelarna man kan tillskansa sig när det gäller att locka till sig kunskapsintensiva människor. Stora återkommande kulturevenemang är därför ett strategiskt vapen i regionala utveckling och kompetensförsörjning. (Florida, Richard (2002) <i>The Rise of the creative class... and how it's transforming work, leisure, community, &amp; everyday life</i>. Basic Books, New York, USA Florida, Richard (2005) <i>Cities and the creative class</i>. Routledge, New York, USA)</p> <p>Region Jämtland Härjedalen beskriver i Regional Utvecklingsstrategi den kreativa sektorn som ett strategiskt område: "Den kreativa sektorn har god potential till hållbar samhällsutveckling – både när det gäller social och ekonomisk tillväxt. Sektorn skapar egna värden och fungerar som värdeskapare för andra branscher". Man konstaterade också att länet "utifrån sin attraktionskraft har bra förutsättningar att arrangera internationella evenemang..." (Jämtland/Härjedalen 2030, Innovativt &amp; Attraktivt, Regional utvecklingsstrategi 2014-2030, Region Jämtland Härjedalen 2013)</p> <p>Storsjöyran svarar på alla sätt upp mot beskrivningarna ovan av evenemang som kommer att ge städer och regioner framtida konkurrensfördelar. Sedan mitten av 1990-talet har nästan alla svenska festivaler med internationella ambitioner lagts ner, men Storsjöyran fortsätter existera trots att geografiska förutsättningar och befolkningsunderlag talar emot.</p> <p>Storsjöyran har under lång tid varit en återkommande samlingspunkt för jämtar och härjedalingar, återvändare och nya besökare men också en arena för regionen, kulturutövare och andra aktörer att synas på och dra nytta av. Cirka 40 procent av festivalbesökarna är tillresta från platser utanför länet; många men någon relation till Jämtland-Härjedalen. Varumärket Storsjöyran är starkt och något man gärna vill förknippas med men medvetenheten om hur detta kan göras bättre och vilka effekter det kan ha behöver stärkas.</p>

<p>4.2 Sammanfattande projektbeskrivning Projektet ska nyttja evenemanget och företaget Storsjöyan som katalysator för regional utveckling och kompetensförsörjning.</p>
<p>4.3 Syfte med projektet Projektets övergripande syfte är att bidra till att fler personer ska besöka, söka arbete, studera och bosätta sig i Jämtland-Härjedalen.</p> <p>Projektet ska med stöd av ett av de mest etablerade och långsiktigt fungerande regionala evenemangen, Storsjöyan, skapa möjligheter för aktörer i hela Jämtland Härjedalen att dra nytta av drivkraften som detta evenemang bidrar till, samt att identifiera utvecklingsmetoder för hur man med detta som modell kan överföra arbetssättet på andra reseanlednings varumärken.</p> <p>Samverkan mellan företag utvecklas med målet att skapa bättre affärer under, före och efter Yran.</p> <p>Projektet ska även hitta former för innovationsarbete; dels mellan företag som agerar i anslutning till evenemanget och dels genom att nyttja Storsjöyans erfarenheter och nätverk bland kreativa näringar utomlands för att ge inspiration till företrädare för regionen.</p>
<p>4.4 Projektets mål</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Att nyttja Storsjöyan för att stärka bilden av Jämtland-Härjedalen som en attraktiv region att besöka och arbeta i, för att på så sätt underlätta kompetensförsörjning.</li> <li>- Att genomföra en process med inriktning mot platsmarknadsföring och affärsutveckling för att därigenom utveckla en innovativ modell för hur man kan använda befintliga reseanlednings varumärken lokalt och regionalt i Jämtland Härjedalen.</li> </ul>
<p>4.5 Projektets målgrupp I en publik del potentiella inflyttare och besökare, i en intern del tjänstemän som arbetar med och företag inom kreativa näringarna.</p>
<p>4.6 Projektorganisationen Övergripande projektansvarig: Andréa Wiktorsson, vd Storsjöyan Projektledare: Rekryteras vid projektstart Verksamhetskoordinator , delprojekt 1,2: Stefan Kauppi, producent Storsjöyan Verksamhetskoordinator, delprojekt 3,4: Anna Magnusson Projektadministration och ekonomi: Lars Sillrén Extern projektkonsult: Joppe Pihlgren, musiker, tv-journalist, filmproducent och tidigare tjänsteman på KK-stiftelsen</p>
<p>4.7 Arbetssätt och verksamhetsbeskrivning, inklusive beskrivning av de aktiviteter som tas upp under punkt 5</p> <p>Processen som ska genomföras och etableras som en modell och bygger på följande delar: Omvärldsanalys och trendbevakning, identifiering av goda exempel, genomförande av affärsutvecklingsmodeller, uppföljning, utvärdering och utveckling inför ny säsong:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Omvärldsbekvakning med Yran Delegation från Yran och länets näringslivskontor (eller av dem utsedda) besöker Trondheim för att lära av hur de arbetar med företag i den kreativa sektorn som katalysatorer för regional utveckling och hur storortens kranskommuner drar nytta av företagen. Trondheim uppvisar både en stor dynamik med bredd inom den högre utbildningen och forskning samt ett rikt kulturliv och har dessutom en yngre befolkning än landets medelålder. Mångfalden är stor, människor från över 100 nationer bor här.</li> <li>2) Kraftsamling för helhetsupplevelse. Ny evenemangssamverkansplattform som ska utvecklas genom projektet och som skapar fördjupad samverkan mellan företag i länet som är och behöver vara leverantörer av tjänster i samband med Yran, t ex taxi, restauranger, handel, hotell. Hitta en modell för långsiktig samverkan.</li> <li>3) Evenemang som regional marknadsförare mot besökare och inflyttare Denna projektdel syftar till att utveckla en innovativ modell och löpande testa hur man, utifrån Storsjöyan, använder stora regionala evenemang, besöksanläggningar och andra reseanledningar för att ge en långsiktigt positiv bild av regionen gentemot besökare och möjliga inflyttare. Utvecklingsmetoder och arbetsmodeller ska utvecklas för hur man med detta som exempel kan överföra samma arbetssätt på andra reseanlednings varumärken.</li> </ol>

4) "Bräcke & Yran". Hitta former för hur kommunerna kan dra nytta av varumärket Storsjöran/Yran samt skapa en form för hur kommunernas och/eller deras ortsvarumärkesskapande företag syns i samband med Yran. Här ska även en process genomföras med utvalda kultuarbetare i kommunerna i syfte att de ska delta i sceniska framträdanden under Yranveckan.

Denna projektdel inkluderar även möjlighet till fysisk exponeringsyta under Yranveckan.

#### 4.8 Projektavgränsning

Projektet bygger på erfarenheter och kompetens Storsjöran Evenemang AB besitter, men är till sitt innehåll skilt från Storsjörans ordinarie verksamhet.

Inget i det projektet tillför kan följaktligen genomföras med Storsjörans egna resurser.

#### 4.9 Koppling till det regionala näringslivet

Projektet är framarbetat och utvecklat delvis av och för näringslivet och är riktat till näringslivets aktörer. Alpina VM-organisationen kommer att nyttja Storsjöran för att bygga nätverk mot regionala besökare och på så sätt vinna erfarenheter av hur starrka evenemangsvarumärken kan interagera.

#### 4.10 Koppling till andra projekt

Projektet kommer att samverka med ett antal satsningar som på olika sätt kan stärka och bidra till projektets målsättning. Bland dessa återfinns JHT, MIUN/E-TOUR genom forskaren Wilhelm Skoglund, som också bidrar med erfarenheter från UNESCO-nätverket.

#### 4.11 Resultatspridning

Utvärderingsrapport distribueras digitalt och i tryckt form. Projektresultat, frågeställningar och utvärdering kommer även att presenteras vid ett offentligt samtal i samband med Storsjöran och/eller vid andra stora evenemang i regionen.

#### 4.12 Uppföljning/Utvärdering/Följeforskning

Projektet kommer att utvärderas i anslutning till dess avslutande för att se hur Yran kunnat nyttjas för att nå målen; att stärka bilden av Jämtland-Härjedalen som en attraktiv region att besöka och arbeta i, för att på så sätt underlätta kompetensförsörjning samt hur en process kunnat starta i syfte att utveckla en innovativ modell för att använda befintliga reseanledningars varumärken lokalt och regionalt i Jämtland Härjedalen.

Vid ett positivt utvärderingsresultat kommer en ny projektansökan för ytterligare två år att lämnas in, i syfte att ge projektet en långsiktig hållbarhet.

<b>5. Tid och aktivitetsplan för projektet</b>			
Aktiviteter ska beskrivas/utvecklas under punkt 4.7			
Aktivitet	Startdatum	Slutdatum	Budgeterad kostnad
-Omvärldsbevakning med Yran	2017-07-01	2018-02-28	250000
-Kraftsamling för helhetsupplevelse.	2017-07-01	2018-06-30	350000
-Evenemang som regional marknadsförare mot besökare och inflyttare	2017-07-01	2018-06-30	400000
-"Bräcke & Yran", kommunerna som en del av Yran	2017-07-01	2018-06-30	400000
Insatser för något/några av de horisontella kriterierna			
Informationsspridning om verksamhet och resultat			50000
Projektutvärdering och slutredovisning, inklusive slutrapport	2018--03-01	2018-06-30	50000
<b>Projektets start och slutdatum</b>	2017-07-01	2018-06-30	

<b>6. Indikatorer</b>			
<b>6.1 Indikator</b>	<b>Kvinnor</b>	<b>Män</b>	<b>Antal</b>
Antal arbetstillfällen som skapas av projektets genomförande, såväl inom själva projektet som externt (fördelat på kvinnor och män)	0,5	0,5	1
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	10	10	20
Antal personer som deltar i projektet förutom projektägarens personal (fördelade på kvinnor och män)	15	15	30
Antal nya kommersiella produkter/tjänster/patent som följd av projektet			
Privat medfinansiering av projektet i kronor			

<b>6.2 Kommentar till indikatorerna</b>

<b>7. Horisontella kriterier</b>
<p>vilken påverkan har projektet på jämställdhet</p> <p><input type="checkbox"/> - Syftar direkt till att öka jämställdheten</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> - Har en övervägande positiv påverkan ur ett jämställdhetsperspektiv</p> <p><input type="checkbox"/> - Har en övervägande negativ påverkan ur ett jämställdhetsperspektiv</p>

<p>Besvara kortfattat följande fyra frågor:</p> <p><b>1.</b> Vilka mätbara mål finns avseende jämställdhet inom projektet? <b>2.</b> Vilka aktiviteter planeras för att nå målen när det gäller jämställdhet? <b>3.</b> På vilket sätt påverkar projektets resultat och effekter jämställdheten? <b>4.</b> Hur kommer projektet kvinnor och män till godo vad gäller företagande, arbetstillfällen etc.?</p> <p>För att skapa ökad attraktion genom att i högre grad använda de kreativa näringarna krävs ett tydligt inkluderandeperspektiv. Dvs såväl jämställdhetsfaktorn som mångfald är centrala delar i varför en plats är attraktiv och skapar tillväxt. I denna satsningen så är därför det en självklarhet att alla aktiviteter har ett naturligt fokus på hur arbetet skapar ökad jämställdhet och mångfald. Vid lyckat resultat, dvs att vi hittar framgångrika arbetssätt för att använda den kreativa näringen i högre grad så kommer därmed en mer välkomnande, jämställd och inkluderande kultur skapas som i sin tur också får en positiv effekt vad gäller företagande och fler arbetstillfällen för regionen</p>
<p>Vilken påverkan har projektet på integration och mångfald</p> <p><input type="checkbox"/> - Syftar direkt till att öka integration och mångfald</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> - Har en övervägande positiv påverkan ur ett integrations- och mångfaldsperspektiv</p> <p><input type="checkbox"/> - Har en övervägande negativ påverkan ur ett integrations- och mångfaldsperspektiv</p>
<p>Besvara kortfattat följande fyra frågor:</p> <p><b>1.</b> Vilka mätbara mål finns avseende integration och mångfald inom projektet? <b>2.</b> Vilka aktiviteter planeras för att nå projektets mål när det gäller integration och mångfald? <b>3.</b> På vilket sätt påverkar projektets resultat och effekter integration och mångfald? <b>4.</b> Hur kommer projektet olika grupper till godo vad gäller företagande, arbetstillfällen etc.</p> <p>För att skapa ökad attraktion genom att i högre grad använda de kreativa näringarna krävs ett tydligt inkluderandeperspektiv. Dvs såväl jämställdhetsfaktorn som mångfald är centrala delar i varför en plats är attraktiv och skapar tillväxt. I denna satsningen så är därför det en självklarhet att alla aktiviteter har ett naturligt fokus på hur arbetet skapar ökad jämställdhet och mångfald. Vid lyckat resultat, dvs att vi hittar framgångrika arbetssätt för att använda den kreativa näringen i högre grad så kommer därmed en mer välkomnande, jämställd och inkluderande kultur skapas som i sin tur också får en positiv effekt vad gäller företagande och fler arbetstillfällen för regionen.</p>
<p>Vilken påverkan har projektet på miljön</p> <p><input type="checkbox"/> - Syftar direkt till att förbättra miljön</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> - Har en övervägande positiv påverkan på miljön</p> <p><input type="checkbox"/> - Har en övervägande negativ påverkan på miljön</p>
<p>Besvara kortfattat följande fyra frågor:</p> <p><b>1.</b> Vilka mål finns avseende miljö inom projektet? <b>2.</b> Vilka aktiviteter planeras för att nå projektets mål när det gäller miljö? <b>3.</b> På vilket sätt påverkar projektets resultat och effekter miljön? <b>4.</b> Har projektet påverkan på något Natura 2000-område?</p>
<p>Vilken påverkan har projektet på folkhälsan (endast obligatorisk uppgift för Östra Mellansverige)</p> <p><input type="checkbox"/> - Syftar direkt till att förbättra folkhälsan</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> - Har en övervägande positiv påverkan på folkhälsan</p> <p><input type="checkbox"/> - Har en övervägande negativ påverkan på folkhälsan</p>
<p>Besvara kortfattat följande tre frågor:</p> <p><b>1.</b> Vilka mätbara mål finns avseende folkhälsa inom projektet? <b>2.</b> Vilka aktiviteter planeras för att nå målen när det gäller folkhälsa? <b>3.</b> på vilket sätt påverkar projektets resultat och effekter folkhälsan hos olika grupper?</p> <p>Projektet kommer arbeta för att skapa minimal påverkan på miljön. I en geografiskt stor region med många evenemang som attraherar gäster är mijöaspekten en cenral del och kommer därför finnas med och värderas löpande i arbetet för ekologisk hållbarhet.</p>
<p><b>8. Förväntade resultat</b></p>
<p>8.1 Förväntade resultat efter projektperioden</p> <p>Fler kreativa företagare som har vidareutvecklats. Nya nätverk har bildats</p>
<p>8.2 Förväntad verksamhet efter projektperioden</p> <p>Vid lyckat utfall fortsatt utveckling av arbetssättet och på så sätt etablerad modell för hur evenemang och de kreativa näringarna bidrar till hållbar tillväxt.</p>
<p>8.3 Förväntade effekter på sikt</p> <p>Ökad tillväxt, fler företag och en självklarhet i att den kreativa näringen skapar tillväxt, inte bara inom kultur utan för hela samhället och näringslivet.</p>