

ALMI

ÅRSREDOVISNING 2010

ALMIS MENTOR-
VERKSAMHET

Unik i Europa

NIO AV TIO KUNDER
REKOMMENDERAR
ALMI TILL ANDRA

2,1

miljarder kronor i utlåning
till 3 836 företag

FRAMGÅNGSRIKA FÖRETAG

Andelen kvinnor ökar
bland nya företag

5 285 nya företag startades
med hjälp från ALMI

49 nya investeringar i
riskkapitalverksamheten

KUNDEXEMPEL FRÅN VERKSAMHETEN:

20

FRAMGÅNGSRIKA FÖRETAG

FRÅN IDÉER TILL FRAMGÅNGSRIKA FÖRETAG

Vår vision är att skapa möjligheter för alla bärkraftiga idéer och företag att utvecklas. Genom att leva upp till visionen bidrar vi till att fler framgångsrika företag utvecklas i Sverige. Vi har lyckats när våra kunder är framgångsrika.

Med framgångsrika företag menar vi nya livskraftiga företag som bildas, företag som ökar sin konkurrenskraft och lönsamhet samt företag som växer - lokalt, nationellt eller på internationella marknader.

Framgångsrika företag kan vara såväl små som stora. De kan finnas i alla branscher och vara lokala eller internationella. Tillsammans gör de att näringslivet i Sverige växer och utvecklas. Det gemensamma är en bärkraftig idé – och någon som tror på idén.

Tobii Technology

Tobii är världsledande inom eye tracking, en teknologi som gör det möjligt att avgöra exakt var en person tittar. Vår teknologi har revolutionerat en mängd forskningsområden samt möjliggör för tusentals personer med svåra handikapp att kommunicera. Tobii's vision är att vår eye tracking-teknologi ska bli en del av var mans vardag, i personatorer, dataspel, bilsäkerhetslösningar, diagnostik, sjukhusutrustning och mycket mer. Tobii grundades 2001 och är ett av Sveriges snabbast växande teknikföretag. www.tobii.com

Marström Composit

Världsledande i utvecklingen av högkvalitativa kolfilterprodukter. Inriktningen är fördelad på tre områden, båtår, master och industrikomposit. Visionen är att växa och utveckla alla tre områdena samtidigt. www.marstrom.com

»Tack vare ALMIs investering så har vi nu det lättare att leva upp till begreppet ›Better Performance longer Life‹ inom alla tre grenarna Båt, Mast och Industrikomposit.«

PER WÄRN, VD MARSTRÖM COMPOSIT

Videoplaza

Videoplaza tillhandahåller en teknisk lösning för annonsvisning i webb-tv. De annonser som visas före program som Solsidan, Idol eller fotbollsVM, på nätet, i mobilen eller på iPaden står Videoplaza bakom. Bolaget bildades 2007 och huvudkontoret finns i London. Kunderna är TV4, Kanal 5, MTV3, M6, Ekstrabladet, VG, RTL Belgium med flera. www.videoplaza.se



Bambuser

Bambuser erbjuder en tjänst för att skicka strömmande video från mobiltelefonen ut på nätet. www.bambuser.com

Earbooks

Earbooks är Sveriges största fristående ljudboksförlag. Förlaget startades 2003, vilket gör det till ett av de äldsta på ljudboksmarknaden. Earbooks ger ut ljudböcker som intresserar många människor; spännings- och skönlitteratur och ett urval av framgångsrika fackböcker. www.earbooks.se



»Vi rostar kaffe för hand och i små batcher. Allt sker på två rostmaskiner från 1956, inte för att vi är traditionalister, utan för att vi tror på att kaffet smakar bättre när det inte stressas fram. Metoden kallas Slow Roast.«

JOHAN DAMGÅRD, VD JOHAN & NYSTRÖM

Johan & Nyström

Verksamheten utgörs av inköp av utvalda kaffeböner via egna kontakter i Sydamerika, som sedan rostras i eget nyuppfört kafferosteri. Försäljning av kaffe och te till renodlade specialbutiker och speciella caféer som erbjuder ett bredare sortiment ingår också i verksamheten. www.johanochnystrom.se

WeSC

WeSC grundades 1999 i Stockholm och står för WeAreTheSuperlativeConspiracy – den överlägsna konspirationen. WeSC såg ett glapp i marknaden mellan street och mode – det lite mer dressade och designade alternativet än vad streetwear erbjöd då. Detta ledde till skapandet av WeSC och segmentet streetfashion, där mode möter streetwear! WeSC riktar sig till den intellektuella slackern, 'life after skate' och den kreativa personen med intresse för design, musik, konst med mera och som delar livsstilen som WeSC representerar och står för. www.wesc.se



Teknikmagasinet

Teknikmagasinet är en butikskedja som säljer prylar i alla dess former; hemelektronik, gadgets, hushåll och personvård. Produktkatalogen, med 324 sidor prylar utges två gånger per år och trycks i ca 2,2 miljoner exemplar. Teknikmagasinet har idag 74 butiker i Sverige, 20 i Norge, två i Finland samt försäljning på nätet. Första butiken öppnades 1989 och företaget omsätter idag cirka 800 miljoner kronor. www.teknikmagasinet.se

Gotlandsflyg

Gotlandsflyg AB startade 2001 för att pressa priserna på den gotländska flygmarknaden. Idag transporterar vi över 200 000 resenärer varje år året runt. 2006 och 2008 var Gotlandsflyg det flygbolag i svenskt inrikesflyg med mest nöjda kunder enligt Svenskt Kvalitetsindex. Genom att endast flyga turbopropellerplan minskar vi vår miljöpåverkan. Vi har ett ambitiöst miljöarbete och är ISO 14001-miljöcertifierade sedan december 2009. www.gotlandsflyg.se

Apoteksamariten

Apoteksamariten är ett helt fristående apotek som drivs i privat regi där friskvård och sjukvård, tjänster och produkter samsas med hög service och kunskapsnivå. Vaccinering, allergitestning och blodtrycksmätning ingår i verksamheten. www.apoteksamariten.se

Music & Lights

Music & Lights har från starten 1987 blivit en av Skandinavien ledande aktörer. Företaget har idag kapacitet att leverera kompletta tekniklösningar inom ljud, ljus, bild, scen och transport – allt från mindre lokala evenemang till de största. Idol 2010 är ett exempel som kan betraktas som Sveriges största turnérande arenaproduktion genom tiderna. www.music-lights.se

»Vi skall aldrig bli branschens LIDL«

MICKE LJUNGBERG, VD MUSIC & LIGHTS



Arbrå Ångbageri

Redan 1892 gick ugnarna varma på Arbrå Ångbageri. Under 1980-talet bestämde man sig för att gå över till att bara producera skorpor och den stora succén: pepparkakan. Idag är det Petra Abrahamsson och Camilla Erlandsson som driver Arbrå Ångbageri och producerar sju sorters kakor som uppskattas för sin goda smak, bra råvaror och hemliga recept. Pepparkakan är kronjuvelen i bagerisamlingen. De gyllenbruna kakorna handplockas ned från plåtarna till burken av bagarinnorna själva. www.arbraangbageri.se

Bygghemma.se

Bygghemma.se är byggvaruhuset på nätet. Intresset för hem, renovering och inredning har vuxit konstant och vi är övertygade om att det har kommit för att stanna. Bygghemma.se erbjuder ett brett sortiment av kända svenska varumärken – levererade direkt till dörren. Utsedd till Årets komet på den stora handelsgalan Retail Awards i Stockholms stadshus. www.bygghemma.se

Solö Mechanical solutions

Över 50 års kunskap och erfarenhet när det gäller mekanisk tillverkning, vilket tillsammans med vår maskinpark gör att vi får en mycket kostnadseffektiv produktion. www.solomechanical.se

Gain IT Architecture & Solutions

Blev Gasellföretag 2010 och i Jönköping utsedd till Årets företagare 2010. Företaget har under de senaste åren haft en kraftig tillväxt med bibehållen vinst. Genom sin produkt EyeDoc™, blankett och ärendehantering, har Gain IT levererat lösningar som skapat förutsättningar hos kund för stora effektiviseringar och kostnadsreduktioner på en starkt växande marknad. www.gainit.se

Instant Systems Sweden

Utvecklar, tillverkar och tar hand om underhåll av avancerade självserviceautomater. Visionen är att erbjuda bekvämlighet i vardagen. Tack vare läkemedelsautomater på bland annat bensinmackar kan familjer lätt få tillgång till mediciner. Och tack vare automaternas låga hanteringskostnader blir dvd-filmer billigare att hyra. www.instantdvd.se

Silex Microsystems

Tillverkar och säljer mekaniska och elektriska system i mikroskala som byggs i form av chip, så kallade MEMS. 2010 var ett framgångsrikt år för Silex med en försäljningstillväxt på 130 procent, bland annat tack vare investering i en ny fabrik 2009 där ALMI bidrog med finansiering. www.silex.se

Kominox International

Kominox International ABs affärsidé är att sälja kvalitetsprodukter av rostfritt stål från Asien till distributörer och slutförbrukare i Nord- och Östeuropa. Företaget omsatte 2010 cirka 200 miljoner kronor. www.kominox.com

»Det har alltid varit en styrka att ha med ALMI som kreditgivare. De har inte bara lämnat krediter utan även goda råd.«

ANDERS NILSSON, VD KOMINOX

Solarit

Solarit utvecklar framtidens energisystem. Huvudverksamheten är elektronikutveckling samt utveckling av solenergilösningar för elnät och batterianslutna system. www.solpanel.se

Tailor Store

Tailor Store ska klä världen i kundanpassade plagg genom att vara det naturliga valet för online-shopping av måttbeställda kläder och accessoarer. Tailor Store ska ta en stor andel av den traditionella klädesmarknaden. www.tailorstore.se





ECOIL, VÄRLDENS BÄSTA ELDNINGSSOLJA



PROXIMION FÖRBÄTTAR
STANDAREN I BREDBANDSNÄTET



SKULPTURFABRIKEN



TELEBORGS SLOTT

- 4** OM ALMI
ALMIs verksamhet
- 5** 2010 I KORTHET
Året som gått
- 6** VD
Från idéer till framgångsrika företag
- 8** VISION & AFFÄRSIDÉ
- 10** TILLVÄXTMÅL
- 12** ALMIS ERBJUDANDEN
- 14** VICE VD
ALMI ska överträffa kundernas förväntningar

- 16** LÅNEVERKSAMHETEN
Ett bra år
- 19** PHARMADONE
Utvecklar och marknadsför
receptbelagda flytande läkemedel
- 20** PROXIMION
Förbättrar prestandan i bredbandsnätet
- 22** VÅRDASSISTANS
Erbjuder läkarbemannning och läkarrekrytering till
landsting och privata vårdgivare över hela landet

- 23** UBD CLEANTECH
Fabriksreoverar reservdelar till
biltillverkare i Europa
- 24** HOLJE MEKANISKA
Kvalitetssäkringssystem inom bil-
och flygindustrin
- 25** THE LOCAL FIRM
Klädmärket som överväldigar

- 26** ALMI INVEST
Flest investeringar i Sverige
- 28** ALMI INVESTS PORTFÖLJ
- 30** REDSENSE MEDICAL
Larmet som räddar liv
- 31** ECOIL
Världens bästa eldningsolja

- 32** INNOVATION
Innovationer ökar Sveriges konkurrenskraft
- 33** TECHPAY
Framtidens betalningsätt
- 34** PAPERTON
Digital tidningstjänst på frammarsch



ÅRETS NYBYGGARE

49



THE LOCAL FIRM

25

35 HÖVDING
Cykelhjälm – modell annorlunda

36 ISCONOVA
Utvecklar och säljer förstärkningskomponenter i vaccin

37 BIORECRO
Klimatstäda bort koldioxiden

38 INNOVATIVA KVINNOR
Allt fler affärsmodeller

40 RÅDGIVNING
Allt fler affärsmodeller

43 STYRELSEKRAFT
Fler kvinnor i styrelser tack vare Styrelsekraft

44 SKULPTURFABRIKEN
Designar möbler i betong

46 TELEBORGS SLOTT
Ett lönsamt underverk

47 COMPOSITTEKNIK
Ledande position i compositbranschen

48 IFS RÅDGIVNING
Rekordmånga nystartade invandrarföretag

49 JANGIR MADDADI DESIGN BUREAU
Designer blev årets nybyggare

50 MENTORVERKSAMHET
ALMIs mentorverksamhet unik i Europa

51 SOLENTRO
Steget före Gutenberg

52 MEDARBETARE
Ständig kompetensutveckling hos ALMI

54 KOMMUNIKATION
Ett starkt varumärke

56 EVENTS
Events under året

58 Hållbarhetsredovisning

66 ALMIs organisation

67 Dotterbolagen

76 Förvaltningsberättelse

80 Koncernens resultaträkning

81 Koncernens balansräkning

83 Koncernens sammanställning av förändringar i eget kapital

84 Koncernens kassaflödesanalys

85 Moderbolagets resultaträkning

86 Moderbolagets balansräkning

88 Moderbolagets sammanställning av förändringar i eget kapital

89 Moderbolagets kassaflödesanalys

90 Noter

100 Revisionsberättelse

101 Bestyrkanderapport

102 ORDFÖRANDE
Stark framtidstro

104 Styrelsen

106 Ledningen



35

HÖVDING
– EN ANNORLUNDA
CYKELHJÄLM



ALMI Företagspartner AB ägs av staten och är moderbolag i en koncern med 19 dotterbolag – 17 regionala dotterbolag plus ALMI Invest AB och IFS Rådgivning AB. De regionala dotterbolagen ägs till 51 procent av moderbolaget och till 49 procent av regionala ägare såsom landsting eller regionförbund. Dotterbolagens styrelser består av politiker och företagare från regionen. ALMI Invest ägs till 100 procent av moderbolaget och IFS Rådgivning ägs till 51 procent av moderbolaget och 49 procent av stiftelsen IFS Rådgivningscentrum. Den operativa verksamheten bedrivs i de regionala dotterbolagen. Moderbolagets uppgift är att svara för ledning, samordning, utveckling av produkter och verksamhet samt service i koncern-gemensamma funktioner.

ALMI är kanalen för näringspolitiska insatser med syfte att främja näringslivets utveckling. Förståelse för företagarens verklighet och regionala förutsättningar är viktigt för ALMIs verksamhet. Ofta krävs också både ett nationellt och globalt perspektiv för att bidra till företagets framgång. ALMI har en marknadskompletterande roll vilket innebär att verksamheten inte ska konkurrera med den privata marknadens utbud av tjänster.



Verksamheten omfattar finansiering och rådgivning i företagets alla faser – från idéer till framgångsrika företag.

FINANSIERING

ALMI kompletterar marknaden genom att erbjuda riskvillig finansiering när ingen annan gör det. Som marknadskompletterande finansiering är det ALMIs roll att ta lite större risk. Bärkraften i idén och företagets framtidspotential har större betydelse än de reala tillgångarna. Viktigt är också entreprenörens och företagets förmåga att utveckla och ta tillvara idén eller investeringen.

Lån

Lånefonden ägs och förvaltas av moderbolaget. De regionala bolagen bedriver utlåning på uppdrag av moderbolaget. För att kompensera för den högre risken och för att inte konkurrera med den privata marknaden tar ALMI ut en ränta som är högre än en genomsnittlig bankränta. ALMI erbjuder företagslån, mikrolån, finansiering för företag som verkar på internationella marknader samt särskilt anpassade finansieringsformer för innovatörer. Kreditgivning sker i samverkan med andra kreditgivare och bankerna är här en viktig samarbetspartner.

Riskkapital

ALMI Invest är ALMIs riskkapitalbolag som investerar i svenska företag som står inför en tillväxtfas. Investeringsobjekt är ofta företag i tidiga utvecklingsskeden med skalbara affärsmodeller och möjlighet till långsiktig värdetillväxt. Investeringar sker alltid tillsammans med en partner. ALMI Invest består av sju regionalt baserade riskkapitalfonder och förvaltar totalt över en miljard kronor.

RÅDGIVNING

Rådgivning kan ske individuellt, i grupp eller via web-baserade tjänster. Därutöver erbjuder ALMI seminarier och nätverksträffar i samarbete med externa aktörer. Kontakt-förmedling är en viktig del av rådgivningen. Rådgivning utförs av ALMIs rådgivare eller av externa underkonsulter. Utgångspunkten är att kunderna ska erbjudas bästa möjliga tjänst och kompetens utifrån sina behov. ALMIs verksamhet är regionalt baserad. Utifrån de regionala förutsättningarna och efter bolagets egna resurser varierar erbjudandena inom rådgivning från region till region.

Innovation

Innovationsrådgivningen består av tre faser, den första är att beskriva idén, den andra att utveckla idén och den tredje att kommersialisera idén. Ytterligare ett erbjudande inom innovationsrådgivningen är produktutveckling, riktad mot befintliga företag som önskar vidareutveckla existerande eller nya varor och tjänster.

Nyföretagande

Nyföretagarrådgivningen riktar sig till personer som är på väg att bli företagare. En del av verksamheten är IFS Rådgivning som vänder sig till företagare med utländsk bakgrund. Här finns också Företagarskolan som är ett utbildningsprogram för den som funderar på att starta eller nyss har startat eget företag.

Övrig rådgivning

Övrig rådgivning är erbjudanden som riktas mot etablerade företag samt erbjudande i samband med ägarskiftet där fokus ligger på köpare av företag. Ytterligare ett erbjudande är Mentor Eget Företag som är ett komplement till ordinarie rådgivning för företagare i tidiga skeden. Genom ALMI får en adept tillgång till en mentor som ställer upp ideellt.

2010 i KORTHET

3 836

FÖRETAG BEVILJADES LÅN PÅ TOTALT
2 112 MILJONER KRONOR

1 179 mentorpar
sammanfördes i
mentorverksamheten.

I riskkapitalverksamheten
togs beslut om 49 nya
investeringar.

9/10

Kundundersökningen visar på
en fortsatt hög kundnöjdhet, nio
av tio kunder kan tänka sig att
rekommendera ALMI till andra.

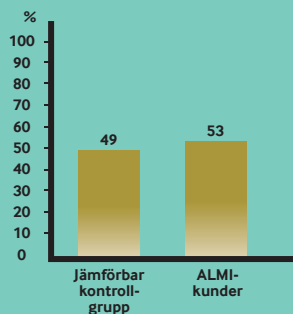
14 472 kunder
fick rådgivning.

21 854 personer
deltog i seminarier.

5 285 nya företag startades med hjälp från ALMI.

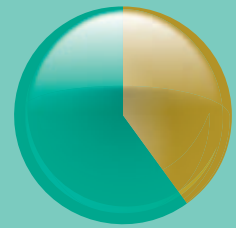
563 innovationer
kommersialiserades

EFFEKTMÄTNINGEN visar att kundföretagens omsättning ökade med 23 procent, motsvarande siffra för kontrollgruppen var 22 procent. Antalet anställda ökade med 34 procent, motsvarande siffra för kontrollgruppen var 20 procent. Effektmätningen avser perioden 2006–2009.

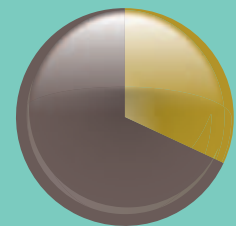


ÖVERLEVNADSGRADEN bland ALMIs nya företag med en omsättning på över 100 tkr var 53 procent efter tre års verksamhet. Motsvarande siffra för kontrollgruppen var 49 procent.

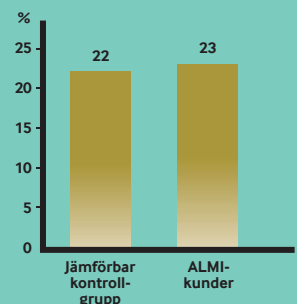
■ Män, 60%
■ Kvinnor, 40%



I DE NYA FÖRETAGEN
VAR ANDELEN KVINNOR
40 PROCENT OCH ANDELEN
INVANDRARE 32 PROCENT



■ Invandrare, 32%
■ Icke Invandrare, 68%



Från idéer till FRAMGÅNGSRIKA FÖRETAG

Ett av våra kundföretag startade 2006 med lån från ALMI. Idén byggde på försäljning av varor över nätet. Företaget växte snabbt och var under 2009 moget att gå utanför landets gränser. Som för många andra små och medelstora företag var det under finanskrisen omöjligt att få en bankfinansiering. Företaget vände sig därför till ALMI och beviljades en kredit i början av 2010.

GÖRAN LUNDWALL KONCERNCHEF & VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR

ånet var direkt avgörande för företaget som sedan dess tagit in nya ägare och knappt ett år senare beviljats en större kredit av banken. Företaget finns idag i åtta länder, har över 65 anställda och räknar med att fördubbla sin omsättning det närmaste året.

Situationen för det här företaget var inte unik. Många företag hade samma svårigheter att hitta finansiering. Detta oavsett om företaget var litet och nystartat eller ett något större företag med många år av lönsam verksamhet. ALMIs marknadskompletterande finansiering var direkt avgörande för många

små och medelstora företags överlevnad och utveckling. Sedan finanskrisen startade hösten 2008 har ALMI beviljat lån till över 10 000 företag över hela landet.

Konjunkturen i Sverige har efterhand stärkts under 2010 och tillväxten i de små och medelstora företagen är hög. Tillgången på kapital har successivt förbättrats och därmed har efterfrågan på marknadskompletterande finansiering minskat. ALMIs utlåning sjönk tillbaka under året men låg fortfarande väsentligt högre än före finanskrisen. Rörelsekrediterna minskade och istället märktes en ökning av antalet krediter till investeringar och företagsöverlåtelser.

Intresset för ALMIs rådgivningsverksamhet var fortsatt mycket stort under 2010. Under året tog närmare 15 000 kunder del av våra kunderbudanden inom rådgivning. Därutöver har närmare 22 000 deltagit i seminarier och 28 000 besökt Företagarskolan på ALMIs hemsida. ALMIs rådgivning till invandrare, IFS-rådgivningen, bidrog till att 1500 företag startades av personer med utländsk bakgrund.

Rådgivning utförs av ALMIs rådgivare eller av externa underkonsulter. Utgångspunkten är att kunderna ska erbjudas bästa möjliga tjänst och kompetens utifrån företagets behov. Hälften av ALMIs rådgivning sker med externa rådgivare som till exempel privata konsulter och ideella mentorer inom ramen för det uppmärksammade programmet Mentor Eget Företag.

Antalet ”venture investeringar” sjönk markant under finanskrisen och marknaden för riskvilligt kapital minskade kraftigt under samma period. ALMIs satsning på riskkapital var därför ett välkommet initiativ. ALMI Invest gjorde före sommaren 2009 den första investeringen. Sedan dess har närmare 70 investeringar gjorts tillsammans med privat kapital i små företag i tidiga skeden samt i tidig expansionsfas. Under 2010 har drygt 135 miljoner kronor investerats i 49 företag, vilket har bidragit till att ytterligare över 190 miljoner kronor har tillförts bolagen från privata investeringspartners.

EN UTMANANDE VISION

Den ökande efterfrågan ställer krav på fortsatt utveckling av våra tjänster, vårt arbetssätt och vår organisation. Under 2010 inleddes därför arbetet med att förnya ALMIs nuvarande strategi. Syftet är att åstadkomma största möjliga nytta för kunder och ägare genom att erbjuda en bättre och mer resurseffektiv verksamhet. Vår vision är att skapa möjligheter för alla bärkraftiga idéer och företag att utvecklas.

Visionen är utmanande för oss som arbetar i ALMI. Utmaningen ligger i att, med begränsade resurser, erbjuda marknadskompletterande tjänster med hög kvalitet åt så många framgångsrika företag som möjligt. Med framgångsrika företag menar vi nya livskraftiga

företag som startas, företag som ökar sin konkurrenskraft och lönsamhet samt företag som växer – lokalt, nationellt eller på internationella marknader. Dessa företag finns i alla branscher och över hela landet. Vi är en regional företagspartner och närheten till kunden är central i vår verksamhet.

I strategiarbetet ser vi över våra kunderbjudanden. Kunderna ska uppfatta ALMI som en affärsmässig partner med lättillgänglig service och snabba besked. Nyckeln till framgång ligger i engagemanget och kompetensen hos våra medarbetare. ALMI ska vara en arbetsgivare som attraherar duktiga personer och som erbjuder en miljö att utvecklas i. De som arbetar i ALMI ska vara genuint engagerade och kunniga i att utveckla företag. Spetskompetensen behöver inte nödvändigtvis finnas bland ALMIs medarbetare utan kan lika gärna erbjudas via ALMIs etablerade nätverk av konsulter och andra aktörer, privata eller offentliga.

För att möta den ökade efterfrågan behöver vi bli ännu effektivare. Så stor del som möjligt av våra tillgängliga resurser ska användas i kundmötet. Vi ser därför över effektiviteten i arbetsprocesser och systemstöd samt möjligheten till ökad samordning av verksamheter inom koncernen.

HÅLLBAR UTVECKLING DEL I STRATEGIN

Arbetet med hållbar utveckling är en integrerad och väsentlig del av strategiarbetet. Utgångspunkten är att långsiktig konkurrenskraft och lönsamhet grundas på ett ansvarstagande inom ekonomisk, miljömässig och social hållbarhet. ALMI har fler företagskontakter än någon annan offentlig aktör. Åtskilliga företag, över hela landet, tar årligen del av våra finansierings- och rådgivningstjänster. Genom att utveckla vår förmåga att se affärsmöjligheter och bedöma risker ur ett hållbarhetsperspektiv kan vi bättre bidra till företagets förnyelse, konkurrenskraft och lönsamhet.

Ett annat prioriterat område för det kommande året är innovationer. Ambitionen är att i linje med vår vision bredda vår innovationsverksamhet genom att utveckla våra erbjudanden mot produkt- eller tjänsteutveckling i etablerade små- och medelstora företag. Detta är många gånger en förutsättning för att behålla eller öka konkurrenskraften i företaget. Produktutvecklingen kan också vara miljödriven för att minska produkternas miljöbelastning eller kommande miljökrav. Ambitionen är att nå kommersialisering genom att företaget introducerat sin nya vara eller tjänst på marknaden och börjat leverera till kunder.

ALMIs innovationsfinansiering i form av villkorslån, företagslån och riskkapital uppgår under ett år till knappt cirka 350 miljoner kronor. Av dessa var efterfrågan på ALMIs villkorslån väsentligt mycket större än tillgången. Att öka tillgången till kapital, i form av mjuka villkorslån i tidiga skeden är en av flera viktiga åtgärder för att åstadkomma ett mer innovativt Sverige, för att få se fler idéer utvecklas till framgångsrika företag.

Göran Lundwall,
koncernchef & vd

»Vår vision är att skapa möjligheter för alla bärkraftiga idéer och företag att utvecklas. Visionen är utmanande för oss som arbetar i ALMI.«



ALMIs

VISION & AFFÄRSIDÉ

Vår vision är att skapa möjligheter för alla bärkraftiga idéer och företag att utvecklas. Vår affärsidé är att med finansiering och rådgivning erbjuda unika möjligheter under företagandets olika skeden med våra kunders framgång som mål.



BÄRKRAFTIGA IDÉER OCH FÖRETAG

Tillväxt förutsätter att företagandet ständigt utvecklas och förnyas. Men det är inte självklart att den fria marknaden på egen hand skapar alla förutsättningar. Här riskerar Sverige att gå miste om en stor potential. Därför finns det anledning att med offentliga resurser komplettera marknaden så att alla bärkraftiga idéer och företag med potential ges en chans att utvecklas framgångsrikt.

UNIKA MÖJLIGHETER

Tillväxt genom utveckling och förnyelse baseras på framgångsrika företag. Med framgångsrika företag menar vi nya livskraftiga företag som bildas, företag som ökar sin konkurrenskraft och lönsamhet samt företag som växer – lokalt, nationellt eller på internationella marknader. ALMI erbjuder kunder, som har potential att bli framgångsrika, unika möjligheter genom vår marknadskompletterande finansiering och rådgivning.

I FÖRETAGANDETS ALLA SKEDEN

ALMI är verksam i företagandets alla skeden med erbjudanden vid etablering av nya företag och för utveckling av befintliga företag. Vi är en regional företagspartner som finns nära kunden, med ett rikstäckande nätverk och ett globalt perspektiv. Våra kunder finns i alla branscher och kan vara såväl enskilda individer som små och medelstora företag. ALMI – från idéer till framgångsrika företag.



DET HÄR ÄR ALMI:s
TILLVÄXTMÅL

Att fler innovativa idéer kommersialiseras framgångsrikt, att fler livskraftiga företag startas och utvecklas samt att fler företag ökar sin konkurrenskraft och tillväxt.

UTFALL 2010

Under 2010 kommersialiserades 563 av innovationskundernas idéer. En idé betraktas som kommersialiserad när idén är omsatt till en vara, tjänst eller ny process som har sålts till kund. Den kan även ha sålts på licens. Den betraktas också som kommersialiserad om utvecklingsprojektet har tillförts externt ägarkapital.

Under 2010 startade 5 285 nya företag med hjälp av finansiering och rådgivning från ALMI. 1 928 av dessa fick hjälp med finansiering, 2 807 fick hjälp med rådgivning. 550 kunder fick hjälp med både finansiering och rådgivning.

Varje år genomför Statistiska Centralbyrån på ALMIs uppdrag en effektmätning. Efter den inledande kontakten med ALMI följer SCB upp kunderna under tre år. I undersökningen 2010 mättes effekter i företag som blev kunder till ALMI under 2006. De nya företagens överlevnadsgrad följs upp och samtliga företags utveckling i omsättning och antal anställda följs upp under perioden 2005–2009 och jämförs med olika kontrollgrupper.

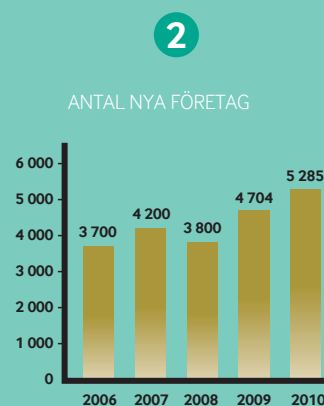
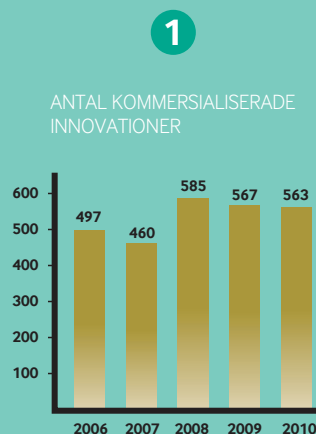
De första tre åren är de mest kritiska för ett företags överlevnad. Därför är det intressant att mäta överlevnadsgraden. Överlevnadsgraden hos kunder i målgruppen nya företag (0-3 år) är 53 procent. I en jämförbar kontrollgrupp är överlevnadsgraden 49 procent. Då många av ALMIs kunder ur finansiell synvinkel har en högre risk jämfört med kontrollgruppen är resultatet att betrakta som bra.

ALMIs kundföretag utvecklades bättre, mätt både i antal anställda och i omsättning, i förhållande till en kontrollgrupp bestående av jämförbara företag. Undersökningen 2010 visar att kundföretagen ökade sin omsättning med 23 procent under perioden 2005 till 2009. I genomsnitt var omsättningen 1,4 miljoner kronor per kundföretag. I den jämförbara kontrollgruppen hade företagen en omsättningsökning på 22 procent.

Antalet anställda i kundföretagen ökade med 34 procent. I genomsnitt hade kundföretagen 1,35 personer anställda per företag. I den jämförbara kontrollgruppen ökade antalet anställda endast med 20 procent.

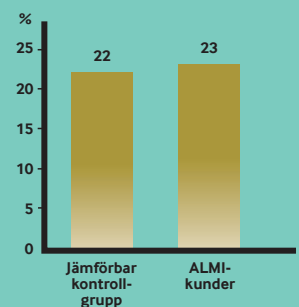
Tillväxtmålen följs upp genom att mäta effekterna av ALMIs verksamhet.

- 1 Hur många kunder inom innovationsverksamheten som kommersialiserar sina idéer.
- 2 Antalet nya företag som startas med ALMIs hjälp samt överlevnadsgraden hos nya företag tre år efter start.
- 3 Omsättningsförändring och förändring i antalet anställda i kundföretagen.

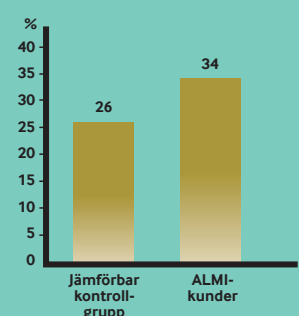


3

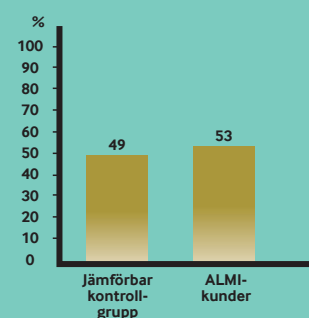
OMSÄTTNINGSFÖRÄNDRING ENLIGT EFFEKTMÄTNING 2011



FÖRÄNDRING AV ANTAL ANSTÄLLDA ENLIGT EFFEKTMÄTNING



ÖVERLEVNADSGRAD NYA FÖRETAG MED OMSÄTTNING ÖVER 100 TKR



VÅRA ERBJUDANDEN

Tillväxt och ökad konkurrenskraft i företag förutsätter ständig utveckling och förnyelse. Här kan ALMI bistå både som rådgivare och finansiär. På detta uppslag har vi samlat samtliga erbjudanden inom två huvudsakliga områden – finansiering och rådgivning. Vilka erbjudanden som kan hjälpa till på vägen mot tillväxt och lönsamhet beror på vilken fas företaget är i.

ALMIs verksamhet är regionalt baserad och därför varierar erbjudandena från region till region. I vissa regioner kan det tillkomma erbjudanden som är regionalt initierade. Kontakta det ALMI-bolag som finns närmast dig i din region för mer information eller besök www.almi.se.

Från
IDÉER

INNOVATIONSLÅN

INNOVATION & PRODUKTUTVECKLING

NYFÖRETAGANDE

MENTOR

MIKROLÅN

IDÉER

till
framgångsrika
FÖRETAG

ÄGARSKIFTE

RÅDGIVNING TILL ETABLERADE FÖRETAG

EXPORTLÅN

RISKKAPITAL

FÖRETAGSLÅN

“Vi ska bli effektivare och ännu tydligare i våra erbjudande. Vi är duktiga på att förstå kundernas behov men vi kan inte vara specialister inom alla områden.”



ALMI SKA ÖVERTRÄFFA kundernas förväntningar

ANNA HALLBERG VICE VD & FINANS DIREKTÖR

ALMIs insatser har varit avgörande för många företags överlevnad och för flertalet arbetstillfällen under de tuffa krisåren. Med finansiering och rådgivning följde ALMI med företagen även när konjunkturen utvecklades allt mer positivt under 2010. Nu ska organisationen vässas ytterligare för att hela tiden ligga i framkant med rätt erbjudanden. Ambitionen är att överträffa kundernas förväntningar i fråga om kvalitet, kompetens och effektivitet.

Under finanskrisen fann de medelstora företagen sin väg till ALMI. Det blir en utmaning att även i fortsättningen vara en partner för denna målgrupp.

– Samarbetet med bankerna har fördjupats och förståelsen har ökat för hur vi gemensamt kan paketera en lösning för de lite större företagen. I många fall behöver bankerna någon som tar topprisken, särskilt nu när många företag är redo att expandera. ALMI gör det möjligt,

säger Anna Hallberg, vice vd och finansdirektör.

Krisstämningen fanns kvar i början på 2010 men vände till optimism redan under andra kvartalet. Fler vågade ta steget ut och starta företag. Många av nyföretagarna fick hjälp av ALMI både med rådgivning och finansiering. Läget för många tillverkande företag var dystert i början på året. Inte minst inom fordonsindustrin där många hade akuta likviditetsproblem. Tack vare snabba insatser från ALMI lyckades många överleva. Under 2010 har det blivit betydligt positivare tongångar.

– ALMI var den sista möjligheten för många företag som trots allt var långsiktigt bärkraftiga. Att de nu återanställer och växer är ett kvitto på att vi har förvaltat vårt förtroende på rätt sätt. Det är mycket glädjande att så många företag faktiskt överlevde krisen, säger Anna.

Efterfrågan på rådgivning var stor under 2010. För att ytterligare kundanpassa tjänsterna ser ALMI en fördel i att arbeta mer med upp-handlade specialistkonsulter.

– Vi ska bli effektivare och ännu tydligare i våra erbjudande. Vi är duktiga på att förstå kundernas behov men vi kan inte vara specialister inom alla områden, säger Anna.

OBEROENDE FÖRETAGSPARTNER

ALMI ska finnas där som en oberoende företagspartner. Hjälpa företagaren att ta nästa steg framåt, vare sig det gäller att våga göra investeringar eller expandera på nya marknader.

Betydelsen av ett innovativt näringsliv debatterades flitigt under 2010, såväl i politiken som i media. I tidiga utvecklingsfaser av nya produkter och tjänster, där riskerna är för stora för att attrahera privat riskkapital, finns det en viktig roll för staten att tillhandahålla offentligt kapital och rådgivning. ALMI har här en självklar roll att fylla som en av de viktigaste aktörerna för målgruppen befintliga företag. Under 2011 ska ALMIs erbjudande inom det här området vidareutvecklas.

– Vi har lärt oss att det i huvudsak är där som den stora tillväxtpotentialen finns. En innovation som föds i ett företag med upp-arbetade försäljningskanaler och nätverk har en betydligt större chans att lyckas, säger Anna.

2010 var det första hela verksamhetsåret för riskkapitalbolaget ALMI Invest. Marknadens mottagande har varit över förväntan.

– Vi fyller ett uppenbart tomrum eftersom det är en stor brist på kapital i tidiga skeden. Nu när ALMI Invest finns och gör nytta i hela landet är det många bärkraftiga företag som får chansen att utvecklas och växa. Tack vare ALMI Invest tillförs nytt kapital samtidigt som det privata kapitalet hittar fram till intressanta investeringsobjekt, säger Anna. Vi saminvesterar nämligen alltid med privata investerare och ser därför som en av våra viktigaste uppgifter att förmedla kontakter mellan de små företagen och investerare i hela landet.

VIKTIG HJÄLP I EXPANSIONSFAS

ALMI Invest riktar sig mot mindre företag i expansionsfaser. Det är här som våra insatser oftast kommer till bäst nytta, dels eftersom de privata venture capital-fonderna ofta är ointresserade av att bygga portföljer med många små investeringar i tidiga skeden, dels eftersom mindre företag kan ha svårt att på egen hand finna privata investerare.

– Vi har också blivit förvissade om att det var helt rätt att bygga en egen rikstäckande organisation. Det är fantastiskt positivt att se vilken kompetens vi har lyckats rekrytera till ALMI Invest. Och det är just med seriös och gedigen kunskap och med en egen professionell investeringsprocess som vi bäst kan förvalta kapitalet, säger Anna.

Ett annat utvecklingsområde är företag med potential att växa utanför Sveriges gränser. ALMIs roll är här att erbjuda förberedande rådgivning inför exportsatsningar och att guida rätt. Därefter är det naturligt att koppla på Exportrådets tjänster med den kunskap och kompetens de besitter om andra marknader.

– Vi samarbetar sedan länge både med Exportrådet och Exportkreditnämnden för att kunna förmedla och erbjuda kunderna rätt tjänster vid varje tillfälle, säger Anna.

Med oförändrade resurser ska ALMI kunna hjälpa ännu fler kunder. Oavsett var i landet entreprenörerna finns, ska de få samma professionella bemötande. Råd och finansiellt stöd till mer lönsamma och mer konkurrenskraftiga verksamheter som inte bara överlever. Utan också får möjlighet att utvecklas, växa och bli bärkraftiga i syftet att få fram fler framgångsrika företag.

– När kunderna har varit hos oss ska de känna sig tryggare i sin satsning. De ska ha fått de råd och det kapital de behöver för att stå på egna ben och utvecklas positivt. Vi ska hela tiden sträva mot att bli bättre, snabbare och effektivare. Hela organisationen ska genomsyras av detta tänk, säger Anna.

ETT BRA ÅR

CARINA NORDSTRÖM KREDITCHEF

Återhämtningen av svensk ekonomi gick betydligt fortare än väntat. Farhågorna vid årets början var stora men utvecklingen blev istället mycket positiv. Under 2010 växlade efterfrågan på kapital successivt från akut likviditetskris till finansiering i samband med investeringar och nya satsningar.

Den långsiktiga trenden med ökad utlåning håller i sig. Utlåningen för 2010 landade på 2,1 miljarder kronor. ALMIs utlåning har konstant ökat under hela 2000-talet och bortsett från extremåret 2009, är det den högsta utlåningen i ALMIs historia. Antalet konkurser bland kunderna minskade med tolv procent under 2010.

– Vid årets början räknade vi med att antalet konkurser skulle öka under året. Vi hjälpte en hel del företag som var i akut kris under 2009. Och så här i efterhand kan vi konstatera att många överlevde tack vare ALMI, i ett gott samarbete med bankerna förstås, säger Carina Nordström, kreditchef på ALMI.

ALMI fick stor uppmärksamhet under finanskrisen och efterfrågan från större företag ökade markant. Även bankerna blev i högre grad uppmärksamma på att ALMI finns för hela segmentet små och medelstora företag, från egenföretagaren till företag med upp till 250 anställda.

– Konjunkturen tog ordentlig fart under andra halvåret 2010 men företagen hade fortfarande kapacitetsutrymme. Därför kom nyinvesteringarna inte riktigt igång. Fortsätter den positiva konjunkturen kan vi förvänta oss en ökad efterfrågan i samband med nya investeringar under 2011, säger Carina.

Carina vill gärna lyfta fram ALMIs samarbete med bankerna. Under 2010 var ALMIs finansieringsandel i genomsnitt 27 procent.

– Ett fungerande samarbete med bankerna är viktigt, både för oss och för dem. Genom att samarbeta med ALMI kan banken ge krediter som annars inte hade lämnats. Tillsammans med bankerna möjliggjorde vi en utlåning om 7,8 miljarder kronor. Dessutom har vi fortsatt relativt hög nyutlåning till våra prioriterade grupper kvinnor och invandrare, säger Carina.

De förändringar i ALMIs organisation som gjordes 2009 för att förbättra kvaliteten och effektiviteten vid kreditbedömningar har permanentats. De större krediterna hanteras numera av en centralkommitté bestående av ledamöter från både dotterbolagen och moderbolaget.

Vår vision är att skapa möjlighet för alla bärkraftiga idéer och företag att utvecklas. Därför är det viktigt att kännedomen om ALMI och vad vi kan erbjuda är så stor som möjligt bland små och medelstora företag.

– Vi vill hinna träffa så många som möjligt och vara så effektiva som vi bara kan, så att ännu fler får nytta av oss. Det är också viktigt att fler kunder får del av vårt totala utbud, både rådgivning och finansiering, säger Carina.

Hösten 2008 beslutade regeringen om ett kapitaltillskott på två miljarder kronor till ALMI. Anledningen var att öka de små och medelstora företagens finansieringsmöjligheter under finanskrisen.





»Vi vill hinna träffa så många som möjligt och vara så effektiva vi bara kan, så att fler får nytta av oss. Det är också viktigt att fler kunder får del av vårt totala utbud, både rådgivning och finansiering, säger Carina Nordström, kreditchef på ALMI.«

Kapitaltillskottet möjliggjorde en fortsatt ökad utlåning i samtliga storleksklasser bland de små och medelstora företagen.

– Tillskottet var nödvändigt för att vi skulle kunna möta den stora efterfrågan. Och eftersom den långsiktigt ökande trenden håller i sig är vårt disponibla låneutrymme idag ungefär på samma nivå som den var under krisen. Detta innebär att storleken på vår lånefond för tillfället ligger på rätt nivå, säger Carina.

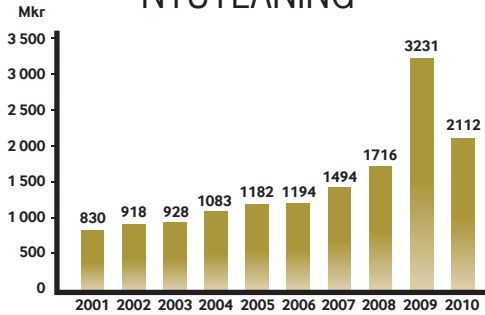
Finansiering till exporterande företag utgör en stor del av utlåningen. Över 20 procent av kunderna exporterar till andra länder.

– Till största delen har exportföretagen kapitalbehov som vi löser med lånefinansiering. Men vi har även en specialprodukt som heter Exportlånet. Genom det möjliggör vi för våra kunder att kunna vatasäkra sina försäljningar till andra länder, berättar Carina.

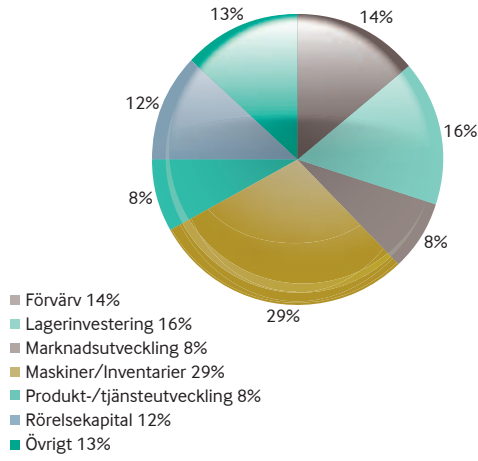
Finansiering av innovationer utgör en viktig del för att skapa förnyelse i svenskt näringsliv. Ungefär 350 miljoner kronor av ALMIs utlåning går till företag som utvecklar nya varor och tjänster. Av dessa utgör cirka 80 miljoner finansiering som är särskilt anpassad för innovationsprojekt.

– Generellt gäller att kundens mål är ALMIs mål. Inget mål är för stort eller för litet. Att kunden når målet är lika med framgång. Vi vill hjälpa Sverige att få ännu fler framgångsrika företag, säger Carina.

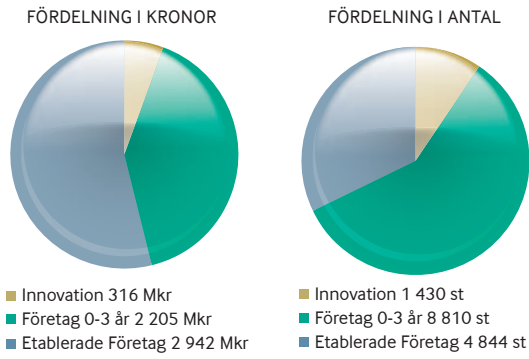
NYUTLÅNING



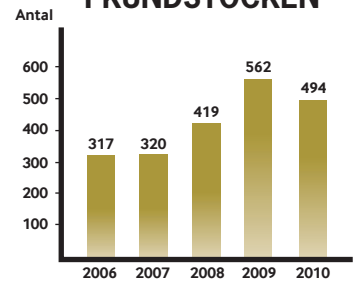
SYFTE MED LÅNET PROCENT AV ANTAL KREDITER 2010



FÖRDELNING I LÅNESTOCKEN

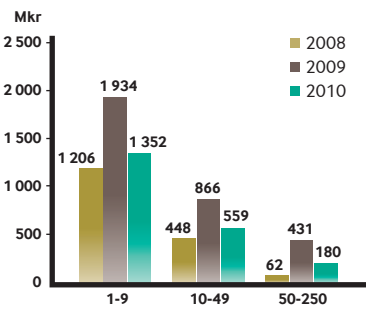


KONKURSER I KUNDSTOCKEN



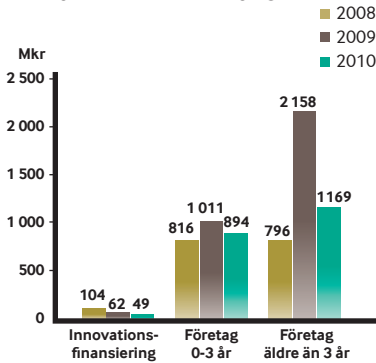
NYUTLÅNING

FÖRDELAT PÅ ANTAL ANSTÄLLDA



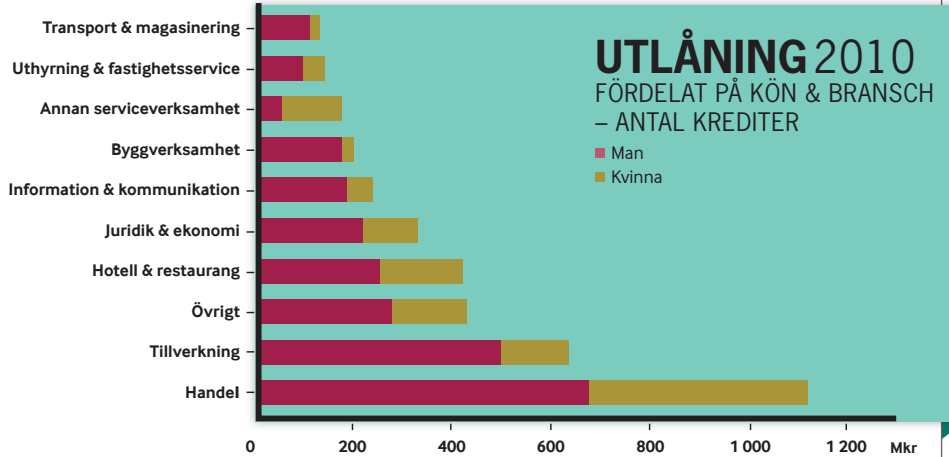
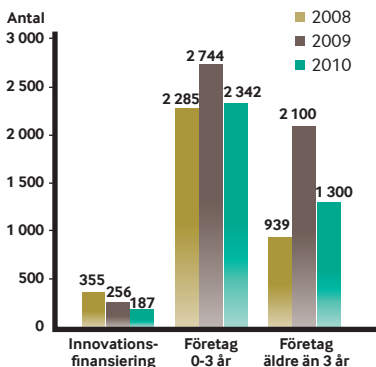
NYUTLÅNING

FÖRDELAT PÅ MÅLGRUPP



NYUTLÅNING

FÖRDELAT PÅ MÅLGRUPP, ANTAL KREDITER

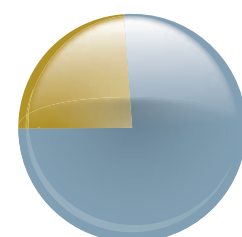
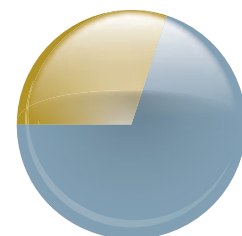
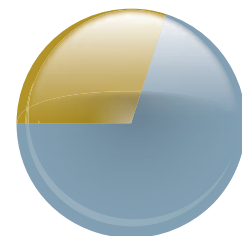


2,1

MILJARDER KRONOR LÅNADES UT TILL SMÅ OCH MEDELSTORA FÖRETAG



KÖNSFÖRDELNING ANDEL KVINNOR AV ANTAL KREDITER 2010



PHARMADONE



Istvan Csiky, grundare, ägare och vd.

EFTERFRÅGAT LÄKEMEDEL INOM BEROENDEMEDICIN

Även för en doktor i analytisk kemi är det tufft att etablera ett läkemedelsföretag. Istvan Csiky, som dessutom har flera års ledande befattningar inom branschen bakom sig, har stött på ett antal hinder under resans gång. Nu, några år senare, är framgången ett faktum. Pharmadone, som utvecklar och marknadsför receptbelagda, flytande läkemedel inom terapiområdena beroendemedicin och smärta, har en betydande del av marknaden.

Företaget grundades: 2006

Omsättning 2010: 14 miljoner kronor

Anställda: 4 personer samt konsulter

Marknad: Sverige med siktet närmast inställt på Norden

ALMIs insats:

Företagslån 2006, 2009

Det unika med Pharmadones preparat är att de är svåra att missbruka intravenöst. – Jag bedömde att jag hade en bra affärsidé. Jag visste att jag hade kompetensen och kontakterna för att kunna genomföra den. När jag dessutom hade en perfekt lokal inom räckhåll, bestämde jag mig för att köra igång, säger vd Istvan Csiky.

Bergslagsjukhuset i Fagersta skulle stänga operationsavdelningen, ett optimalt ställe för att tillverka läkemedel. Här var alla stränga hygien- och säkerhetsföreskrifter redan uppfyllda. Både landstinget och kommunen var positivt inställda till att överlåta fastigheten.

ALMI gick in på ett tidigt stadium för att finansiera förberedelsefasen med omfattande ansökningar om marknadsföringstillstånd och partihandelstillstånd. Under tiden utökade Läkemedelsverket sina krav och godkännandet dröjde.

– En stark tro på affärsidén och på Istvan gjorde att vi inledde samarbetet och fortsatte trots ett flertal motgångar på vägen. Nu lyfter det rejält. Företaget gör vinst och marknadsutsikterna är mycket goda, säger Hans Wahlberg, finansieringsrådgivare på ALMI.

LOKALPROBLEM I FAGERSTA

Pharmadone var i färd med att anställa 17 personer till de tilltänkta lokalerna på sjukhuset när landstinget plötsligt blev lyhörda för folkets protester mot stängningen. Erbjudandet om ett hyreskontrakt på ett år i taget lockade inte Istvan.

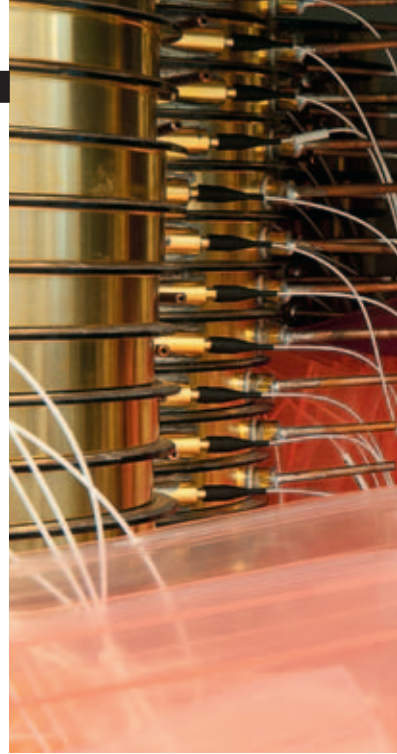
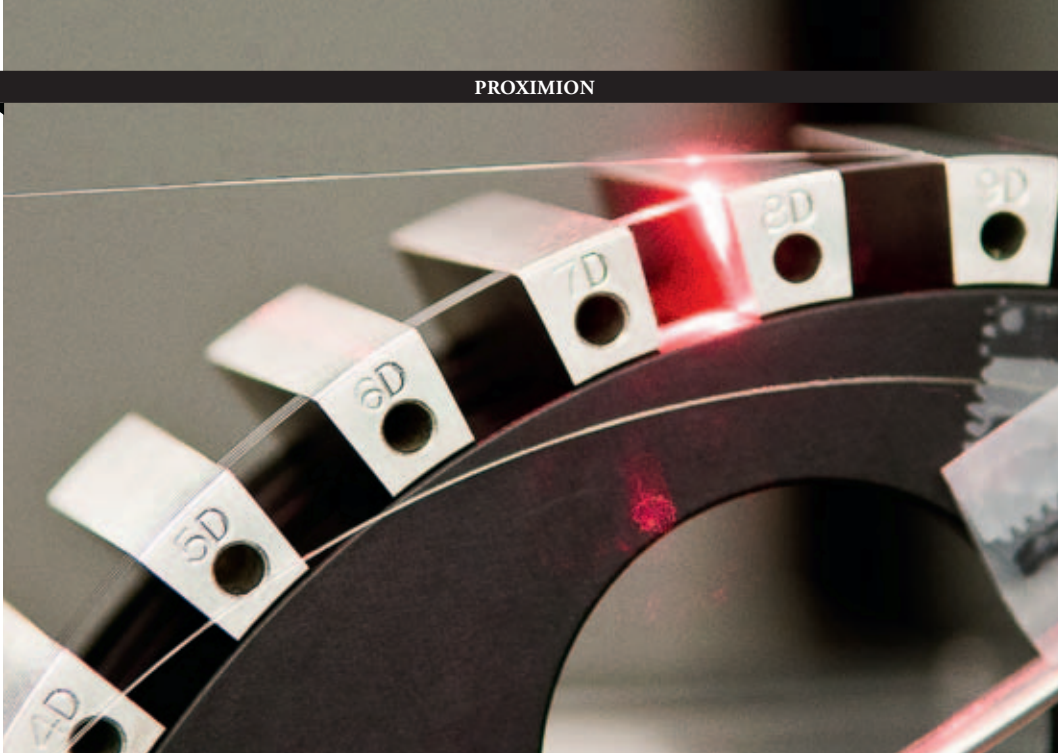
– Vi hade behövt ett tidslöfte på 6–10 år. Med viss fördröjning landade tillverkningen istället hos en producent i Oslo som jag visste var godkänd och pålitlig.

Huvudkontor med utveckling och försäljning blev kvar i Fagersta eftersom Istvan själv inte ville flytta från Västmanland. Enligt affärsplanen skulle de nya preparaten finnas ute på marknaden efter två år. I själva verket tog det dubbelt så lång tid. Lokaltrasslet var en faktor, en annan var en underskattning av tiden det skulle ta att få alla klartecken från myndigheterna. Plus en rad andra oförutsedda händelser, som till exempel att den kontrakterade flaskstillverkaren gick omkull. ALMI stöttade i upp- och nedgångar, bland annat med ett nytt lån under 2009.

– Utan min familj, en kunnig styrelse, ALMI och Nordea hade jag aldrig varit där jag är idag. Det är fantastiskt med en oberoende part som ALMI, som kommer in med råd och stöd och finansiering. Jag hade kunnat få med mig riskkapitalister, men drömmen för mig är inte att bygga ett nytt imperium. Jag vill ha kvar kontrollen i ett företag med hög innovationsgrad och integritet, säger Istvan.

Aktuellt just nu är utvecklingen av en annan sorts läkemedel. Pharmadone har redan ett par patent ute som väntar på godkännande. Den här gången hoppas Istvan kunna sätta igång tillverkning i Fagersta. Om satsningen visar sig lyckosam kan det bli fråga om att starta ett nytt bolag. Gärna med hjälp av ALMI.

PROXIMION



LÖSER FRAMTIDENS INTERNETKNUTAR

Internetanvändarna blir bara fler och fler. Idag överstiger enbart en månads trafik från YouTube den samlade trafiken över internet under hela år 2000. Utvecklingen talar för det högteknologiska företaget Proximion Fiber System. Företaget har tagit fram en produkt som bland annat gör det möjligt att öka hastigheten i befintliga bredbandsnät. För systemleverantörerna är det högsta vinsten att slippa gräva ner nya kablar.



Företaget grundades: maj 2003 från forskning på institutet för optisk forskning (idag en del av ACREO)

Omsättning 2010: närmare 100 miljoner kronor

Anställda: 85 personer

Marknad: Nischmarknad inom telekomindustrin

ALMIs insats:

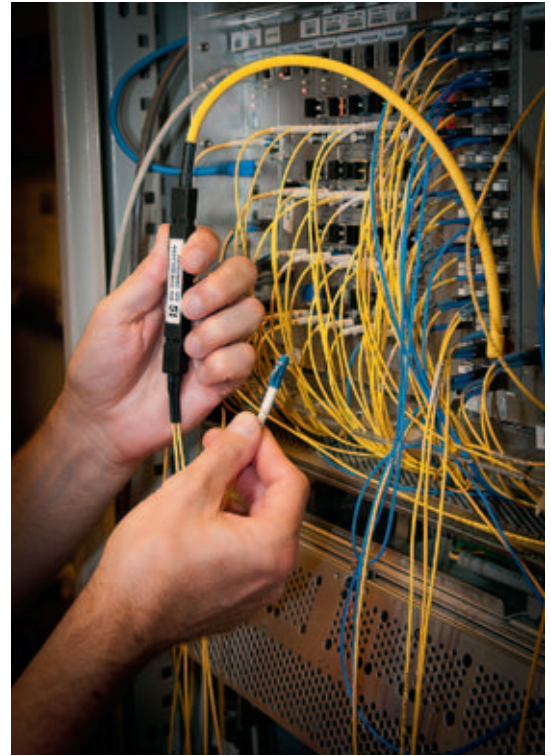
Företagslån 2005, 2010

Proximion är världsledande inom Fiber Bragg-gitter, ett slags filter för ljus, vilket är en nödvändighet i fiberoptiska nät som trafikeras av allt mer information per fiber. Informationen skickas som ljuspulser med olika våglängder. Efter en viss sträcka måste snabba våglängder bromsas upp tills de långsammare hinner i kapp, för att sedan släppas på igen. Problemet som uppstår kallas dispersion. En familj om i storleksordningen 100 patent ligger till grund för den dispersionskompensator (det fiberoptiska gitter) som Proximion tillverkar.

– Vi är de enda i världen som har skräddarsydda lösningar för hela spektrumet av frekvenser. Fördröjning och förluster blir lägre än med annan existerande teknik. Dessutom är vårt alternativ det mest miljövänliga och det billigaste för kunden, säger vd Stefan Ekman.

Proximion i Kista utanför Stockholm grundades i sin nuvarande form 2003. Bredbandsutbyggnaden tog fart och framtidsutsikterna såg goda ut. Ett företagslån från ALMI 2005 bidrog till ökad produktionskapacitet. Men finanskrisen innebar tvärnit på investeringar och företaget kunde inte växa som planerat.

– Bankerna var extremt försiktiga, och det trots att efterfrågan på våra produkter bara minskade marginellt. Bredband och telekom har ju etablerat sig som ett basutbud, något vi inte kan avvara ens i tuffa tider. Det talar till vår fördel, säger Stefan.



»Vi är de enda i världen som har skräddarsydda lösningar för hela spektrumet av frekvenser. Fördröjning och förluster blir lägre än med annan existerande teknik. Dessutom är vår lösning den mest miljövänliga och billigaste för kunden.«

MASKINERNA GÅR DYGNET RUNT

De senaste fem åren har Proximion mer än fördubblat omsättningen varje år. De egenhändigt byggda, komplicerade maskinerna där produkterna tillverkas med nanometerprecision, går dygnet runt, sju dagar i veckan. 2010 gick ALMI in med ett nytt företagslån för att finansiera två produktionslinjer till.

– En mycket kompetent ledning i ett företag som har stora möjligheter att bli framgångsrikt. Nu är marknaden mogen och därför valde vi att hjälpa till igen, säger Tomas Ekdahl, finansieringsrådgivare på ALMI.

Vid halvårsskiftet fanns sju produktionslinjer i bruk, idag är det elva, och snart kommer ytterligare 6-12 att tas i drift. De 85 anställda får nya kollegor allteftersom och har nyligen flyttat in i större lokaler. Personalstyrkan representerar 17 nationaliteter och utbildningsnivån är hög, flertalet är teknologie doktor.

– Vi befinner oss i en mycket expansiv fas. Orderingången är större än vad vi kan fakturera. Utan ALMIs insats hade det varit betydligt svårare för oss att möta efterfrågan, säger Stefan.

HUVUDELEN PÅ EXPORT

Proximion har byggt upp en internationell försäljningsorganisation. Omkring 98 pro-

cent av produktionen går på export till USA, Asien och Europa. De 10–12 största telekommunikationsföretagen representerar huvuddelen av marknaden. Därutöver finns ett 100-tal mindre kunder.

Storsäljaren är en dispersionskompensator för nya och gamla fibernät. En allt större del av omsättningen består i att förbättra prestandan i stationerna kring de redan ner-

grävda fiberkablarna. På sträckan Moskva-Paris behövs det till exempel omkring 640 dispersionskompensatorer för att hantera en ökning av datatrafiken.

Minimal fördröjning är ett nyvunnet tillämpningsområde där främst finansföretag är beredda att betala mycket stora belopp för varje miljondels sekund som kan sparas.

– Vi är det företag i branschen som har den bredaste produktportföljen för gårdagens, dagens och framtidens nät. Och telekom är bara början. Vi har redan börjat snegla på nya spår där vår unika teknik kan appliceras, så som medicinteknik och mätteknik. Målet är att uppnå en stark position inom fler områden och därigenom minska affärsrisken, säger Stefan.

År 2010, när utbyggnaden av bredband var rekordstor, gick företaget med vinst och prognoserna för 2011 ser riktigt lovande ut. Året kantas också av flera hedersvärda utmärkelser, bland annat rankas Proximion som ett av världens hetaste teknikbolag av den prestigefulla tidningen Red Herring.



Stefan Ekman,
grundare, delägare och vd



Nils Horn,
medgrundare, ägare och vd

REKRYTERAR SVERIGES BÄSTA LÄKARE

Redan nästa år vill Vårdassistans Läkarbemannning vara störst i Sverige på sitt område. Målsättningen för det två år gamla företaget är på god väg att uppfyllas. Marknadsandelarna ska vinnas genom att erbjuda bästa tänkbara kvalitet och service till läkare och uppdragsgivare.

En viktig del i affärsplanen var att all infrastruktur skulle vara på plats innan själva verksamheten drog igång. Allt för att kunna garantera högsta möjliga kvalitet och service redan från början.

Vårdassistans var till och med ISO-certifierat innan första läkaren hade bokats. Ett ALMI-lån i uppstartsfasen gjorde att planen höll.

– Annars hade vi varit tvungna att gå ut på marknaden mycket tidigare på bekostnad av kvalitén. Nu fick vi tid på oss att bygga den infrastruktur vi ville ha. Det är definitivt en av våra framgångsfaktorer och nyckeln till att vi kunnat växa så fort, säger Nils Horn, vd och grundare tillsammans med sin bror Ole Horn.

Bröderna har insikt i branschen genom sin pappa som har arbetat som bemanningsläkare i många år. Inför starten gjordes dessutom flera grundliga undersökningar bland kunder och läkare för att få en djup kunskap om marknaden.

– Vår affärsidé är att bara jobba med Sve-

riges bästa läkare. Vi ska hålla högsta tänkbara servicenivå för att både uppdragsgivare och läkare ska uppfatta oss som den optimala samarbetspartnern. Alltid göra det där lilla extra, förklarar Nils.

Vårdassistans erbjuder läkarbemannning och läkarrekrytering till landsting och privata vårdgivare över hela landet. Allt från enskilda jouruppdrag på några timmar till fleråriga anställningar. Med specialistkunskap och noggranna rutiner för behörighetskontroll matchas kundernas kravprofiler med rätt kompetens. Kort efter påbörjat uppdrag sker en gedigen uppföljning.

HÖG OMSÄTTNINGSTAKT

– Vi har varit mycket noggranna i rekryteringen av personal till kontoret och våra duktiga och engagerade medarbetare är en viktig framgångsfaktor, säger Nils.

Vårdassistans har vuxit snabbt, utan att behöva arbeta särskilt aktivt med marknadsföring. Andra verksamhetsåret omsattes 57 miljoner kronor och nu har företaget en om-

sättningstakt på över 100 miljoner kronor. En anställd har blivit 14.

Torsten Ivegren, finansieringsrådgivare på ALMI, är inte förvånad över att bröderna Horn på kort tid har lyckats driva upp företaget till höga höjder.

– Vi fastnade för deras sympatiska framtoning och stora entreprenörsanda. Deras vilja att tidigt strukturera upp företaget och växa med kvalitet lät seriöst och lovande. Nu har de visat att deras affärsplan höll. Det är starkt.

För att värna om miljön och för att erbjuda kunderna, läkarna och i slutändan patienterna kontinuitet bemannar Vårdassistans i största möjliga mån med lokala läkare.

– Hittills har vi kontinuerlig kontakt med 1 000 högpriesterande läkare och varje vecka får vi in ett 20-tal ansökningar att ta ställning till, säger Nils.

Bland uppdragsgivarna finns ett stort antal privata vårdgivare och samtliga landsting, även om Vårdassistans inte har skrivit ramavtal med alla. Ännu.

Företaget grundades: 2008

Omsättning juli 2009 – juni 2010:

57 miljoner kronor

Anställda: 14

Marknad: Landsting och privata vårdgivare

ALMIs insats: Företagslån 2008

MILJÖVINST NÄR BILDELAR RENOVERAS

Runt hörnet väntar en miljardmarknad för Svedala-baserade UBD Cleantech. Företaget har sedan början av 70-talet fabriksrenoverat reservdelar till ledande biltillverkare i Europa och distributörer på den fria eftermarknaden. En verksamhet som gör alla till vinnare – bilindustrin, slutkunderna och inte minst miljön.

Uppsvinget har kommit med den patenterade metoden för rening av begagnade dieselpartikelfilter för dieselmotorer. Fördelen mellan att återställa och nyttillverka är cirka 3 kilo i koldioxidutsläpp jämfört med 28 kilo. Plus den ekonomiska förtjänsten.

När L-G Håkansson, med finansieringshjälp från ALMI, gick in som ägare i UBD Cleantech för sex år sedan stod renoveringen av bromsok för 80 procent av intäkterna. Men konkurrensen var stenhård och han började genast undersöka möjligheterna att renovera andra vitala fordonskomponenter.

– Myndigheternas miljökrav på bilindustrin började skärpas och jag förstod att efterfrågan på våra produkter bara skulle öka, säger L-G Håkansson.

Ett framgångsrikt samarbete inleddes med Bayreuths Universitet i Tyskland. Att ha med sig professorer från Europas enda fakultet med inriktning mot bilkomponenter betydde mycket för trovärdigheten. Ingenjörer från Linköpings universitet, Chalmers Tekniska Högskola i Göteborg och Semcon var också delaktiga i att utveckla reningsprocesser för olika reservdelar.

Att UBD Cleantech breddade sin verksamhet blev företagets räddning. När stora, internationella konkurrenter på affärsområdet bromssegment nyligen bestämde sig för att utmana på den svenska marknaden försvann i princip hela kundkretsen och en stor del av omsättningen över en natt. En webshop blev den genialiska lösningen för att få snurr på lagret med bromsok. Dags för ny kredit.

– Tack vare ALMIs stöd fick vi med oss banken för att klara uppstartskostnaderna. Min ALMI-rådgivare var också en viktig kugge i planeringsfasen. Ett bra bollplank, någon som jag gärna lyssnar på, säger L-G.

FRAMGÅNGSRIK NÄTHANDEL

Genom att sälja direkt till bilverkstäder kunde prisnivån sänkas med 30-35 procent och ändå ge UBD Cleantech en hygglig vinstmarginal. Shoppen kom igång i fjol och budgeteras för vinst redan 2011.

Göran Alvek är ansvarig finansieringsrådgivare på ALMI.

– L-G är en engagerad entreprenör med stor drivkraft och sinne för affärer. Affärsidén, att renovera bildelar till nyskick och erbjuda marknaden dessa till konkurrensmässigt pris, kändes rätt i tiden. L-G's förmåga att "se runt hörnet" och tillvarata affärsmöjligheter när marknaden förändras är imponerande.

På vägen har avtal skrivits med lastbilstillverkaren Scania om renoverade vattenpumpar. Under senaste bilmässan i Frankfurt lyfte Volkswagen fram UBD Cleantechs reningsprocess för partikelfilter som en stor miljöframgång för bilindustrin. Hela verksamheten bygger på ett slags pantsystem. Begagnade fordonskomponenter samlas in, renoveras och skickas tillbaka till kunderna.

– Med de nya produkterna räknar vi med att tredubbla omsättningen inom 3–4 år. Vi ser en jättemarknad framför oss. Utmaningen blir att hinna leverera i takt med efterfrågan.

Andelen dieslbilar med partikelfilter som rullar i Europa ökar kraftigt. Uppskattningsvis måste 1 miljon filter bytas eller renoveras varje år. UBD Cleantechs metod erbjuder hög kvalitet och funktion med låg miljöpåverkan och kan i många fall vara hälften så dyr jämfört med att köpa nytt.

– Bayreuths universitet hjälper oss att planera för hur vi ska växa och kunna ta hand om dessa enorma volymer. Nu gäller 100 procent fokus på kvalitet och leveranstid, säger L-G.

Dieselpartikelfilter skall renoveras professionellt för att säkerställa att passform och funktion motsvarar originalet.

Företaget grundades: 1970

Omsättning Sverige 2010:

57 miljoner kronor

Anställda: 110 (50 i Sverige, 60 i Polen)

Huvudkontor och produktion i Svedala, produktionsanläggning i Stettin, Polen

Marknad: Biltillverkare och distributörer på den fria eftermarknaden

ALMIs insats: Företagslån 2005, 2010



HOLJE MEKANISKA

VÄRLDEN NÄSTA FÖR HOLJE MEKANISKA

Chris Schyttberg, vd

Resan från lokal legotillverkare till världsaktör på kontrollmätningssystem kräver kapital. Det vet Holje Mekaniska i Olofström. Ägarnas pengar, bankernas lån och inte minst ALMIs finansiering har öppnat dörrarna till den kinesiska marknaden. Efter den väntar resten av världen.

Från början var Holje Mekaniska en mekanisk verkstad med legotillverkning för verkstadsindustrin. En av de största kunderna redan då var Volvo och tillsammans med dem vidareutvecklades ett kvalitetssäkringssystem för nya bilmodeller. Cirka ett år innan en bilmodell ska lanseras görs så kallade förseriebilar som sätts ihop för hand. Det är här Holje Mekaniskas system kommer in.

– Med våra fixturer, en slags hjälpanordningar som håller delar på plats, och sampassningsprogram kontrollerar kunden att stolen får plats, att skruvhålen sitter på rätt ställe och så vidare. Upptäcks några fel ritar kunden om sin modell, förklarar vd Chris Schyttberg.

När den internationella konkurrensen hårdnade kring 2008 tvingades företaget hitta andra inköpsvägar. Valet föll på Kina där komponenterna är mycket billigare, och där Holje Mekaniska redan hade ett dotterbolag med servicekontor och ett mätcenter för att kontrollera kvaliteten.

Med de nya inköpsrutinerna ökade konkurrenskraften igen och företagsledningen bedömde att det var dags att satsa rejält. I Kina finns 102 biltillverkare, varav 20 i Volvos storlek.

– Kineserna har delat upp marknaden i två delar. Utländska företag kan vara med och konkurrera om en del, resten är örönmärkta för företag som är etablerade i Kina. Eftersom vi har vårt dotterbolag där kan vi delta i inrikesupphandlingarna. Vi har lyckats ta oss in hos tre av biltillverkarna och ser åtminstone tio till som presumtiva kunder, säger Chris.

Men vägen till den kinesiska bilmärknaden var ingen raksträcka, vare sig praktiskt eller ekonomiskt. Att etablera dotterbolaget var kostsamt. Dessutom sammanföll satsningen i Kina med de nya skärpta utlåningsreglerna hos de svenska bankerna.

– Eftersom vi hade goda relationer med ALMI sedan länge vände vi oss dit i stället, säger Chris.

AKTUELLT MED EXPORTLÅN

Att Holje Mekaniska redan fanns etablerat i Kina och därmed hade kunskap om marknaden och sedan tidigare hade några bra leverantörer såg ALMI som positivt.

– Samarbetet med Volvo var ytterligare en faktor som stärkte vår syn på företagets möjligheter att lyckas, säger Jan Mattsson, finansieringsrådgivare på ALMI.

ALMI hade i ett tidigare skede beviljat traditionella lån till Holje Mekaniska. Satsningen i Kina krävde något annat. För att överhuvudtaget kunna vara med i upphandlingsfasen behövde företaget betala två procent av anbudets totalsumma i kontanter. I det här fallet passade ALMIs exportlån, som ges i samarbete med bland andra Svensk Exportkredit (SEK) och Exportkreditnämnden (EKN). Lånet ges i utländsk valuta vilket sänker valutarisken. ALMI har även förmedlat kontakten till EKN som försäkrar exportföretag mot olika affärsrisker som kan uppstå i en exportsituation.

– Utan exportlånet hade vi inte kunnat etablera oss alls. EKNs garantier har också varit avgörande för oss, säger Chris.

Holje Mekaniska är i dag etablerat i Sverige, Tyskland och Kina och målet är att erövra mer av världsmarknaden.

– Nu ska vi säkerställa kvaliteten och förbättra våra marginaler. Än så länge känns bilindustrin tillräckligt stor, men blir den för liten passar vår produkt även för flygindustrin, säger Chris.

Företaget grundades: 1994

Omsättning 2010: cirka 50 miljoner kronor

Anställda: 25 i Sverige och tio i Kina

Marknad: Utvecklar utrustning för kvalitetssäkringssystem inom bil- och flygindustrin

ALMIs insats: Företagslån vid ett par tillfällen 1997-2009, exportlån 2010



THE LOCAL FIRM



Företaget grundades: 2007

Omsättning: 3,1 miljoner kronor
juli 2009 – juni 2010

Anställda: 5

Marknad: internationell

ALMIs insats: Företagslån 2008. Riskkapital från ALMI Invest tillsammans med sex affärsänglar, under 2009

ÖVERVÄLDIGANDE KLÄDMÄRKE PÅ EXPORT

Klädmärket The Local Firm lanserades samtidigt som världen sögs in i en lågkonjunktur. Tack vare pengar från ALMI lyckades företaget ändå få kontrakt i flera länder.

Bra klädmärken har en sak gemensamt. De bygger på känsla. Det menar Axel Nyhage och Richard Hutchinson, grundarna av The Local Firm som gör konceptmode av basklädesplagg.

– Vi vill att våra kläder inte ska gå att komma undan. Framtoning, estetik och formgivning ska överväldiga, säger Axel. Det kanske låter flummigt, men kläder handlar väldigt mycket om känslor. Känner du dig snygg i kläderna? Känner du dig tuff? Känner du dig attraktiv? Känslan som skapas är otroligt viktig.

Ett par års hårt arbete börjar ge resultat. The Local Firm har fått fotfäste i den svenska modevärlden. Företaget är fortfarande litet jämfört med andra aktörer, men det växer och har nyligen öppnat sin första permanenta butik. En trogen skara kunder köper regelbundet deras kläder. Förutom till Sverige, levererar de numera till ytterligare tio länder.

Den första kollektionen nådde butikerna hösten 2008, samtidigt som världen föll ner i den djupaste lågkonjunkturen på nästan hundra år. Att lansera ett nytt koncept när marknaden sjönk som en sten var tufft. Ett företagslån från ALMI blev till stor hjälp.

VIKTIGT TRO PÅ SIG SJÄLV

– Vi kämpade och lyckades ta oss in i både svenska och utländska butiker. Så här i efterhand tror jag att vi klarade oss så bra eftersom vi inte darrade på handen. När snaran drogs åt funderade vi inte på att dra oss tillbaka, sälja billigare eller fixa ett kontrakt med en lågpriskedja. Istället höll vi hårt i ratten, säger Axel.

ALMI fick genast förtroende för Local Firms grundare. Affärsplanen och budgeten såg lovande ut.

– Enligt vår bedömning är Axel och Richard målinriktade och mycket kompetenta. Tack vare många år i branschen har de ett stort och användbart nätverk, säger Maria Collett, finansieringsrådgivare på ALMI.

Axels recept på framgång bygger på att ha en himla bra idé och ett koncept. Sedan gäller det att köra så det ryker. Aldrig vika från vägen. Att tänka nytt är en sak, men man får inte lämna sin vision och sin dröm. Det är otroligt viktigt att tro på sig själv, framhåller han.

Ett viktigt steg i utvecklingen var att kontakta ALMI Invest.

– ALMI har betytt jättemycket för oss, så klart. Med hjälp av dem fick vi möjlighet att göra de satsningar vi ville i början. Det var det som skapade förutsättningarna för den här toppenstarten. Vår verksamhet och försäljning fick en skjuts.

Det extra kapitalet gav The Local Firm ”möjlighet att ladda vapnen”, som Axel säger. Uppstarten kunde bli aggressivare än vad som annars hade varit möjligt.

När ALMI Invest valde att investera var The Local Firm redan etablerade på marknaden med flera kollektioner.

– Vår bedömning är att företaget har goda möjligheter att lyckas med att växa. De har fått ett mycket snabbt genomslag på marknaden tack vare ett erfaret team med både design- och affärstänk, säger Anna Söderholm, Investment Manager på ALMI Invest.

Även om det var tufft i början, känner grundarna i efterhand att det var en fördel att starta upp i lågkonjunktur.

– Vi har nog blivit bättre företagare av det här. Vi har insett att vi verkligen, verkligen vill nå vårt mål. Eftersom vi inte kunde storsälja med en gång, fick vi kämpa hårdare för att bygga vårt varumärke. Därmed är företaget starkare nu än det skulle ha varit annars, säger Axel.

FLEST INVESTERINGAR

JAN BENGSSON VD ALMI INVEST

Med närmare 50 investeringar under 2010 är ALMI Invest det riskkapitalbolag som gjorde flest investeringar i Sverige under året.

För varje investerad krona från ALMI Invest har en annan investeringspartner stoppat in 1,50. Sammanlagt betyder det att totalt cirka 326 miljoner kronor i riskvilligt kapital har tillförts företag spritt över hela landet.

Frågan är om det skulle ha hänt utan vår närvaro. Många uppger att de har vågat investera tack vare oss, säger Jan Bengtsson, vd på ALMI Invest.

ALMI Invest har en kompletterande roll på marknaden för att skapa långsiktig regional tillväxt genom att öka tillgången på riskkapital. Före beslut om en eventuell investering utvärderas företaget noggrant. Vilka är behoven, hur ser utvecklingspotentialen ut, hur kan

en framtida försäljning se ut, är frågor som ska besvaras. Hållbar utveckling är ett viktigt kriterium vid utvärderingen. Varje investeringsbeslut måste bygga på marknadsmässiga villkor. Utöver den finansiella investeringen bidrar ALMI Invest även med kompetens och ett nätverk ner på regional nivå.

– Vi har fått ett väldigt positivt mottagande. Kollegor i riskkapitalbranschen och affärsänglar ser oss inte som konkurrenter utan som en trygg och kompetent ägare som man gärna samarbetar med. Vi fyller ett uppenbart gap mellan tidiga skeden och marknad. När företagen har nått en högre mognadsgrad och traditionella riskkapitalister vill gå in har vi redan etablerat en bra kontakt, säger Jan.

Genom att ägarandelen max får vara 49 procent säkerställs att andra ägare inte knuffas undan. ALMI Invest investerar oftast tillsammans med svenska affärsänglar och riskkapitalbolag. Sex procent är utländska investeringspartners, och en utmaning inför 2011 är att locka hit fler.

– Vi har stora förhoppningar om att lyckas med det. Sverige anses vara ett tryggt land att investera i, dessutom en bra testmarknad. Samtidigt ljusnar det därute. På sistone har vi sett flera nyintroduktioner och bolagsköp. Vi vet att uppköparna bland annat håller svenska it-bolag under uppsikt, säger Jan.

ALMI INVEST:

ALMI Invest skapar unika förutsättningar för entreprenörsledda tillväxtföretag att växa genom att på regional basis och tillsammans med andra aktörer på riskkapitalmarknaden investera kapital och kunskap. ALMI Invest är organiserat i sju regionalt baserade riskkapitalfonder, alla med lokala kontor och lokalt förankrade investment managers. Totalt förvaltar ALMI Invest över en miljard kronor. Investeringar sker alltid tillsammans med en investeringspartner. Det kan vara riskkapitalbolag eller affärsänglar, svenska eller utländska.

ALMI INVEST INVESTERAR I BOLAG SOM:

- Ägs och drivs av hängivna entreprenörer.
- Är ett aktiebolag som har kommit igenom etableringsfasen och är i en expansionsfas.
- Har en skalbar affärsmodell och möjlighet till långsiktig värdetillväxt.
- Har en positiv resultatutveckling.
- Kan attrahera en annan investeringspartner som är villig att investera tillsammans med ALMI Invest, exempelvis en eller flera affärsänglar eller ett annat riskkapitalbolag.
- Har förutsättningar att på sikt kunna bli ett attraktivt uppköpsobjekt.

Att hitta en investeringspartner i Sverige blir också lättare i takt med att bolagens kassor stärks. Under året har personal på samtliga ALMI Företagspartners regionala dotterbolag fått utbildning för att bättre kunna agera fångstarm åt ALMI Invests sju regionala investeringsfonder med tillhörande kontor och lokalt förankrade investment managers. ALMI Invest kan på motsvarande sätt slussa vidare kunder som har mer nytta av ALMI:s övriga utbud.

Jan Bengtsson, vd ALMI Invest, har stora förhoppningar om att locka hit fler utländska investeringspartners.



»Vi har blivit duktigare på att se vilka case som lämpar sig för oss. 2010 hade vi närmare 10 procents träff på ansökningarna och det är vi nöjda med.«

En grundligare information på www.almiinvest.se har lett till förbättrad kvalitet på investeringspropåerna från entreprenörer över hela landet. Under 2010 har beslut fattats om över 40 affärer där varje investering ligger på mellan en och fyra miljoner kronor. Lika många affärer finns inplanerade för 2011.

– Vi har blivit duktigare på att se vilka case som lämpar sig för oss. 2010 hade vi närmare tio procents träff på ansökningarna och det är vi nöjda med, säger Jan.

90 procent av investeringsobjekten har varit i tidig expansionsfas, varav tolv procent i start up-fasen, trots att det inte är det primära målet. Till skillnad från många andra riskkapitalbolag kan ALMI Invest investera i de flesta branscher. Flest investeringar har hittills gjorts inom IT/Kommunikation, följt av Industri/Transport, Handel, Life Science, Energi/Miljöteknik och Övrigt.

– För att öka kännedomen om oss har vi varit mycket aktiva ute på marknaden och marknadsfört ALMI Invest i olika sammanhang. Den regionala strukturen gör stor nytta och genom att uppvakta kommunala näringslivsansvariga, revisionsbolag och banker får vi en bra överblick över vilka bolag som finns där ute, säger Jan.

Att fortsätta sprida varumärket är en prioriterad åtgärd för 2011. Genom att delta på fler internationella aktiviteter ska nätverket breddas. Exitprocessen är viktig med hänsyn till avkastningskravet och då måste bolagen vara synliga. De bolag som ALMI Invest har investerat i presenteras med en film som bland annat visas på almiinvest.se.

Det blir ett sätt att öppna upp ett fönster mot omvärlden. Att vi har nationell täckning och jobbar på alla branscher gör att riskkapitalmarknaden gärna tittar på vår hemsida för att hitta spännande objekt. Här finns i nuläget omkring 60 intressanta bolag samlade, säger Jan.

NÅGRA AV VÅRA INVESTERINGAR UNDER 2010



AXIOMATICS AB

Axiomatics produkt utgör basen i mer avancerade helhetslösningar för accesskontroll. Den primära målgruppen är större företag, organisationer och myndigheter med cirka 5 000 anställda eller fler.



BAMBUSER AB

Bambuser erbjuder sina kunder möjligheten att streama live-video från mobiltelefon eller webbkamera och att interagera med streamen. Genom Bambuser kan kunderna göra videon tillgänglig för en begränsad, slutet miljö eller en stor obegränsad publik.

BRAINGLASS

Brainglass arbetar med att ta fram och leverera en lösning för språkinlärning med mobiltelefonen som plattform.

COMAI AB

Comai utvecklar och erbjuder mobiltelefonbaserade stöd för människor med kognitiva funktionshinder.



ECO SOLUTIONS I SVERIGE AB

EcoBag projekterar, konstruerar och säljer, via offentlig upphandling, avfallsanläggningar till kommuner i Norden.



ECOIL AB

Ecoil levererar en unik produkt i en traditionell bransch – ekologisk olja, framställd och raffinerad av raps som är lokalt odlad. Oljan fungerar både på egna meriter, men även som inblandning i traditionell eldningsolja. Det blir inga rester kvar, utan den pressade rapsen blir till foderkakor åt betesdjur, spillvatten går till biogasframställning.



ESMART SCANDINAVIA AB

eSmart Scandinavia utvecklar och marknadsför produkter och tjänster för visualisering av energi. Bolagets produkter kommer att ge användaren realtid-information som visar dennes energiförbrukning och energibeteende.



HALO GENOMICS AB

Halo Genomics har utvecklat en "targeted re-sequencing-teknologi" för DNA-sekvensering. Utifrån denna teknologi har de skapat en provpreparationsprodukt i form av ett reagenskit.



HUGES MARINA AB

Sveriges största marinhandlare. Huges Marina erbjuder lustfyllda båtaffärer som är både bekväma och enkla. Huges Marina arbetar med ledande varumärken och

har den volym som krävs för att kunna ställa tuffa krav på leverantörer gällande kvalitet, pris och service. Alla båtaffärer följs upp och dokumenteras, så väl affärstransaktioner som servicehistorik. Detta garanterar både ett lustfyllt ägande och ett bra andrahandsvärde när det är dags att byta.



IMINT IMAGE INTELLIGENCE AB

Imint har specialiserat sig på att i realtid analysera och förbättra bildkvaliteten på olika videoströmmar från exempelvis övervakningskameror och spaningssystem.

IREAD NEW MEDIA AB

iRead tillhandahåller webbportalen www.paperton.com – en handelsplats på internet som tillgängliggör och säljer tidskrifter i digital form.



KA ELEKTRONIK AB

KA Elektroniks huvudsakliga verksamhet utgörs av legoproduktion av elektronik i framförallt mindre serier samt prototypstillverkning.



LANSEN TECHNOLOGY AB

Lansen Technology levererar trådlösa larmsystem både till privatpersoner och till proffsmarknaden. Lansens larmsystem gör det bland annat möjligt att se vad som händer i hemmet, när du är borta, via mobiltelefonen.



LIVESIDE EVENT AB

Liveside Event levererar evenemangskomponenter till evenemangsbranschen genom att sälja och hyra ut nödvändig utrustning och förbrukningsvaror. Liveside tillhandahåller även ett webbaserat verktyg för att underlätta administration av inhyring/inköp för arrangörer.



MALWA INTERNATIONAL AB

Malwa utvecklar och säljer effektiva och miljövänliga skogsmaskiner i ett segment under de stora aktörernas maskinpark. Bolaget har konstruerat en skotare för uttransport av virke till skogsbilväg, Malwa 460, i segmentet för mindre/lättare maskiner men med stora maskiners kapacitet vad gäller drift/styrning med mera.



MARSTRÖM COMPOSITE AB

Marström Composite ska i grunden ersätta etablerade material

ALMI Invest gjorde flest investeringar av riskkapitalbolagen i Sverige under fjolåret, 49 investeringar om totalt 135,5 miljoner kronor. Inriktningen är mindre företag i tidiga skeden som står inför en tillväxtfas. Mindre företag med mindre kapitalbehov har svårare att attrahera traditionella riskkapitalister. ALMI Invests medverkan minskar tröskeln för privata aktörer att investera. För varje krona från ALMI Invest investerar andra aktörer ytterligare 1:50 kronor. Tillsammans med externa investeringspartners har totalt 326 miljoner kronor tillförts regionerna i form av riskkapital.

med kolfiberkompositen för att skapa bättre materialegenskaper, lägre vikt och högre styrka. Bolagets produktion är främst inriktad på kundorderstyrd produktion av master i kolfiberkomposit, flerskrovsbåtar ur ett eget modellprogram samt legoproduktion för industrin.



METRUM SWEDEN AB

Metrum utvecklar och marknadsför avancerad mätteknik med inriktning på elkvalitet och SmartGrid. Metrums intelligenta mätsystem och mätprodukter möjliggör för kunderna att enkelt kunna identifiera störningar och vidta optimerande åtgärder som sparar energi, minskar kostnader samt minskar miljöpåverkan.



PP7 AFFÄRSSYSTEM AB

PP7 Affärssystem har under cirka 20 år utvecklat affärssystem för nischen projektföretag; det vill säga för byggare, installatörer, konsulter, serviceföretag, enstyckestillverkare med flera.



PRIFLOAT AB

Prifloat är ett Falubaserat konsultföretag vars verksamhet utgörs av konsultationer inom marknadsundersökningar, relationsmätningar samt projekt-

och processmätning. Detta görs med ett egenutvecklat, webbaserat system, för mätning av "mjuka värden".



PROMIMIC AB

Promimic är ett biomaterialföretag som arbetar med en ny generation implantatytter baserade på syntetiskt ben. Innovationen som bolaget utvecklat och patenterat gör det möjligt att producera hydroxylapatit i samma storlek och form som mineralet har naturligt i mänsklig benvävnad, och gör det möjligt att få ett pålagt skikt med en tjocklek på endast 5-20 nanometer.



QUICKOMAT AB

Quickomaten är en automat där allmänheten kan köpa produkter från välkända leverantörer såsom färdbevis till kollektivtrafiken, biljetter till evenemang och bio, parkeringsbevis, presentkort och mobilladdningar.



SKEBO KÖTT

Skebo kött har på den gamla bruksorten Skebobruk projekterat och uppfört ett eget småskaligt men hypermodernt och effektivt slakteri, styckning, charkproduktion samt lager och gårdsbutik.



SPEEDMENT AB

Speedment AB är ett mjukvarubolag som utvecklar och marknadsför avancerad molnbaserad mjukvara. En av företagets produkter är den patentsökta digitala musiktjänsten Chilirec, en kompletterande tjänst till Spotify som kan nås från de flesta länder. Chilirec betecknas som en av världens första cloudapplikationer. Chilirec har kapacitet för miljontals användare och kan hantera stora volymer databasökningar extremt snabbt.



SPRINT BIOSCIENCE AB

Sprint Bioscience fokuserar på den tidiga delen av läkemedelsutvecklingen och är unikt genom att fokusera på en "liten" del i den processen, det vill säga på lead generationsteget. Sprint Bioscience säljer uppdragsforskning åt läkemedelsindustrin men arbetar även med att ta fram egna lead compounds.



TRAVEL HEROES AB

Travel Heroes arbetar med försäljning av ett brett sortiment av resetillbehör, reseväskor och reseapotek. Försäljningen sker i egen butik i centrala Stockholm, webbutik samt genom samarbetspartners i resebranschen. Travel Heroes är ensamt i Norden om

ett samlat koncept med allt för resan – utom pass och biljetter.



VIDEOFY.ME

Videofy.me har tillsammans med utvecklarbolaget Awave designat och utvecklat en plattform för att enkelt hantera videovisningar på bloggar och annonsvisningar kring dessa videor.



YDRE SKÅP AB

Ydre Skåp utvecklar och tillverkar påbyggnader av skåp för små och medelstora fordon samt utför ombyggnader av bil med befintliga plåtskåp.

REDSNSE MEDICAL



Patrik Bihmer, vd

LARMET SOM RÄDDAR LIV

En olycka på Halmstad lasarett blev avstampet för världens första, godkända produkt som larmar när vennisålen lossnar under dialys. Redsense Medical som vidareutvecklat dialyslarmet står nu inför en global lansering. ALMI Invest har tillsammans med Teknoseed tillfört företaget 15 miljoner kronor i riskkapital.

Företaget grundades: 2006

Anställda: 6 i Sverige, tillverkningsenhet i Malaysia, dotterbolag i USA, Malta, Singapore och Nya Zeeland

Omsättning 2010: strax under 5 miljoner kronor

Marknad: Internationell

ALMIs insats: Företagslån 2007, 2009, Riskkapital från ALMI Invest

Att nålen ibland åker ut är ett känt problem. Hittills har vårdpersonalens vakande öga varit det enda som med säkerhet hindrat dialysmaskinen att fortsätta pumpa ut blodet. En blödning som upptäcks i tid kan leda till att patienten behöver sjukvårdsbehandling, i vissa fall intensivvård, medan en oupptäckt blödning leder till döden. Vid olyckan i Halmstad kunde patienten räddas, men det blev samtidigt en påminnelse om hur skört systemet är. De ansvariga sjuksköterskorna lyfte frågan om ett tillförlitligt larm.

Via njurläkare och medicintekniker landade frågeställningen hos Innovation Team som varit med om att utveckla flera medicinska produkter. De första patenthandlingarna lämnades in redan 2004. Två år senare startade Redsense Medical som en avknoppning från Innovation Team. En prototyp togs fram i samarbete med Länssjukhuset och högskolan i Halmstad. Utrustningen provades med framgång vid fem kliniker i landet och fick så småningom godkännande som medicinsk-

teknisk produkt av både europeiska och amerikanska myndigheter.

Men att sälja in en säkerhetsprodukt till ett etablerat system som tar hand om en kronisk sjukdom var tuffare än väntat. Ett företagslån från ALMI hjälpte företaget vidare. Marknadsbearbetningen fortsatte och kunder från hela Europa strömmade till.

– ALMI har varit en stöttepelare från starten och nu också som investerare. Teknoseed och ALMI Invest har kunskap, nätverk och kapital för att stödja företagets utveckling, säger vd Patrik Byhmer.

GENOMBROTT MED USA-AFFÄR

När ALMI Invest blev tillfrågade var en stor affär till USA nära förestående.

– Redsense har en unik, patenterad produkt och uppfyller ett tydligt medicinskt behov. Vår uppfattning är att företaget har en kompetent ledning och stor potential att lyckas. Efter vår investering skrev Redsense avtal med en stor klinikkedja i USA. Det är oerhört spännande och glädjande, säger Håkan Krook, Fund Manager på ALMI Invest.

US Department of Veteran Affairs erbjuder bland annat sjukvård till landets krigsveteraner och deras anhöriga. Organisationen, som genomför omkring en halv miljon dialysbehandlingar per år, har rekommenderat samtliga kliniker att använda Redsense-larm för sina riskpatienter.

– Ingen annan organisation har hittills gjort en så noggrann riskanalys som Veteran Affairs och vi bedömer att deras initiativ kommer att få stor betydelse för oss på den amerikanska marknaden, säger Patrik.

Årligen görs 250 miljoner dialysbehandlingar i världen. Under samma period sker 200 000 incidenter relaterade till att vennisålen lossnat. Marknaden för Redsense-larmet bara växer i takt med att människor blir äldre och drabbas av sjukdomar som kräver dialys. En annan faktor som talar för Redsense är att egenvård genom hemdialys blir allt vanligare.

– Nu gäller det att övertyga beslutsfattare om att köpa vårt larm, bestående av en engångssensor som kostar som en kopp kaffe tillsammans med själva larmenheten som kostar som en mobiltelefon. Och som räddar liv, säger Patrik.

ECOIL

Världens bästa och världens första koldioxidneutrala eldningsolja! Ecoils vd Ingrid Bahlenberg säger det utan att tveka. Företaget har lyckats lösa de problem som tidigare varit förknippade med biooljor. EC100 är namnet på denna unika produkt, framställd och raffinerad av lokalt odlad raps. Oljan kan helt ersätta traditionell eldningsolja och testas också som drivmedel till fordon med lovande resultat.

VÄRLDENS BÄSTA ELDNINGSSOLJA

Ecoils fabrik i Kungsör utgör en pilotanläggning för att verifiera produkten och processen. Nästa steg är en fullskalefabrik och så småningom kan det bli aktuellt att teckna licensavtal och sälja hela konceptet på exportmarknaden. Framtidsutsikterna är mycket goda med tanke på världens behov av alternativ till fossila oljor. ALMI har stöttat företaget med lån i utvecklingsfasen och 2010 gick ALMI Invest in med kapital tillsammans med ett antal affärsänglar.

– Vi är i ett läge där vi behöver få upp volymen för att kunna ta oss an fler kunder. I nästa steg måste vi också kunna terminssäkra vår råvara. Med ALMI får vi både en tryggt delägare och ytterligare kompetens till styrelsen, säger Ingrid Bahlenberg.

Ecoil passar in på alla de investeringskriterier som gäller för ALMI Invest. Företaget befinner sig i en tidig expansionsfas med verifierad efterfrågan.

– Dessutom med en produkt som ligger väldigt rätt i tiden. Vi fick genast ett stort förtroende för bolagets ledning. Att många ville vara med på emissionen, är förstås ett gott tecken. Nu går vi in med resurser för att företaget ska få en hållbar ekonomisk utveckling, säger Björn Persson, Investment Manager på ALMI Invest.

UNIK RAFFINERINGSMETOD

När rapsen pressas blir en tredjedel olja och resten mals ner till fodermjöl för djurfodertillverkning. Ecoils oljeframställning startar med kallpressning, vilket innebär att man

inte använder miljöskadliga lösningsmedel som används vid andra storskaliga pressningsanläggningar. Det är dock raffineringen av oljan som ger den dess unika egenskaper. Resultatet är en olja som i väsentliga delar har likvärdiga eller bättre egenskaper än den gängse eldningsoljan. Med trumfkortet att den dessutom är 100 procent förnyelsebar.

FYRA KLARA FÖRDELAR

Jämfört med andra biooljor har EC100 fyra klara fördelar. Lagringsbeständigheten är en. Statens Provningsanstalt har nyligen verifierat att förbränningsegenskaper och kemisk sammansättning hos EC100 är intakta efter fyra år. Många biooljor härsknar efter bara ett år. Nummer två är att EC100 inte fräter på befintliga rör till tank och brännare. Tredje plusset är den låga askhalten, till och med lägre än vid användning av fossil olja. Till sist handlar det om den låga stelningstemperaturen, nämligen minus 27 grader. Eftersom biooljor normalt stelnar i rumstemperatur måste de hållas varma, vilket också gäller för fossila tjockoljor.

– Det finns helt enkelt inget annat bränsle, som lika enkelt och miljövänligt och utan krav på omfattande investeringar, kan ersätta fossil eldningsolja i värmeverken, säger Ingrid.

Ecoils nuvarande fabrik har redan levererat cirka 2000 tusen kubikmeter olja till ett antal olika kunder, däribland Drottningholms Slott.

– Och nu börjar stat och kommun få bråttom att uppfylla sina löften om att fasa ut fossila bränslen. Vi ser en jättemarknad framför oss, säger Ingrid.

Ingrid Bahlenberg, vd



Företaget grundades: 2004

Anställda: 6

Omsättning 2010: 7 miljoner kronor

Marknad: Större fastighetsbolag och värmeverk

ALMIs insats: Företagslån 2008, 2009, riskkapital 4,5 miljoner genom ALMI Invest hösten 2010

INNOVATIONER ökar SVERIGES konkurrenskraft

I lägen när andra inte riktigt törs, då kan och vågar ALMI ge lån i den första och känsliga utvecklingsfasen. Trycket på affärsområdet Innovation var fortsatt högt under 2010.

LENNART AUGUSTINIUS AFFÄRSOMRÅDESCHEF INNOVATION



Innovationer är ett viktigt område för Sverige. Det slog statsminister Fredrik Reinfeldt fast i sin regeringsförklaring och lovade att en innovationsstrategi är på gång. När det gäller innovationsförmågan står sig Sverige visserligen väl i en internationell jämförelse. Likaså när det gäller mängden pengar som satsas på forskning och utveckling, inte minst i storföretagen. Men för de små och medelstora företagen, som ofta saknar både tid och egna medel för produktutveckling, är det betydligt tuffare att få tillgång till riskvilligt kapital i första stadiet.

– Att Sverige måste bli bättre på att lyfta nya innovationer till framgångsrika företag är en gängse uppfattning. Då behövs det någon som är beredd att ta en större risk och här har vi en viktig roll att fylla, säger Lennart Augustinius, chef för affärsområdet Innovationer. Det är avgörande för att skapa nya jobb och för att stärka svenska företags konkurrenskraft.

Med ALMIs innovationslån, som kan skrivas av utan att företaget går i konkurs, är det fler som vågar omsätta sina innovationer i nya produkter och tjänster, framhåller Lennart. Sett ur ett makroekonomiskt perspektiv är vinsterna för Sverige betydligt större än kostnaderna.

Även lån utan avskrivningsmöjligheter används i stor utsträckning för att finansiera utveckling av innovationer. En undersökning av ALMIs låneverksamhet från fjärde kvartalet 2009 till tredje kvartalet 2010 visar att 14 procent av de beviljade lånen är kopplade till innovation.

– Många blir överraskade över att en så stor andel av våra lån faktiskt finansierar innovationer, tillägger Lennart.

Ett populärt kundverktyg är det webbaserade program för stöd i produktutvecklingsprocessen som har utvecklats tillsammans med Tillväxtverket och Linköpings universitet. Programmet som bygger på checklistor har en tydlig miljöprofil. För att ALMI ska gå in och stödja en innovation krävs det att den produkt eller tjänst som utvecklas är miljömässigt bättre än den som ska ersättas.

SATSNING PÅ BEFINTLIGA FÖRETAG

För att kunna hjälpa så många som möjligt har ALMI utvecklat samarbetet med såväl fristående konsulter som med Svenska Uppfinnareföreningen. Satsningen på att främja produktutveckling i befintliga företag fortsätter.

– Med en ökad satsning på produktutveckling i befintliga företag bidrar vi i högre grad till ekonomisk tillväxt. Chansen att lyckas blir oftast större om innovationen kommersialiseras i ett etablerat företag säger Lennart.

Men privatpersoner är viktiga även i fortsättningen. För att kvalitetsssäkra att alla kunder i Sverige blir bemötta på samma professionella sätt har ALMI tillsammans med Svenska Uppfinnareföreningen tagit fram en handledarutbildning. Innovatörerna kommer i större utsträckning än tidigare att få rådgivning i grupp, vilket blir ett sätt att effektivisera verksamheten. Om förstudiefasen ger lovande resultat har de redan god kännedom om ALMI och möjligheterna att i nästa steg få förmånliga innovationslån.

– Det är i den här fasen, när det ska undersökas om idén är bärkraftig och alla koncept och planer för kommersialisering ska göras, som många inte kan få hjälp någon annanstans. Utöver finansiering och rådgivning är vi duktiga på att använda vårt nätverk för att koppla ihop kunden med rätt aktörer, säger Lennart.

LYCKAD SATSNING PÅ KVINNOR

Ambitionen att öka andelen innovationsprojekt som drivs av kvinnor fortsatte även under 2010. Sedan starten 2007 har andelen kvinnodrivna projekt ökat från cirka 20 till 35 procent 2010. Många briljanta idéer till innovationer uppstår på arbetet och vårdsektorn som domineras av kvinnor är därför ett prioriterat område. För att möta det stora behovet har regeringen avsatt särskilda medel för denna grupp.

– I enkätundersökningen som vi gjorde i våras framgår det att kvinnorna tillskriver ALMI stor betydelse för att de har lyckats med sina projekt. Näringsministern är väldigt entusiastisk över resultaten, och det är mycket glädjande att vi får förnyat förtroende i och med att programmet för att främja kvinnors företagande nu fortsätter i ytterligare fyra år med budgetförstärkning via Tillväxtverket, berättar Lennart.

TECHPAY



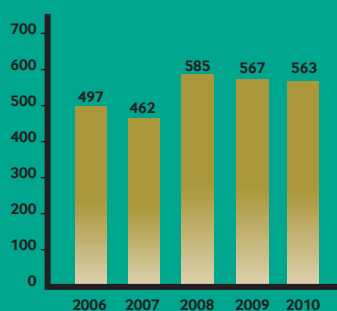
Kontaktlös betalning, lägg det på minnet. Ny teknik från Jönköpingsföretaget TechPay banar väg för nya sätt att betala med betalkort. Som enda svenska företag erbjuder TechPay Chip & PIN och biljett i en och samma terminal.

ALMIS INOVATIONVERKSAMHET

ALMIs innovationsverksamhet vänder sig till både små och medelstora företag samt privatpersoner och erbjuder finansiering och rådgivning anpassad till såväl projekt i mycket tidiga skeden som produktutveckling i etablerade företag.

Rådgivarna är specialiserade på att hantera idéer på ett tidigt stadium. Med kompetens inom marknadsföring, affärsmannaskap, ekonomi, teknik och immaterialrätt ges kommersialiserbara idéer hos företag och enskilda uppfinnare möjlighet att utvecklas. Verksamheten är bred och sätter inga begränsningar i form av idéernas ursprung eller sort. Den innefattar alla branscher och utveckling av både innovativa varor och tjänster inom industri såväl som ofentlig sektor.

ANTAL KOMMERSIALISERADE IDÉER



FRAMTIDENS BETALNINGSSÄTT

Lösningen gör det enklare, säkrare och snabbare att ta betalt i en portabel miljö. Det betyder att sättet att betala inom kort kommer förändras på tågresa, när du äter en god middag på restaurang eller handlar kläder. Inom en snar framtid kan betalning ske utan att betalkortet behöver stoppas in i en terminal eller att en pinkod knappas in.

Bakom tekniken, som kallas kontaktlös betalning, står det svenska företaget TechPay. Med betalningssättet räcker det att hålla kortet eller mobiltelefonen mot betalningsterminalen för att betalningen ska registreras.

–Våra flexibla lösningar kommer att öppna fler användningsområden där det i dag inte kan göras säkra betalningar, säger Göran Carlqvist, vd på TechPay.

TechPay befinner sig i ett expansivt skede i arbetet med att utveckla de avancerade tjänsterna inom betalning och biljetthantering. Företagets mobila betalterminal växer snabbt på den skandinaviska marknaden och erbjuder trådlösa betalningstransaktioner som kan utrustas med en mängd applikationer, framtagna för en rad olika behov.

FRAMGÅNGSKONCEPT

–Vi är ensamma om att kombinera kontaktlös betalning med bärbara terminaler, konstaterar Göran.

TechPay ser framtiden an och menar att kontaktlös betalning kommer att ge nya möjligheter inom områden som butik och restaurang. Ett exempel är att lösningen minskar hanteringen av kontanter, vilket förstås ökar säkerheten.

– Standarden baseras på EMV, Chip & PIN och är internationell. Den finns redan i USA och ökar snabbt i flera europeiska länder.

En viktig faktor bakom TechPays framgångar är fokuseringen på användarvänlighet. Det har företaget främst lyckats med genom ett samarbete i användarstudier med högskolan i Jönköping.

Men den kanske viktigaste framgångsfaktorn är att TechPay under 2010 kom igång med certifieringen, som nyligen avslutades.

FÖRST UR STARTBLOKKEN

–Det gav oss ett bra läge att ligga långt framme och förkorta leveranstiden när kunderna bestämt sig. När förfrågningarna kom inbar det att vi fick ordern, medan andra leverantörer sa att ”det löser vi inom tolv månader”. Genom ALMI har vi fått finansiell möjlighet att satsa och kunnat genomföra detta på ett sätt som gett oss kunder.

Målet är att tjänsten ska kunna användas under 2011. För att betala kontaktlöst behövs då ett särskilt betalkort från banken eller en programvara till mobiltelefonen.

Företaget grundades: 2006

Omsättning 2009: drygt 4 miljoner kronor

Anställda: 3 anställda samt konsulter

ALMIs insats: Företagslån 2009, TechPay deltog i ALMIs samlingsmonter på Tekniska mässan 2009, Konsultcheck 2010

PAPERTON

Nima Samimi, vd



DIGITAL TIDNINGSTJÄNST PÅ FRAMMARSCH

När Apple lanserade läsplattan iPad i Sverige i november 2010 förstod Papertons vd, Nima Samimi, att hans satsning på e-tidningar låg rätt i tiden. Med Papertons tjänst går det att läsa tidningar digitalt, från en läsplatta eller dator.

Företagets app för iPads var i februari 2011 en av de mest nedladdade på Apples app-store i Sverige. Under våren 2011 kommer Paperton även att släppa en mjukvara som gör det möjligt att läsa tidningar direkt i mobiltelefonen, både för iPhone och android.

– Vår utgångspunkt var att vi ville hitta ett nytt sätt där förlag och läsare kunde mötas. Tiden var mogen för den här typen av tjänst. Den initiala idén kom vi på i slutet av 2009, säger Nima.

När Nima och hans kollegor vid den tid-

punkten kontaktade förlagen var det segt att få dem att tända på idén med e-tidningar. De var rädda för att e-tidningar skulle ta prenumeranter från printupplagan.

– Men när Apple berättade om sin läsplatta tog hela branschen fart. När förlagen i stället började ringa oss förstod vi att vi var något stort på spåret.

SNART 150 TIDNINGSTITLAR

Sedan dess växer Papertons tidningstitlar. Nu erbjuder företaget ett 90-tal tidningar, men många titlar är på väg in. Förhoppningen är att Paperton har 150 titlar under våren 2011.

Företaget grundades: 2009

Omsättning: 1 miljon kronor

Anställda: 11

ALMIs insats: Innovationslån 2009, Riskkapital 2,2 miljoner kronor genom ALMI Invest Väst hösten 2010

– Sedan vi släppte appen har vi börjat tjäna pengar, försäljningen har dubblats 20-30 gånger sedan december 2010.

Paperton är i dag ensamma i Norden om just denna modell av e-tidningslösning. Men det finns ytterligare en aktör i Sverige och flera aktörer i USA som gör liknande saker.

– Men vi är unika i Sverige med en tjänst som både finns på nätet och för iPad.

Paperton erbjuder en så kallad molntjänst, vilket innebär att de som köper en tidning via företagets app eller hemsida får tillgång till den i ett eget bibliotek på nätet. Läsaren kan sedan hämta tidningen på olika sätt efter behov.

Bakom Papertons tjänst ligger tusentals timmars arbete av administration och programmering. 2010 ägnade Paperton främst åt att bygga plattformen för sin tjänst och att skapa relationer med tidningsförlagen. Företaget har i dag kontrakt med några av de stora förlagen. En av Papertons största utmaningar är att utöka samarbetet med flera stora och mindre förlag.

– Vår ambition är att vara bryggan mellan pappersprenumerationer och digitala prenumerationer och göra fler tidningar tillgängliga för fler människor, avslutar Nima.

I värsta Månbas Alpha-stil vänder Hövding på begreppet hur en cykelhjälm ska se ut. Hövdings variant är en hopvikt airbag i form av en krage som blir synlig och utlöses först när cyklisten råkar ut för en olycka.

CYKELHJÄLM MODELL ANNORLUNDA

När hjälmen lanserades hösten 2010 blev uppståndelsen större än vad grundarna Anna Haupt och Terese Alstin någonsin kunde föreställa sig.

– Lanseringsveckan var den sjukaste veckan i våra liv. Vi var i ett rus hela veckan. Det ringde folk från hela världen som hade frågor om hjälmen. Dagen då hjälmen lanserades satt Terese och jag både i SVT:s och TV4:s morgonsoffa. På en vecka hade vi 2 727 525 visningar på hemsidan innan den kraschade, berättar Anna.

Via hittills dryga miljonen visningar på YouTube sprids bilder på den, i mängas ögon, ofattbara hjälmen.

– Det är tydligt att cykling förenar människor över landgränserna. Det enorma intresset visar att vår innovation är välkommen i hela världen.

DOLD AIRBAG

Det enda som syns av Hövdings cykelhjälm är kragen, vilken innehåller en hopvikt airbag som blir synlig först när cyklisten råkar ut för en olycka. Airbagen är utformad som en huva som omsluter och skyddar cyklistens huvud. Utlösningmekanismen styrs med hjälp av sensorer som registrerar den onormala rörelsen hos cyklisten vid en olycka.

Tankarna kring innovationen växte fram när Anna och Terese skulle inleda sitt gemensamma examensarbete i Industridesign på LTH i Lund 2005. I samband med det infördes en lag om hjälm tvång för barn upp

till 15 år. Det drog i sin tur igång en debatt om att lagen eventuellt även skulle omfatta vuxna cyklister.

En sådan lag framstod som ett ”hot” för Anna och Terese, som aldrig skulle sätta en frigid hjälm på huvudet. De hade en bättre idé än att lagstadga: Att ta fram en cykelhjälm som folk skulle vilja använda med glädje. De insåg att ett examensarbete i industridesign var det perfekta forumet för att ta reda på om det gick att förbättra de traditionella cykelhjälmarerna.

– Det känns inte som något speciellt kontroversiellt påstående att många vägrar bära hjälm för att de är fula och otympliga. Och det är märkligt att ingen gjort något åt problemet före oss.

Efter flera års utvecklingsarbete av den världsunika hjälmen omger sig Anna och Terese i dag med kompetens i form av matematiker, airbagexperter etcetera.

SMART LEVERANSKLARA

Produktionen av hjälmarna är igång, men det är fortfarande några månader kvar innan de kan börja levereras till de personer som förbeställt dem. Det har visat sig vara svårt att tillgodose det stora intresset. Tillverkningen av hjälmen sker på flera ställen i världen och det ställs stora krav på de sömmerskor som ska lära sig den avancerade produktionsproceduren. Parallellt med produktionen pågår förhandling med återförsäljare. Målgruppen är vuxna människor från 15 år och uppåt.

– Vi är väldigt förälskade i uppfinningen och har genom hela projektet varit tillräckligt galna för att orka driva det. Men vi har stött på folk som tvekat över uppfinningen och menat att ”det där går inte”, innan den bevisligen fungerade. Men framför allt har vi haft mycket stöd från folk som trott på oss, avslutar Anna, utan att avslöja några budgeterade försäljningssiffror.



Terese Alstin och Anna Haupt grundade Hövding 2005.



ALM:s insats: Innovationslån 2007, Företagslån 2010. Har förmedlat ägarkapital genom affärsängelsnätverket Delfiner

ISCONOVA



Lena Söderström, vd

MED SIKTE PÅ AFFÄRER

Under 2009 inledde Isconova en intressant resa från den akademiska världen och veterinärsidan till ett bolag på väg mot humansidan med affären i fokus.



Vår affärsidé är att göra vacciner effektivare, både nya och befintliga, säger läkemedelsföretaget Isconovas vd, Lena Söderström.

Isconova har funnits i tio år och är en avknoppning från Lantbruksuniversitetet SLU.

Nu ligger den stora utmaningen i att hitta nya samarbetspartners med flera globala läkemedelsföretag.

Under 2010 förstärktes fokus på företagets affärer med läkemedelsföretag runt om i världen. Parallellt med detta arbetade Isconova framgångsrikt med sin huvudverksamhet, som är att utveckla, tillverka och sälja så kallade adjuvanter.

Adjuvans är en förstärkningskomponent (till den sjukdomsspecifika ingrediensen) i ett vaccin som aktiverar människors och djurs immunförsvar så att vaccinet blir mer effektivt och varaktigt.

– Nu händer det oerhört mycket på vaccinsidan. Det beror bland annat på stor efterfrågan på vacciner på grund av pandemier,

det vill säga olika typer av influensa med omfattande konsekvenser, och att det har kommit ett flertal nya vacciner mot till exempel livmoderhalscancervirus.

FÖRDEL ADJUVANSER

Och det är mycket som talar för att adjuvanter kommer ha en allt större betydelse i framtiden, bland annat för att det fortfarande saknas vacciner mot flera stora sjukdomar, som till exempel malaria. Intensiv forskning pågår om sjukdomen och Isconova hoppas förstås vara en av aktörerna när ett vaccin någon gång i framtiden produceras.

En intressant reflektion i sammanhanget är att vid användning av adjuvanter går det åt en mindre mängd av den aktiva substans som behövs för att tillverka ett vaccin. Det ger i första hand ett lägre pris vid framställningen samt att det räcker till fler.

Isconova använder sin egen patenterade Matrix™-teknologi för framställning av immunstimulerande adjuvanter. Vid tillverkningen används extrakt från ett träd med det något okända namnet Quillaja Saponaria Molina.

– En annan fördel med vår adjuvans är att den är vattenlös, vilket gör att den är lättare att hantera och går att lagra. Det är förstås viktigt eftersom ekonomin har stor betydelse vid framställning av vacciner vid pandemier, påpekar Bobby Lodin, ansvarig för Isconovas affärsstöd.

Isconovas övergripande mål är att bli förstahandsval för vaccinbolag som söker en partner för effektiv vaccinutveckling med hjälp av adjuvanter. Successivt siktar företaget på att ta en större ägarandel i vaccinprodukterna. För att uppnå det återstår hårt arbete, ett stort antal globala kongresser och framstående vetenskapliga publikationer med mera.

Företaget grundades: 1999

Omsättning 2010: 17,8 miljoner kronor

Anställda: 31

ALMIs insats: Innovationsrådgivning 2003, Företagslån 2004, 2005, 2007 och 2009

BIORECRO



Henrik Karlsson, medgrundare och vd

KLIMAT- STÄDA BORT KOLDIOXIDEN

Biorecro gör det ingen gjort tidigare genom att samla in koldioxid ur atmosfären för att sedan återföra den till underjorden, tusentals meter under marken. Metoden ska bidra till att hindra den globala uppvärmningen, vilken som de flesta vet framför allt orsakas av fossila koldioxidutsläpp.

Företaget grundades: 2007

Omsättning: 1,4 miljoner kronor
juli 2009 – juni 2010

Anställda: 4

ALMIs insats: Innovationslån 2007

För att samla in koldioxid samarbetar Biorecro med bioeldade kraftvärmeverk, biobränsletillverkare och pappersmassaproducenter. Dessa producenter har en stor omsättning av biomassa där stora mängder biogen koldioxid släpps ut till atmosfären.

– 27,5 miljoner ton koldioxid årligen kan samlas in redan år 2020 om man sätter koldioxidavskiljande teknik på skorstenarna på de 60 största massafabrikerna och bioeldade kraftvärmeverken i Sverige. Det är betydligt mer än hela transportsektorn släpper ut i dag, säger Henrik Karlsson, vd på Biorecro.

Siffrorna kommer från en av Biorecros rapporter och baseras på vetenskapliga studier och officiell statistik. Den teknik som Biorecro arbetar med kallas på engelska för BECCS (Bio Energy with Carbon Capture and Storage). Det är en typ av koldioxidlagring, CCS (Carbon Capture and Storage), där koldioxid fångas in från biomassa i stället för fossila utsläpp.

SKAPAR MINUSUTSLÄPP

Koldioxid samlas naturligt upp ur atmosfären av träd när de växer, och träden kan användas för att göra till exempel pappersmassa eller biobränslen i stora industrier. Biorecro fångar in koldioxiden ur de rökgaser som bildas i industrianläggningarna.

Sedan komprimeras koldioxiden så att den blir flytande och kan tas om hand för vidare transport via båtar eller pipelines till lämpliga lagringsplatser. Koldioxiden pumpas sedan ned under mark – åter till naturen.

– Det är samma metod som oljeutvinning, fast tvärtom, eftersom koldioxiden återförs till berget.

Genom att lagra koldioxid från biomassa skapas minusutsläpp, det vill säga motsatsen till fossila utsläpp.

– Flera företag använder CCS som metod, men vi är det enda företaget i världen som jobbar med biomassa och CCS, det vill säga BECCS.

Biorecros arbete med BECCS har tidigare befunnit sig i ett utvecklingsskede. Sedan en tid har arbetet kommit in i en ny fas där en anläggning håller på att byggas i USA. Samtidigt planeras för ytterligare en anläggning på den europeiska kontinenten.

FÖRSTA KUNDEN

Trots att Biorecros verksamhet befinner sig i ett relativt tidigt skede har företaget redan fått sin första order från ett svenskt företag. Biorecro samlar in och lagrar motsvarande mängd koldioxid i USA som kunden släpper ut i Sverige.

Biorecros minusutsläpp är ett alternativ till traditionella klimatkompensationer, med den skillnaden att Biorecros utgångspunkt är nollutsläpp. Därför måste alla utsläpp matchas med minst lika många minusutsläpp. På så sätt kan atmosfärens naturliga balans på sikt återställas.

– Vi jobbar med globala åtgärder på ett globalt problem. Vi paketerar vår produktion av minusutsläpp med BECCS som ett slags utsläppskredit eller värdepapper. På sikt kommer Biorecro bygga upp fler storskaliga anläggningar där koldioxiden samlas in.

– Min medgrundare Lennart Byströms stora utmaning har bestått i att koppla den finansiella lösning som vi tagit fram till den tekniska lösningen som vi erbjuder. Det vill säga att knyta ihop ett tekniskt system, BECCS, med en marknadslösning – en ekonomisk innovation.

För att nå dit har ALMI betytt mycket. Henrik är tacksam mot ALMI eftersom de har stått vid Biorecros sida från företagets första år, 2007 och rakt igenom lågkonjunkturen.

– ALMI har stöttat oss på ett sätt som få andra partners skulle göra. Och de har visat en sällsynt långsiktighet.

I nuläget vänder sig Biorecro främst till företag och organisationer, men inom en snar framtid kommer även privatpersoner kunna köpa minusutsläpp från Biorecro.

INNOVATIVA KVINNOR

I maj 2007 gav regeringen Tillväxtverket i uppdrag att initiera ett program för att främja kvinnors företagande. Programmet kom till mot bakgrund av regeringens målsättning att öka såväl företagandet generellt som andelen kvinnor som startar företag. En del av programmet utgör en satsning för att stärka ALMIs innovationsfinansiering för kvinnor. På uppdrag av Tillväxtverket har Kontigo AB utvärderat satsningen i syfte att analysera genomförandet och följa upp och utvärdera de hittills uppnådda resultaten och effekterna från insatsen.

Kontigos rapport är baserad på information från ALMI samt en analys av insatsens resultat och effekter baserad på en enkätundersökning riktad till dem som fått del av insatsen samt djupintervjuer.

Av rapporten framgår att en majoritet av dem som erhållit stöd bedömer att stödet har varit av stor eller helt avgörande betydelse för

att man har lyckats med den målsättning man hade. Över hälften av respondenterna menar att projektet inte hade blivit av om insatsen inte hade funnits. Generellt sett är man mycket nöjda med stödet och med hanteringen från ALMIs sida.

Kontigo skriver i den avslutande sammanfattningen att "Det är slutligen också vår bedömning att insatsen har bidragit till att det startas nya företag, att fler är sysselsatta i egna företag efter insatsen än innan och att omsättningen och sysselsättningen ökar i de företag som får del av insatsen." och "Vi konstaterar vidare att utfallsmålen i allt väsentligt har uppfyllts inom insatsen". Totalt har insatsen omfattat närmare 30 miljoner kronor, fördelade på totalt 457 projekt.

I februari 2011 beslutade regeringen att satsa ytterligare 100 miljoner kronor per år i fyra år för att främja kvinnors företagande.

FINURLIG GIPSHANTERING

Maj-Britt Voldby och Maria Bardun har tagit fram en ny effektiv prisbelönt produkt som används för att förenkla hanteringen av gipsrullar inom sjukvården.

– Vår hanteringsprodukt ligger rätt i tiden eftersom gipsmaterialet – bomullsväv och termoplast – är biologiskt nedbrytbart, berättar Maj-Britt och Maria.

Rullarna finns redan på marknaden och ersätter successivt dagens, i vissa fall hälsofarliga gipsrullar. När Maj-Britt och Maria drog igång sitt projekt utgick de från dagens svårhanterliga tillvägagångssätt vid förberedelser av gipsrullar. Vid dagens hantering värms rullarna upp till 70 grader C i ett vattenbad, med en uppenbar risk för brännskador som följd. Ett annat moment som kan upplevas som omständligt är att vattnet måste pressas ur rullen innan den används.

MILJÖVÄNLIGT

Maj-Britt och Marias lösning innebär att personalen inte kommer i kontakt med den varma rullen. Utrustningen som de utvecklade fångar automatiskt upp rullen från vattenbadet och pressar sedan vattnet ur den.

– Lösningen tillgodoser gipsteknikernas behov av att kunna välja ett giftfritt och miljövänligt gips att arbeta med utan att ge avkall på sin bekvämlighet. På sikt bör vår produkt bana väg för ett miljövänligt gips och ersätta syntetgips, som i dag används i stor uträkning inom sjukvården.

Projektet har bedrivits som examensarbete på Högskolan i Halmstad i samarbete med CAMP Scandinavia AB, som ska exploatera produkten.



Kemisten Ingela Nilsson erbjuder, genom sitt företag Triomega analys, en så kallad omega-3-fettsyreanalys. Att få reda på omega-3-statusen i blodet har tidigare varit näst intill omöjligt eftersom analysmetoderna varit krångliga och tidskrävande.

– Det har inte varit beställningsbart utan mest funnits i olika forskningsprojekt, säger Ingela Nilsson som arbetar med sitt företag vid sidan av sitt jobb som kemist på Länssjukhuset i Kalmar.

Triomegas analys erbjuder både en fullständig profil av fettsyresammansättningen och en bestämning av ett så kallat omegaindex som anger förhållandet mellan omega-3- och omega-6-fettsyror i blodet. En större mängd av omega-3, som man får i sig via fisk och tillskott, i förhållande till omega-6 motverkar hjärt- och kärlsjukdomar.

EGEN PROVTAGNING

Genom en nyutvecklad metod slipper man flera analysmoment. Den möjliggör även för privatpersoner att ta ett kapillärt blodprov (stick i fingret) på sig själva. Efter att ha placerat bloddroppen på ett filterpapper skickas provet i ett kuvert via posten för vidare analys.

– Jag såg att efterfrågan på den här typen av analyser ökade.

Ingela tvekade inte när grundaren av analysmetoden i Sverige, professor Tom Saldeen, 2009 undrade om hon kunde sätta upp metoden för rutinanalys.

– Efter drygt ett års verksamhet har jag nu en stadig kundkrets som består av privatpraktiserande läkare och privatpersoner som är intresserade av sin omega-3-status. Det ger mig anledning att vilja utöka verksamheten ytterligare.

RING FÖR STÖDSTRUMPOR



En innovation behöver inte vara stor eller särskilt uppseendeväckande. Elene Larssons Easy Ring är en liten färgglad plastring som hjälper personer med stödstrumpor att få en enklare vardag. Produkten används även av vårdpersonal med flera som använder stödstrumpor i arbetet.

Idén till innovationen föddes när Elenes man blev arg efter att ha kämpat med sina stödstrumpor. "Om jag ska ta på mig



de där strumporna får du komma på något hjälpmedel först, sa Elenes man. Sagt blev gjort. Efter 5–6 år drev hon ett projekt där en prototyp av ringen togs fram.

Ringens har fått uppmärksamhet runt om i vård-Sverige, bland annat på mässan Ett bra liv 2010. Där knöt Elene kontakter och har nu kommit igång med försäljningen.

– Nu inriktar jag mig på hjälpmedelsbutiker, men ser kommuner som en stor potentiell målgrupp. Produkten tillverkas i en plastfabrik i Kalmar och beställs via Elene Larssons hemsida.

Lösningen i centrum

TMK Konsult AB fokuserar på lösningarna i stället för på problemen. Företaget använder sedan 20 år tillbaka lösningsfokuserad metodutveckling inom områden som socialt arbete, sjukvård, skola med mera.

– Ett av mina områden är metodutveckling för behandling av överviktiga barn och deras familjer. Jag kom i kontakt med ämnet för cirka tio år sedan då jag fick i uppdrag att utbilda och handleda i lösningsfokuserad systemisk familjeterapi, vilket övergick permanent i Barnöverviktsenheten SUS, Malmö. Under projekt-tiden mötte jag över 300 familjer, som senare även resulterade i boken *Väga mig hit och Väga mig dit*, berättar Ywonne Peterson.

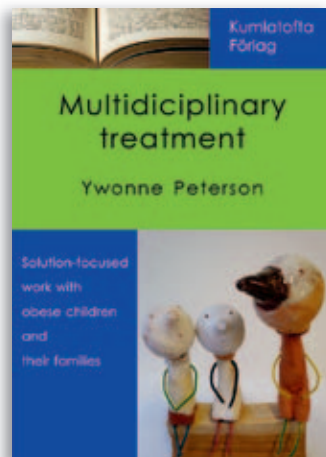
FRÅN KUNSKAP TILL PRAKTIK

Hennes innovation sedan många år tillbaka är själva överförandet av akademisk kunskap till en meningsfull, begriplig och hanterbar information till klienten/patienten. Det handlar också om hur man kan använda förklaringsmodeller genom teckningar, illustrationer, lista upp deltagares mål/uppdrag som arbetsmetod.

– Den stora utmaningen i dag är inte att vi saknar kunskap om orsaker till sjukdom utan hur så kallade livsstilssjukdomar ska hanteras. Dessa tenderar att ta en allt större del av sjukvårdens resurser. Vårdpersonal behöver motiveras till att bli mer intresserade av själva strukturen på mötet med patienter/familjer. Detta

kan ske genom lösningsinriktade intervjufrågor där patientens resurser, förväntningar och delaktighet ges större utrymme, menar Ywonne.

Från ALMI har Ywonne bland annat fått finansiering för att skriva en ny bok på engelska i ämnet. Den ska möta efterfrågan från internationell behandlingspersonal.



KUDDE MOT VÄRK



Smärta från rygg, nacke, axlar och armar är en vanlig orsak till att människor söker vård. Det är utgångspunkten för Ergonomikas innovation – en luftfylld amnings-/avlastningskudde – som enkelt kan anpassas individuellt.

Annelie Möller jobbar som arbetsterapeut på en vårdcentral i Huskvarna och träffar dagligen patienter med värk i axlar och nacke, vilket ofta är spänningsrelaterat.

– Med kunskap, god ergonomi och balans i aktiviteter går det att minska besvären. Jag brukar rekommendera amningskudde för att den ger en bra viloställning för axlar och armar. Problemet är att många förknippar kudden enbart med amning. Dessutom passar inte stoppningen för alla, berättar Annelie.

UTÖKAD MÅLGRUPP

Ur de tankarna föddes idén att göra en ny typ av kudde som når en större målgrupp. Den skulle vara lätt att anpassa efter olika behov, miljöer där den används samt vara lätt att ta med.

Hon presenterade sin idé för ALMIs projekt P.U.M.A – ProduktUtveckling med Medicinsk Anknnytning. De trodde på kudden och har stöttat Annelie i processen med produktutveckling.

– ALMIs roll är ovärderlig i arbetet med att ta fram prototyp, göra enkäter, sekretessavtal, söka mönsterskydd, kontakta tillverkare med mera.

Nu väntar en spännande period för Annelie och hennes innovation. Nyligen kom försäljningen igång och hon letar efter nya säljkanaler.

MARIE AHLGREN AFFÄRSOMRÅDESCHEF

»Vi jobbar med ett coachande förhållningssätt. Det innebär att vi ställer öppna frågor och hjälper företagare att komma till insikt om vad som behöver göras.«

ALLT FLER NYA AFFÄRSMODELLER

Vi möter ständigt nya affärsmodeller. Många av dem uppstår som en följd av den snabba utvecklingen på internet. Inom ALMI måste vi vara öppna och se möjligheterna med det som är nytt.

En affärsmodell beskriver hur ett företag är tänkt att fungera. Den beskriver till exempel hur intäkter kommer in, hur varor och tjänster produceras och hur varor eller tjänster kommer kunderna tillgodo. För att nya affärsmodeller ska fungera måste de skapa ett högre värde för sina kunder än tidigare affärsmodeller. Framgångsrika företag utvecklar ständigt sina affärsmodeller.

– Hur påverkas till exempel detaljhandeln av att man nu kan bygga sin egen personifierade butik i Googles boutiques.com, säger Marie Ahlgren, ansvarig för ALMIs affärsrådgivning. Inom ALMI måste vi bli ännu bättre på att förstå och bedöma nya affärsmodeller.

Under 2010 var efterfrågan på ALMIs rådgivning fortsatt hög. Närmare 15 000 kunder fick individuell rådgivning eller rådgivning i grupp. Därutöver deltog närmare 22 000 personer i olika former av seminarier, som ofta är anordnade i samarbete med externa aktörer, rådgivare eller konsulter.

– Vi jobbar med ett coachande förhållningssätt. Det innebär att vi ställer öppna frågor och hjälper företagare att komma till insikt om vad som behöver göras, säger Marie.

Närmare 50 procent av erbjudandena inom rådgivning genomförs av externa underkonsulter eller mentorer i ALMIs regi. Genom hela kundprocessen görs bedömningar om det är ALMI eller annan aktör som är bäst lämpad att uppfylla kundens behov.

Den absoluta majoriteten av rådgivningskunderna befinner sig i spannet från uppstartsfas till företag med 0–4 anställda. De tre största branschgrupperna när det gäller ALMIs rådgivningsinsatser är handel, tillverkning samt annan serviceverksamhet. Räknat i antal lån är handel den i särklass största branschgruppen.

Under 2010 genomfördes en särskild satsning på kulturella och kreativa näringar. Till största delen utgjordes satsningen av en kompetensutveckling av ALMIs medarbetare inom området. Syftet var att ALMI skulle bli bättre på att hjälpa dessa kunder. 2011 är det dags att fokusera på handel och besöksnäring. Satsningen motiveras av att det är en stor andel av ALMIs kundstock och att det är en sektor med stora, strukturella förändringar. Att såväl kvinnor som invandrare är högt representerade inom detta område är ytterligare ett argument för att ge särskild uppmärksamhet åt denna grupp nästa år.

BEHOVSANALYSEN ÄR CENTRAL

ALMIs kunderbjudanden inom rådgivning grupperas i områdena Innovation & Produkt-

utveckling, Nyföretagande, Mentor, Etablerade företag och Ägarskifte. Initialt genomgår kunden en kort behovsanalys. Syftet är att fastställa kundens behov, säkra att kunden får kännedom om ALMIs samtliga erbjudanden samt att fastställa om ALMI är rätt leverantör eller om kunden ska förmedlas vidare till andra aktörer. Vår ambition är att samtliga kunder ska följas upp efter avslutad insats. Uppföljningen analyserar den genomförda insatsen men är även framåtriktad med fokus på kundens nästa steg.

– Vi vill säkerställa att kunden erbjuds rätt stöd på rätt sätt. Kundens behov är i fokus, säger Marie.

Under 2010 har erbjudandena utvecklats, bland annat med nya metoder och verktyg. Inom innovation jobbar vi med att bredda innovationsbegreppet så att det i högre utsträckning också inkluderar tjänsteinnovationer. Vi vill också utöka innovationsverksamheten som riktas mot befintliga företag och produktutveckling i dessa.

Inom ALMIs nyföretagarrådgivning kommer ungefär hälften av kunderna genom IFS Rådgivning. Här ryms också Företagarskolan som under 2010 lockade 58 procent kvinnor, 13 procent invandrare och 25 procent unga under 30 år.

– Trenden är att nyföretagandet växer och det är glädjande att vi har en så hög andel av våra prioriterade grupper som kvin-

nor, invandrare och unga bland nyföretagarkunderna, säger Marie.

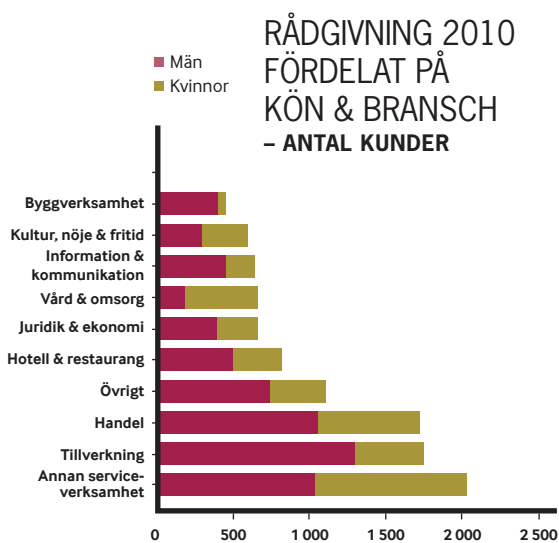
Marie värderar ALMIs mentorsverksamhet som en otroligt viktig insats för att utveckla nya företag och bredda deras nätverk. Till målgruppen etablerade företag har metoder och verktyg utvecklats för bland annat Lönsamhetsstyrning och Marknadsutveckling.

– Våra rådgivningsinsatser till etablerade företag varierar från dotterbolag till dotterbolag. Här påverkar de regionala ägarnas ambitioner och viljeinriktning, säger Marie.

Som ett resultat av att allt fler företagare blir äldre ökar behovet av finansiering och rådgivning i samband med ägarskifte. Marie planerar för hur det ökade behovet under 2011 ska mötas.

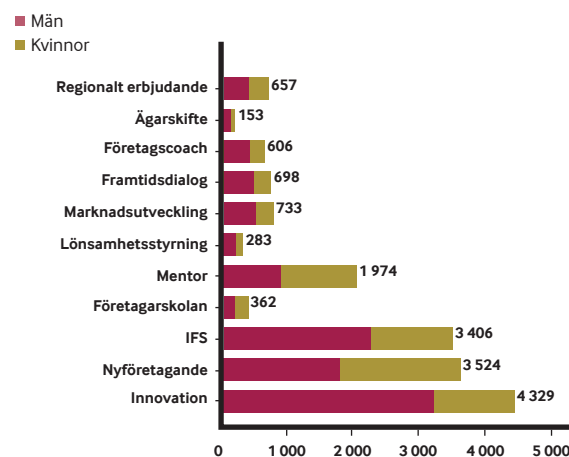
– Även här ser vi gärna en högre andel kvinnor och invandrare som köper företag. Verkligheten för många kvinnor är att de driver företag i branscher med låga inträdes hinder vilket resulterar i låga marginaler. Vår uppgift är att stötta dem och hjälpa dem att se den potential för tillväxt som ofta finns, säger Marie.

Även om vi gör extra insatser för att nå ungdomar, kvinnor och invandrare, ska vi för den skull inte glömma bort övriga målgrupper. Under 2011 räknar vi med att nå ut till ännu fler kunder än under 2010, avslutar Marie.

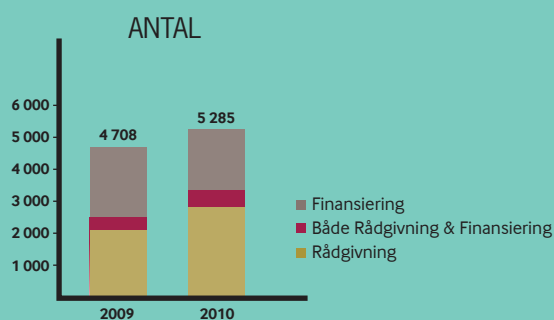


Till ovanstående tillkommer 4 017 rådgivningskunder i en tidig fas där branschtillhörighet ej kunnat fastställas

ANTAL KUNDERBJUDANDEN INOM RÅDGIVNING 2010



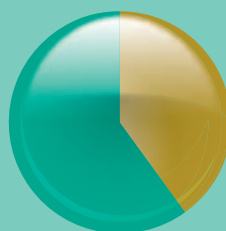
ANTAL NYSTARTADE FÖRETAG GENOM ALMI



5 285

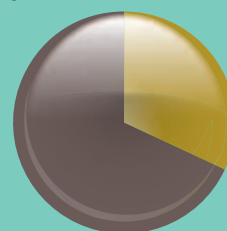
FÖRETAG STARTADES 2010

FÖRDELNING



Män, 60%
Kvinnor, 40%

ANDEL KVINNOR



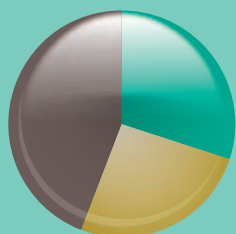
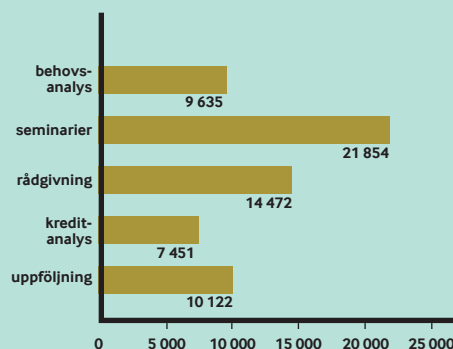
Invandrare, 32%
Ej Invandrare, 68%

ANDEL MED INVANDRAR-BAKGRUND

ANTAL KUNDER PER AKTIVITET

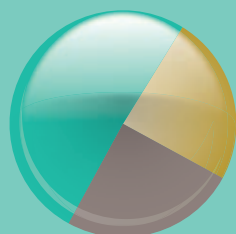
14 472

KUNDER HAR FÅTT RÅDGIVNING



Fördelning av antal kunderbidanden 2010

- Innovation, 26%
- Nyföretagande, 44%
- Övrig rådgivning, 30%

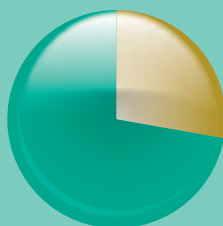


Fördelning av rådgivningstid, internt /externt 2010

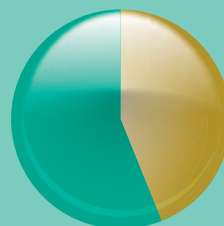
- ALMI rådgivare, 51%
- Externa underkonsulter, 25%
- Externa mentorer, 24%

»Under 2010 var efterfrågan på ALMIs rådgivning fortsatt hög. Närmare 15 000 kunder fick individuell rådgivning eller rådgivning i grupp. Därutöver deltog närmare 22 000 personer i olika former av seminarier, som ofta är anordnade i samarbete med externa aktörer, rådgivare eller konsulter.«

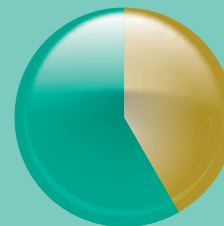
ANDEL KVINNOR SOM FÅTT RÅDGIVNINGSERBJUDANDEN 2010



INNOVATION 28%



NYFÖRETAGANDE 44%



ÖVRIG RÅDGIVNING 46%



FLER KVINNOR

i styrelser tack vare Styrelsekraft

Närmare hälften av deltagarna i programmet *Styrelsekraft* uppger att de har erbjudits en styrelseplats. Det framgår av en utvärdering som gjordes i samband med att programmet avslutades i september 2010.

Våren 2009 lanserade näringsminister Maud Olofsson det nationella styrelseprogrammet för kvinnor, *Styrelsekraft*. ALMI fick i uppdrag att driva projektet. Under programmet har 200 utvalda kvinnor inom näringsliv och offentlig sektor fått möjligheten att tillsammans med sina mentorer utveckla kontaktnät och sin personliga kompetens inom styrelsearbete. Intresset för att delta i programmet har varit stort. 1400 kvinnor sökte till programmet och urvalsprocessen sköttes av en jury bestående av representanter från näringsliv och offentlig sektor.

Utvärderingen som deltagarna gjort ger ett genomgående gott betyg för programmet. Närmare hälften av adepterna har fått minst en förfrågan om styrelseplats. Nära 60 procent av adepterna anger att de har blivit omnämnda i media. En av adepterna reflekterade i utvärderingen: "Att nätverka med alla dessa mycket kompetenta affärskvinnor har varit otroligt inspirerande. Jag har insett att jag som kvinna inte alltid ser och relaterar till den kompetens som finns hos andra kunniga, driftiga affärskvinnor." Det som adepterna generellt uppskattade mest i programmet var mötet med mentorerna.

– Det är särskilt glädjande att flertalet av de 200 mentorerna, utvalda för att de har gedigen styrelseerfarenhet, också upplever att de har fått något tillbaka. Mentorernas helt ideella engagemang visar att det finns en bred vilja att arbeta för mångfald i styrelser, säger Marie Ahlgren, ansvarig för programmet på ALMI.

En av mentorerna poängterar i utvärderingen »Det är inte bara spännande att träffa och arbeta med adepten, utan träffarna och mötet med andra mentorer och adepten har varit mycket givande.«

FÖRÄDLAR CEMENT FRÅN 4 000 TILL 50 000 KRONOR PER TON

En designad utebänk i armerad betong och oljad ek! Många hade aldrig sett något liknande. Efter Möbelmässan 1998 hamnade Stina Lindholms skapelse Pilgårds i varenda inredningstidning värd namnet. Skulpturfabriken på Gotland överöstes av beställningar. Och sedan var det bara att tuta och köra.

Stina Lindholm, grundare, ägare och vd.



Företaget grundades: 1995

Omsättning sep 09–aug 10:

4 miljoner kronor

Antal anställda: 16 på helårsbasis, extrapersonal på sommaren

Marknad: Offentliga rummet, privatkunder i Sverige och utomlands

ALMIs insats: förstudie-medel, tillstyrkande av produktutvecklingsmedel, affärsrådgivning, nätverk, seminarier och inspirationsföreläsningar



Redan under uppväxtåren i Finland visste Stina att hon ville bli konstnär. Hon flyttade till sin mamma i Stockholm och började på Konstfack. Efter en kurs i betong blev hon övertygad om vad hon skulle syssla med i livet.

– Hela den tekniska processen kring betong och gjutning fick mig att gå igång. Jag bestämde mig för att öppna ett konstgjuteri.

Nu gällde det bara att hitta en lämplig plats där familjen skulle vilja leva, arbeta och bo. Valet föll på Gotland där pengarna räckte till lite mer. Det blev en K-märkt gård utanför Slite med byggnader från 1600-talet i hyfsat skick. Men det saknades el, vatten och avlopp.

– Vi kom att kalla det för vårt självplågeriprojekt. Både min man och jag renoverade och jobbade samtidigt på annat håll för att dra in pengar. Oj, vad vi slet.

Verkstäderna stod klara 1995 och samma år registrerades Skulpturfabriken. Några år senare var Stina redo att visa upp sina möbler för en större publik. Samtidigt öppnade hon en butik på gården.

– På möbelmässan fick vi hur mycket uppmärksamhet som helst. Ny-minimalism var på modet. Möbler i betong upplevdes som något jät-tehipt och nytt. Jag låg med andra ord väldigt rätt i tiden.

Intresset från den offentliga marknaden var enormt. Även privatkunder hörde av sig.

– Min man och jag jobbade på som bara den, dag som natt och helg. Till slut tog vi mod till oss och anställde personal.

Kombinationen gammal gård med moderna produkter lockade. För att visa bänkar, bord och planteringskärl i sitt rätta element byggde Stina en inspirationsträdgård i japansk stil med enbart gotländska material.

– Folk tyckte att miljön var fin och stannade i timmar, vilket gjorde att vi startade en espressobar. Butiken växte till 200 kvadratmeter. Det ena har lett till det andra. Köksträdgård, betongkurser och företagsevent.



"På mässan fick vi hur mycket uppmärksamhet som helst. Nyminimalism var på modet. Möbler i betong upplevdes som något jättehittat och nytt. Jag låg med andra ord väldigt rätt i tiden."

POPULÄRA BETONGHOAR

Stinas handfat och diskbänk i betong väckte stor uppståndelse när de visades på Möbelmässan häromåret. För att hinna med alla beställningar anställdes fler hantverkare. En annan omskriven och prisbelönt produkt är de designade väggplattorna med ullfibrer som ger en ljudabsorberande effekt.

– ALMI har varit en bra support sedan starten. Första gången med råd och tips när jag deltog i NIK, nätverk för innovativa kvinnor. En annan gång med förstudie-medel för att utveckla tekniken med ullfibrer i betong. Och i samband med export till Schweiz och Danmark fick jag mycket bra information.

Stinas förmåga att få med designaspekten i produktutvecklingen av väggplattorna i betong och ull, ledde till att ALMI nominerade henne till Årets Skapa-pris 2004. ALMI har också tillstyrkt produktutvecklingspengar via Nutek, numera Tillväxtverket, för att standardisera plastformar till gjutning av diskbänkar och handfat.

– Stina har ett genuint formspråk som går hem och känsla för kvalitet. Hon är målmedveten och bra på att profilera sig och bygga upp sitt varumärke. Stina har lyckats förena det hantverksmässiga med större produktionsserier, vilket inte alltid är lätt. Det är väldigt roligt att få vara med om Skulpturfabrikens häftiga resa, säger Ellinor Dahl, innovationsrådgivare på ALMI.



TELEBORG SLOTT

ETT LÖNSAMT UNDER- VERK

En diskussionspartner som bekräftar att du är på rätt väg. Som kommer med goda råd för att du ska bli ännu mer lönsam. ALMIs rådgivningsprogram "Lönsamhetsstyrning" får högt betyg av vd Maria Runosson, som driver hotell-, restaurang-, fest- och konferensverksamhet på Teleborgs Slott intill sjön Trummen utanför Växjö centrum.

Företaget grundades: 2003

Omsättning 2010: 6,8 miljoner kronor

Antal anställda: 6 heltid, 5 extrapersonal

Marknad: Konferens, bröllop, fest, turism

ALMIs insats: Lönsamhetsstyrning



Maria Runosson, vd



ett fantastiskt bra redskap. Något som jag rekommenderar alla företagare att göra, säger hon.

År 2002 fick Maria i uppdrag av kommunens fastighetsbolag Videum att se över hur slottet kunde nyttjas bättre. Ett år senare hade hon själv tagit över driften. Tillsammans med Videum påbörjade

Maria en varsam renovering av sovrummen och har i princip ställt i ordning en ny våning varje år sedan dess. Teleborgs Slott är numera en populär plats för såväl möten som bröllop, julbord eller söndagsutflykt. Det har också blivit utsett till Kronobergs största underverk i Smålandspostens omröstning.

– Vi har vuxit mycket och fort och i fjol kände jag ett behov av att någon utomstående kunde styrka att vi jobbade åt rätt håll. Med facit i hand skulle jag ha kontaktat ALMI från början. Det hade gjort den här resan snabbare och enklare. Som företagare möter du ibland problem som du inte hade kunnat tänka dig, säger Maria.

De senaste åren har ALMI Kronoberg hjälpt ett hundratal företag med lönsamhetsstyrning.

– Vi tittar på företagets starka och svaga sidor. Bedömer ett an-

tal olika parametrar, till exempel hur man arbetar med marknadsföring och inköp, administrativa rutiner, kundstruktur, personalvård och självklart hur man är som ledare. Tillsammans kommer vi överens om en slags åtgärdslista. I Teleborgs fall blev den inte särskilt lång. Här handlade det mest om att bekräfta att Maria var på rätt väg, säger Pontus Sannéus, affärsrådgivare på ALMI.

En jämförelse med andra, liknande företag visade också att Teleborg har lyckats väl. Maria som är utbildad inom personal- och säljområdet har byggt upp en platt organisation där alla kan ta vid när och där det behövs.

– Lönsamhetsstyrningen har stärkt mig i min roll som vd. Vi gör mycket rätt, men kan bli mer effektiva vid exempelvis faktureringen av kunderna.

En avstämning med ALMIs rådgivare återstår. Maria tycker att samarbetet har fungerat jättebra och vill gärna "ge tillbaka" genom att ställa upp som mentor. För att verksamheten ska bli mindre sårbar fortsätter hon att utveckla olika erbjudanden på det unika, gamla slottet som från början var en morgongåva.

– Välkommen att uppleva ett underverk.



COMPOSITTEKNIK



Lena Frejlin, vd och ägare

SNABB- VÄXANDE KOMPOSIT- FÖRETAG I NORR

Ingenting är omöjligt, är ett typiskt uttalande för Lena Frejlin, vd och ägare till Compositteknik Norr i Örnsköldsvik. Hittills har framgången byggt på komposittdetaljer till fordons- och tillverkningsindustrin. Nu har verksamheten utökats med den fjädrande träningsstaven Bungy Pump som blivit populär på nolltid, även utanför landets gränser.

Grundades: i slutet på 1970-talet, ägarbyte 2007

Omsättning 2010: 14 miljoner kronor

Antal anställda: 13. På väg att bli fler

Marknad: Fordons- och tillverkningsindustrin, sport- och hälsobranschen

ALMIs insats: Affärsrådgivning

Den affärsrådgivning som vi fått från ALMI sedan starten har varit fantastisk. Allt från innovationsstöd till råd om hur vi ska gå vidare med tillverkning och marknadsföring. Det har gett oss flera nya kunder, säger Lena som bott i Sverige i 15 år.

Uppvuxen i den forna sovjetrepubliken Kirgizistan och utbildad i teknik och ekonomi på universitetet i S:t Petersburg, kom Lena till Norrland för att tolka åt hjälporganisationen Hoppets Stjärna. Hon trivdes, bestämde sig för att stanna och fick snabbt uppehållstillstånd och arbetsvisum.

Vips satt Lena som ansvarig för ekonomi och marknadsföring på Övik Marina. När den förra ägaren skulle dra sig tillbaka för drygt tre år sedan köpte Lena loss kompositdelen. Finansieringen ordnades bland annat med hjälp av Norrlandsfonden och SEB.

– Jag hade varit med i ledningsgruppen i många år och bedömde att det fanns en stor potential för komposittillverkningen. Att ersätta metaller med avancerade kompositmaterial som till exempel glasfiber, kolfiber och epoxy är smart både för miljön och ekonomin, säger Lena.

Tillverkningen är mindre energikrävande och slutprodukten lättare, vilket ger lägre transportkostnader. Kompositen kräver varken ytbehandling eller efterbehandling och är dessutom billigare att framställa.

– När det gäller produktens färg och form har konstruktören mycket större frihet, säger Lena.

TOAKURER OCH PULKOR

Exempel på produkter är inredning till försvarets bandvagnar samt vikbara bord och batterilådor. Men också kranhytter, brunnslock, väggar och tak till arbetsvagnar och toakurer. Pooler, båtar och båtdetaljer, pulkor och packboxar med mera.

– Utvecklingen av produkterna sker i nära samarbete med kundernas konstruktörer. Vi gör allt från idé till färdig produkt. Från egen formtillverkning till slutmontering med alla gummilister och beslag. Prototyper eller serietillverkning. Allt är möjligt, säger Lena.

Johan Ingman, rådgivare på ALMI framhåller att Compositteknik Norr har en hög ambitionsnivå när det gäller den grundläggande verksamheten.

– Dessutom finns en nyfikenhet kring såväl produktutveckling som sökandet efter nya marknader. Under processerna har de utnyttjat flera av ALMIs kompetensområden, och vi håller fortsatt kontakt.

När statsminister Fredrik Reinfeldt nyligen ville besöka ett snabbt växande företag föll valet på Compositteknik Norr. Sedan tidigare är företaget med i Projekt Kosmopolit, som är regeringens särskilda satsning för att ta tillvara utlandsföddas unika kompetens för att öka utrikeshandeln, skapa fler jobb och högre tillväxt. 2008 tog Lena emot ALMIs företagarpriis för bra ledarskap och utveckling.

Exportkursen som ALMI ordnade tillsammans med Exportrådet får högt betyg.

– Bara ett halvår efter att vi köpte Bungy Pump har vi fått förfrågningar från hela världen. Jag har stor nytta av mina nya exportkunskaer, säger Lena.



Rekordmånga nystartade invandrarföretag

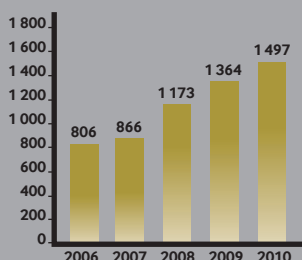
IFS Rådgivning utmärker sig 2010 med ett mycket bra resultat. Aldrig tidigare har det startat så många företag i Sverige bland personer med utländsk bakgrund. Det märks också på ALMIs utlåning där målgruppen har förbättrat sin position.

Insamlingsstiftelsen IFS Rådgivningscentrum, startades som Internationella Företagarföreningen i Sverige 1996. Syftet är att hjälpa invandrare att starta och utveckla företag i Sverige. Det som gör IFS unikt är att rådgivarna representerar mångfalden i samhället och motverkar därmed de svårigheter som invandrare kan ha gällande språk, lagar och regler i det svenska samhället.

Under 2004 inleddes ett samarbete med ALMI med målsättningen att integrera rådgivningsverksamheten i ALMI. Idag är IFS Rådgivning ett särskilt kompetensområde inom ALMI Företagspartner med 35 rådgivare över hela landet.

- Rådgivning erbjuds på 28 olika språk
- Det finns drygt 1 miljon personer i Sverige som är födda utomlands (Timbro).
- 74 100 företag drivs av personer som är födda utomlands (Tillväxtverket).
- Drygt 7 500 företag startas varje år av personer som är födda utomlands (Tillväxtverket).
- Invandrare har stått för 90 procent av befolkningstillväxten i Sverige de senaste åren (Timbro).
- Den årliga köpkraften hos personer med utländsk bakgrund är drygt 200 miljarder kronor (Timbro).
- Det största hinder som företagare med utländsk bakgrund möter inför start av företag är brist på finansiering (Tillväxtverket).

ANTAL NYSTARTADE FÖRETAG GENOM IFS RÅDGIVNING



dagsläget grundas vart sjunde nytt företag av en person med utländsk bakgrund. När det gäller kvinnor är det faktiskt fler med invandrabakgrund som startar eget jämfört med kvinnor i övrigt. Samtidigt står invandrarna för en betydande del av befolkningsökningen i Sverige.

– Det påminner oss om hur viktig den här gruppen är för tillväxten. ALMIs roll är att tillgodose det behov av rådgivning och finansiering som finns, säger Maroun Aoun, vd för IFS Rådgivning.

Att invandrarna är en grupp som är aktiva med att starta företag kan bero på att de har svårare att få jobb. Men det kan också handla om en tradition av stark entreprenörsanda från hemlandet.

I en allt mer globaliserad värld kan invandrarna nu dra nytta av sina nätverk utomlands.

– För Sveriges del kan invandrarna med sina språkliga och kulturella specialkunskaper fungera som en fantastisk gränsöverskridande resurs för att öka vår export, säger Maroun.

ALMI har i linje med dessa tankegångar samarbetat med bland annat Stiftelsen IFS i det så kallade Irak-projektet. Målet är att underlätta affärer mellan länderna och att utveckla Sveriges export till Irak. I förlängningen ska lärdomarna kunna appliceras på andra länder.

STOR HJÄLP AV ROT OCH RUT

Hemma i Sverige har Rot- och Rutavdraget bidragit till att skapa nya affärsmöjligheter inom bygg- och servicesektorn.

– Servicesektorn är på frammarsch i hela Europa och vår målgrupp är väldigt pigg på att ta för sig här. Men personer med utländsk bakgrund finns i princip representerade inom alla branscher, säger Maroun.

Under förra året avslutades den särskilda satsningen på företag som varit igång i mer än

tre år, pilotprojektet Adacta, som syftade till att stötta invandrarägda företag med expansionsfrågor. Totalt deltog 300 företag. Adacta, som finansierades av Tillväxtverket, utsågs till ett av verkets mest lyckade projekt 2010. I fortsättningen kommer dessa erfarenheter att implementeras i ALMIs ordinarie verksamhet.

Under 2010 har ALMI varit engagerad i tävlingen Årets Nybyggare som anordnas av stiftelsen IFS. Priset delas ut av Kungen till en person med utländsk bakgrund som valt att starta eget företag, och som lyckats bli framgångsrik med begränsade resurser samt genom hårt och målmedvetet arbete.

– Det är ett sätt att lyfta fram goda exempel, dels för att inspirera andra, dels för att få medieexponering. Det ger oss i sin tur fler kunder, som i förlängningen betyder fler framgångsrika företag i Sverige, säger Maroun och tillägger att 2010 har varit ett lyckat år medialt sett för IFS rådgivning, med många reportage och debattartiklar.

IFS-rådgivarna, som tillsammans behärskar 28 språk, arbetar aktivt för att informera målgruppen, bland annat via olika invandrarförningar, arbetsförmedlingar, SFI-utbildningar (svenska för invandrare) och etnisk media. Under året har ALMIs hemsida med information på flera olika språk uppdaterats.

Samtliga IFS-rådgivare är numera diplomerade i interkulturell kompetens. Målsättningen är att hela ALMIs personal ska få en utbildning på samma tema. För att ytterligare möta nybyggarnas behov pågår sedan 2010 en exportutbildning för IFS-rådgivarna. Trots svårigheter med bristande språkkunskaper och blygsamma affärskontakter visar en stor andel av entreprenörerna med utländsk bakgrund en vilja att växa, anställa och gå på export. ALMIs särskilda mentorsatsning för invandrare är väldigt uppskattad.

JANGIR MADDADI DESIGN BUREAU

På bara några år har designern Jangir Maddadi lyckats slå igenom internationellt. Hans mest kända produkt är en lyxig glasfiberbänk, som redan inhandlats av familjen Kennedy.



DESIGNER BLEV ÅRETS NYBYGGARE

Jangir Maddadi föddes i Kurdistan och kom till Sverige 1993. Redan under designutbildningen bestämde sig Kalmarbon Jangir för att bli egenföretagare. Den första tiden arbetade han i Dubai och Oman, där ett av uppdragen var att skapa en egen grafisk profil åt kungen av Oman. Vid återkomsten till Sverige startade han, med vägledning av ALMI, företaget Jangir Maddadi Design Bureau AB.

NATIONELLT GENOMBROT

Den specialdesignade bänken Union Bench blev hans internationella genombrott. Produkten visades i Milano och New York och beställdes av bland andra familjen Kennedy. Fyra bänkar ska dessutom vara med i inspelningen av filmen "Men in Black 3".

Nyligen fick Jangir Maddadi ta emot priset som Årets Nybyggare i kategorin Nystart av kung Carl XVI Gustaf på Stockholms slott. Han belönas med 100 000 kronor som ska användas i företagets verksamhet.

– Jag är väldigt stolt och glad. Det är framför allt ett erkännande att jag lyckats med det jag kämpat för dag och natt. Prispengarna kommer väl till pass vilket innebär att jag inom kort kan lansera en ny produktserie säger Jangir.

INTERNATIONELL VERKSAMHET

I dag har företaget fem anställda varav fyra på halvtid, och omsätter 2,5 miljoner kronor. Jangir har återförsäljare i nio länder, bland annat i städerna Miami, New York, Milano och London och 90 procent av intäkterna kommer från export. Han har dock valt att fortsätta producera sina produkter i Kalmar trots sin internationalisering.

– Jag tycker att det är viktigt med regional utveckling. Att ha produktionen nära gör det lättare att kontrollbesiktiga varorna och skapa en långvarig relation till dem man jobbar med.

Nu arbetar Jangir med en nylansering av en möbelkollektion för offentliga miljöer.



Årets Nybyggarpri i kategorin Nystart delas ut till en person med utländsk bakgrund som bor i Sverige och som under kort tid och med små resurser har startat ett företag.



JIMMY PERVIK NATIONELL PROJEKTLEDARE



ALMIS mentorverksamhet UNIK I EUROPA

Med programmet Mentor Eget Företag får entreprenörerna en rivstart. I en färsk EU-rapport lovordas ALMIs rikstäckande mentorsatsning som beskrivs som unik i sitt slag i Europa. Här framgår också att mentorverksamhet är en av de viktigaste insatserna för att skapa fler framgångsrika företag. Under 2010 startade ALMI 1 179 nya mentorpar.

Mentorprogrammet har ökat stadigt i popularitet sedan starten. En undersökning som ALMI har gjort tillsammans med Örebro universitet visar att cirka 80 procent av nyföretagarna efterfrågar en mentor.

– Den största utmaningen är att sälla fram de allra bästa av alla hängivna entreprenörer som hör av sig. För att komma i fråga räcker det inte att vara engagerad. Du ska också vara förändringsbenägen och inställd på att arbeta på det som diskuteras mellan träffarna, säger Jimmy Pervik, nationell projektledare Mentor Eget Företag.

En styrka med programmet är att alla som arbetar inom Mentor Eget Företag har gått samma handledarutbildning. Vid de årliga erfarenhetsträffarna hjälps medarbetarna från regionkontoren åt att vidareutveckla och förbättra programmet.

Mentorbanken växer stadigt. Mer än hälften av alla i näringslivet kan tänka sig att ställa upp ideellt som mentor, enligt ovan nämnda undersökning. Drygt 90 procent av de mentorer som varit knutna till ALMI vill gärna fortsätta.

I kontraktet som parterna skriver under inför sitt ettåriga samarbete, förbinder sig mentorn att avsätta minst två timmar i månaden till sin adept. Summeringen av året visar att det oftast blir mångdubbelt mer.

NÖJDA MENTORER OCH ADEPTER

Av den årliga uppföljningen framgår att mentorerna tycker det är roligt att få ge tillbaka till samhället och att få följa en engagerad person som brinner för sin idé. Adepterna framhåller att stödet gjort det möjligt för dem att utvecklas och snabbare öka lönsamheten. Drygt 40 procent uppger att de har ändrat sin affärsidé under året som gått.

– Ett bevis för att vi har klarat av att välja ut förändringsbenägna adepter, tillägger Jimmy. Och naturligtvis att vi har lyckats bra med våra matchningar.

Genom att oftast matcha adepter och mentorer från olika branscher blir det lättare att fokusera på det viktiga, nämligen affärsmodeller och strategiska frågor. ALMI tillhandahåller en arbetsmetod för mentorparen och anordnar också nätverksträffar. Många berättar att de tänker behålla kontakten när året är till ända, ibland uppstår nya affärsmannaskap. Inte sällan vänskap för livet.

För att svenska företag snabbare ska kunna hävda sig på en global marknad lanserades 2010 programmet "Exportmentor" som en pilot, tillsammans med Handelskammaren. 47 företag med resurser och potential för att gå på export har efter noggranna analyser och intervjuer tilldelats en mentor av ALMI.

– Vi är ensamma i världen om att kunna tilldela en mentor i det land du skall exportera till, berättar Jimmy. Förhoppningsvis kan det leda till stora vinster för svensk export.

2010 avslutades den treåriga, särskilda satsningen på etablerade företagare med utländsk bakgrund. Totalt har 802 par kopplats ihop. Målgruppen har därmed fått ett större nätverk och en person att diskutera sitt företags utveckling med. Andra prioriterade grupper under det gångna året har varit kreativa näringar, innovativa unga under 30 år samt kvinnor.

OM MENTOR



Näringsdepartementet har givit ALMI Företagspartner och NyföretagarCentrum uppdraget att gemensamt skapa ett riktäckande program för mentorskap i komplement till ordinarie rådgivning. Programmet Mentor Eget Företag finansieras av Näringsdepartementet och regionala ägare och ska öka möjligheterna för blivande och befintliga småföretagare att starta och utveckla lönsamma företag. Det övergripande målet är att sprida mentorprogrammet till nyföretagare i hela Sverige. Blivande och nyblivna entreprenörer kan genom programmet kostnadsfritt få tillgång till en mentor under ett år. Det blir på så vis lättare att komma igång med företagandet och det går snabbare att nå lönsamhet och framgång.

- Programmet var redan 2007 världens största ideella mentorprogram för nyföretagare per capita och fortsätter växa.

- Under 2010 startade ALMI 1 179 mentorpar, vilket är 23 procent fler än 2009. Sedan starten 2006 har programmet vuxit med 580 procent.

- Mentorprogrammet har cirka 50 handlare på ALMIs dotterbolag runt om i landet.

- Cirka 65 procent av alla adepter som har varit med i programmet sedan starten är kvinnor.

- Antalet rådgivningstimmar inom mentorprogrammet uppgick under 2010 till 60 000. Det motsvarar 100 heltidsanställda rådgivare som genomför tre rådgivningstimmar per dag.

- Den som är intresserad av att delta i programmet som mentor eller adept kan göra en intresseanmälan på www.mentoregetforetag.se.

STEGET FÖRE GUTENBERG

Bröderna Hampus och Tobias Schildfat har skapat en webbaserad tjänst som rör om i den traditionsbundna bokbranschen.

På solentro.se upptäcker allt fler att det går att skapa sin personliga bok. Vid bygget av Solentro har ALMIs mentor Anne Richardsson bidragit med konstruktiva och kreativa frågeställningar.



– När vi har byggt upp företaget har det ibland varit svårt att prioritera vad vi ska fokusera på och veta vad vi ska välja bort. Genom att Anne Richardsson ställde öppna frågor tvingades vi tänka efter och svara på vad vi ville satsa på, konstaterar Hampus Schildfat.

Bröderna är tacksamma över att de fick in en frisk fläkt utifrån. Anne har motiverat och utmanat Hampus och Tobias och bidragit med ett kvinnligt perspektiv i en mansdominerad bransch. De träffades ungefär en gång i månaden under ett år.

– En viktig sak som vi kom fram till gemensamt var att fokusera på att bygga upp varumärket i stället för att lägga kraft på att söka patent på vår webbtjänst, säger Hampus.

Solentros affärsidé handlar om möjligheten att erbjuda människor att skapa en bok tillsammans med andra.

– Så vitt vi vet är vi fortfarande ensamma om möjligheten att bjuda in andra att bidra med både texter och bilder till en bok, till exempel inför en föreläsning, säger Hampus.

LEDANDE WEBBASERAD TEKNIK

Tekniken bakom Solentros tjänst är webbaserad medan de flesta av konkurrenterna som gör fotoböcker kräver att användaren laddar ner programvaror.

Affärsidén föddes av en slump i samband med pappa Schildfats födelsedag 2006. Bröderna ville ge bort en personlig bok med hälsningar och anekdoter från släkt och vänner. Boken, som producerades av en grafisk formgivare, blev omåttligt populär i bekantskapskretsen.

– Innan vi drog igång verksamheten kollade vi av marknaden och upptäckte att det fanns ett uppdämt behov för människor att berätta sina egna personliga historier.

Sedan starten i februari 2008 har Solentro vuxit rejält. Från en bok i veckan i Sverige har företaget i dag kunder i 18 länder och skickar ut hundratals böcker i veckan. Målet är att växa ytterligare de närmaste åren, bland annat genom marknadsföring på internet. Men den bästa reklamen är från mun-till-mun.

– Varje bok som vi säljer visas i sin tur upp för i snitt 10–20 personer. Det roligaste med det vi gör är att vi får direktkontakt med kunderna och ser deras enorma uppskattning av vår tjänst. Anne Richardsson, Årets Mentor i Skåne 2010, har en bred profil med mycket arbete inom marknadsföring och affärsutveckling i bagaget.

– I min roll som mentor gäller det att inte ta över. Mycket handlar om att ställa öppna frågor som gör att personerna fokuserar på rätt frågor och blir skarpare i sin egen analys.

Företaget grundades: 2006

Omsättning 2009: 750 000 kronor, fortsatt kraftig omsättningstillväxt 2010

Anställda: 4 personer

Marknad: Solentro finns på fyra språk: svenska, tyska, engelska och danska

ALMIs insats: Affärsrådgivning. Innovationsrådgivning. Grundarna har också deltagit i ALMIs mentorprogram

INGRID KALDERÉN PERSONALCHEF

Medarbetare ska ha den kompetens och motivation som behövs för att möta kundernas behov.

STÄNDIG kompetensutveckling HOS ALMI

ALMI ska vara en av Sveriges mest attraktiva arbetsgivare med medarbetare som har kompetens och motivation att förstå och möta kundernas behov. Under året har flera strategiska beslut fattats inom HR för att leva upp till denna målsättning. Bland annat har en mångfaldspolicy formulerats inom ramen för den koncerngemensamma strategin. Dessutom påbörjades arbetet med att ta fram en ny modell för såväl ledarutvärdering som medarbetarutveckling.

– Den nya modellen för ledarutvär-

dering, som kommer att införas 2011, ska säkerställa kvaliteten och utvecklingen av våra ledare. Den blir också en bra grund för successionsplanering och internrekrytering, säger personalchef Ingrid Kalderén.

Modellen för medarbetarutveckling ska tydliggöra hur medarbetarna kan utvecklas i sin anställning hos ALMI och kommer att sjösättas under 2011.

Annan etnisk bakgrund än svensk är hittills underrepresenterat hos ALMI, undantaget verksamheten inom IFS Rådgivning där en förutsättning är att alla rådgivare har sina rötter i ett annat land.

– Med mångfaldspolicyn vill vi säkerställa att sammansättningen av våra medarbetare återspeglar kunderna, det svenska företagsamhället. Vi har särskilt fokus på kön, ålder och etnicitet. Vi vill bli

bättre på att rekrytera fler personer med utländsk bakgrund till alla verksamhetsområden, säger Ingrid.

Beträffande fördelningen mellan män och kvinnor så har två års fokus på genus och jämställdhet bidragit till att situationen ser bra ut på samtliga positioner inom ALMI. Vid kommande rekryteringar ska stor hänsyn också tas till ålder.

– Vi bidrar med olika saker beroende på hur gamla vi är. Därför är det viktigt att ha en blandad åldersstruktur som motsvarar den för våra kunder. Det skapar också dynamik i arbetsgruppen, förklarar Ingrid.

GEMENSAMMA PROCESSER

Under året har ALMI tagit fram en ny modell för hur kunderbjudandet ska se ut, från bemötande till uppföljning av genomförda kundinsatser. Att de regionala bolagen arbetar på ett mer likvärdigt sätt gör inte bara organisationen effektivare, det garanterar också en högre kvalitet gentemot kunderna.

Personalfunktionen har under en längre tid arbetat med att ta fram gemensamma strukturer och processer som stödjer utvecklingen av verksamheten. Det här ska resultera i gemensamma och effektiva personaladministrativa processer och informativa personalsidor på intranätet.

Jämfört med liknande organisationer är trivseln på ALMI högre och personalen nöjdare med sitt arbete, visar medarbetarundersökningen från 2010. Sjukskrivningstalen är låga.

– Undersökningen är full av positiva svar. Ett drömjobb, starkt engagerade medarbetare, hög meningsfullhet i själva arbetsuppgiften att hjälpa Sveriges företagare. Omväxlande, självständigt, ett starkt inslag av lärande och stimulerande med all kundkontakt, är exempel på vad några har uppgett, berättar Ingrid.

ALMI rankas 2010 återigen som en uppstickare i Universums årliga undersökning Företagsbarometern, som mäter studenternas arbetsgivarpreferenser och hur de ser på karriärmöjligheterna hos olika arbetsgivare. Studenterna som väljer ALMI associerar företaget med attraktiva och spännande produkter, ett gott rykte, god etik och hög moral samt framgång på sin marknad. När det gäller parametern balans i livet har ALMI ett högt värde jämfört med andra verksamheter.

– Studenterna är visserligen inte vår primära målgrupp, vi vill gärna rekrytera cirka fem år efter avslutad utbildning. Men genom att finnas med i Universums undersökning ökar kännedomen om vilka vi är. Samtidigt får vi bättre förståelse för hur vi uppfattas och för vad som är viktigt för studenterna när de väljer yrkesbana, säger Ingrid.

I arbetet med att tydliggöra vårt erbjudande som arbetsgivare och hjälpa oss att utvecklas som medarbetare och organisation, har vi tagit fram en medarbetaridé och en ledaridé. Den ska beskriva hur vi ser på medarbetarskapet i ALMI och den vision vi har för våra ledare.

Idéerna är framtagna tillsammans med organisationen som en del i ett större strategiskt arbete för att utveckla ALMIs arbetsgivar- och för att stödja vårt arbete med Employer Branding.

VÅR MEDARBETARIDÉ

Vår medarbetaridé och ledaridé ska vara vägledande och stödja oss i vårt arbete med att vara en attraktiv och kompetent arbetsgivare.

SOM MEDARBETARE I ALMI FÅR DU:

- mål både för ditt arbete och för hela verksamheten
- stöd och tydlig återkoppling från din närmaste chef
- tydliga befogenheter och ansvar i ditt arbete
- utveckling i din yrkesroll och i ett regionalt nätverk
- möjlighet till inflytande och delaktighet i verksamheten

SOM MEDARBETARE I ALMI FÖRVÄNTAS JAG:

- ha ett affärsmässigt och resultatorienterat beteende med kundens bästa för ögonen
- ta egna initiativ och vara öppen för förbättringar och bidra i utvecklande samarbeten
- vara tydlig, agera med integritet och skapa förtroende genom att lyssna
- utveckla både min egen och mina kollegors kompetens
- bidra till en öppen stämning och en god trivsel på arbetsplatsen.

LEDARIDÉ

Som chef inom ALMI är jag tydlig i min ledarroll genom att:

- tydliggöra verksamhetsmål och genomföra fattade beslut
- ge stöd och tydlig återkoppling till medarbetare och uppmuntra deras utveckling
- utveckla verksamheten, vara omvärldsorienterad och främja samarbete
- vara självreflekterande, lyssnande och öppen för egen utveckling
- bidra till trivseln och stödja ett öppet, kreativt och förtroendefullt arbetsklimat

STÄNDIG KOMPETENSUTVECKLING

För att möta kundernas krav och förväntningar i en föränderlig verklighet är ALMI under ständig kompetensutveckling. Mellanchefernas vidareutbildning, som ägde rum under året, har varit väldigt uppskattad. Gruppen kommer fortsätta att samlas för att få stöd och inspiration i sitt ledarskap samt möjlighet att utbyta tankar och erfarenheter med sina kolleger.

Under 2010 förbereddes också arbetet för att börja certifiera samtliga fyra rådgivarroller. Sedan tidigare har ALMI definierat vilka kompetenskrav som ställs på rådgivarna. Det gäller självklart att ha rätt grundkunskap, men också rätt erfarenhet, attityd och förmåga.

– Vår kompetensidé ska vara vägledande och ett stöd när vi rekryterar och utvecklar våra medarbetare i koncernen för att på bästa sätt svara till våra kunders behov av ett kompetent och engagerat möte med ALMI, säger Ingrid.

LARS MÅRDBRANT KOMMUNIKATIONSDIREKTÖR

ETT STARKT VARUMÄRKE

Omvärldens uppfattning om ALMI är positiv och kännedomen om verksamheten är god. Men det finns också områden att förbättra.

Nöjda kunder

Kunderna är nöjda med ALMI, 93 procent kan tänka sig att rekommendera ALMI till andra. Det visar kundundersökningen som avser 2010 års kunder.

Kunderna svarar enligt en femgradig skala där 1 står för "stämmer mycket dåligt" och 5 står för "stämmer mycket bra". ALMIs totala NKI (nöjd kund index) är 4,4 – en ökning från föregående år då NKI var 4,2.

ALMIs rådgivare får gott betyg, 93 procent svarar att helhetsintrycket av rådgivaren man träffat var bra. Dessutom anser 94 procent att rådgivaren hade god kunskap om företagande.

Positiva företag

ALMI undersöker även kännedom och attityder hos företag som inte är kunder till ALMI. Den visar att fyra av tio slumpmässigt valda företag har en positiv uppfattning om ALMI. Det är ett bättre betyg än både banker och andra aktörer inom ALMIs område. 65 procent av svenska små och medelstora företag känner till ALMI.



ALMIs varumärke är starkt när kunderna är framgångsrika, ägarna är nöjda och vår omvärld ser och förstår nyttan av verksamheten. Ett starkt varumärke förutsätter en tydlig och enhetlig kommunikation, där mottagarna har en positiv och korrekt bild av verksamheten.

–Varumärket är ett löfte som skapar förväntningar som måste mötas eller överträffas. Ju mer välkänt och omtyckt varumärket är och ju mer kunskap omvärlden har, desto lättare är det att uppnå företagets övergripande mål, säger ALMIs kommunikationsdirektör Lars Mårdbrant.

Under 2010 har ALMIs varumärkesplattform vidareutvecklats. Arbetet har resulterat i ett strategiskt styrdokument innehållande vision, affärsidé, kärnvärden och mål.

–Det är många frågeställningar som hanteras i ett sådant här arbete, säger Lars. Behöver kärnvärden gallras ut och nya fastställas? Har varumärket ett löfte till marknaden? Har medarbetare och kunder samma syn? Vilken position har andra aktörer? Speglar logotyp, kontor och personal varumärket på rätt sätt?

ATTITYD- OCH KÄNNEDOMSMÄTNING

Kunskap om företagets image, det vill säga hur kunder och andra intressenter uppfattar varumärket, är viktigt för att kunna positionera ett varumärke. Därför genomför ALMI en återkommande attityd- och kännedomundersökning. Av den senast genomförda undersökningen framgår att fyra av tio slumpmässigt utvalda företag har en positiv uppfattning om ALMI. En majoritet har en neutral uppfattning och mycket få är negativa. Jämfört med andra aktörer får ALMI det mest positiva omdömet.

I genomsnitt har 65 procent av de slumpmässigt valda företagen kännedom om ALMI och verksamheten förknippas främst med rådgivning och nyföretagande men även i hög grad med finansiering. Ett tydligt förbättringsområde är storstadsområdena där kännedomen är lägre jämfört med andra delar av landet.

– För oss är det viktigt att tydliggöra effekterna av ALMIs verksamhet. Det finns så mycket positivt att berätta. Här är redaktionell media en viktig kanal. Under 2010 hade vi närmare 2 000 exponeringar i nyhetsmedia. Det finns ett stort intresse för vår verksamhet som vi utnyttjar på ett bra sätt, säger Lars.

ALMIs hemsida har haft en stabil ökning av antal besökare under flera år. Under 2010 var antalet besökare 850 000, en ökning med sju procent. Utöver en informationskälla är den också ett verktyg för företagen i sina verksamheter.

– Under 2010 började vi också använda sociala medier på ett strukturerat sätt. Det här är ett område som blir allt mer betydelsefullt i varumärkesarbetet. Och vi har bara sett början ännu, säger Lars.

För internkommunikationen är intranätet den absolut

»För oss är det viktigt att tydliggöra effekterna av ALMIs verksamhet. Det finns så mycket positivt att berätta. Här är redaktionell media en viktig kanal. Under 2010 hade vi närmare 2 000 exponeringar i nyhetsmedia.«

viktigaste kanalen. Under året har vi utvecklat ett nytt intranät som ska främja informationsutbyte, kompetensöverföring och den gemensamma företagskulturen.

– Att hitta sätt att öka dialogen och informations- och kunskapsspridningen är inte minst viktigt med tanke på vår geografiskt spridda organisation, säger Lars.

ALMI både deltar i och arrangerar ett stort antal seminarier och events, ett viktigt och betydelsefullt sätt att arbeta med varumärket. Bland dessa märks aktiviteterna under Almedalsveckan och Dagens Industris Gasell-träffar.

– Många av företagen som kommer med i Gasellrankingen är kunder till ALMI. Det är ett naturligt och självklart sammanhang för ALMI att synas i, säger Lars.

ALMI hittar sin närvaro i sociala medier

2010 VAR ÅRET DÅ SOCIALA MEDIER BLEV ETT BEGREPP. KANALER SOM FACEBOOK, TWITTER, LINKEDIN, YOUTUBE, FLICKR OCH BLOGGAR ÖPPNAR EN MÄNGD MÖJLIGHETER TILL DIALOG OCH DISKUSSION. SOM ORGANISATION GÄLLER DET ATT HA EN STRATEGI SOM PASSAR VERKSAMHETEN OCH SOM HÅLLER ÖVER TID.

Anna Hedensjö Johansson, ansvarig för marknadskommunikation inom ALMI Mitt, är även ansvarig för ALMIs steg in i den sociala medievärlden. Under året har ett medvetet förhållningssätt till de nya kanalerna vuxit fram, som gör att moderbolaget och dotterbolagen kan arbeta strategiskt i sin marknadskommunikation. Anna har tittat på ALMIs närvaro både utifrån varumärket och verksamheten.

Grunden för sociala medier är dialog och mellanmännliga relationer, oavsett om du agerar som privatperson eller representant för ett företag eller organisation.

– Människors närvaro i sociala medier är inget övergående fenomen och det är självklart att ALMI ska finnas på de ställen där nuvarande och potentiella kunder finns, säger Anna.

Arbetet med strategin har utgått från att samordna, kartlägga och växla upp de regionala initiativ som tagits runt om i landet. Strategin i sig bygger på att sociala medier handlar om utveckling samt att dotterbolagen själva står för engagemang och närvaro. Då blir ALMI synligt utifrån produkter och erbjudanden samtidigt som mervärdena blir många.

– Förutom att nå våra kunder blir även den interna kommunikationen och kunskapsöverföringen mellan dotterbolagen enklare. Till exempel får de som har regionala fan-sidor på Facebook per automatik större inblick i vad de andra gör, säger Anna.

Det senaste är ett skyltfönster in till ALMIs alla kanaler. Via en portal på Facebook hittar man vidare till dotterbolagen och erbjudanden. Här finns också ALMIs närvaro på YouTube och LinkedIn samlad.

För Anna gäller det också att leva som man lär. Arbetet med att forma strategin går att följa via bloggen Almi2.1 och hennes omvärldsbevakning på Twitter.

– Sociala medier är en naturlig del av vår vardag. Rätt använt är kanalerna kostnadseffektiva sätt att nå ut och stärka den omedelbara dialogen med kunder och intressenter, avslutar Anna.



ALMIS NÄRVARO I SOCIALA MEDIER:

Blogg: www.almi2-1.se

Twitter: @ALMI_Anna

Facebook: www.facebook.com/almiforetagspartner

Youtube: www.youtube.com/user/ALMIForetagspartner

LinkedIn: www.linkedin.com/companies/almi-foretagspartner

EVENTS



Fr.v. Maria Plass (m), riksdagsledamot, Meg Tivéus, direktör, styrelseproffs, Christer Örnfjäder (s), riksdagsledamot.



Jimmy Pervik, ALMI och Harry Goldman, Jobs and Society (längst till höger) med gäster.

ALMEDALEN

SVERIGES STÖRSTA MÖTESPLATS

Almedalsveckan 2010 slog alla tänkbara rekord. Rekordmånga evenemang, rekordmånga arrangörer och rekordmånga besökare. Även ALMIs arrangemang drog till sig rekordstort intresse. Dessa inleddes måndagen den 5 juli med ett seminarium i samarbete med Tillväxtverket med rubriken »Förebilder väcker glöden i företagandet«. Därefter följde ett seminarium kring projektet Styrelsekraft. Onsdagen den 7 juli bjöd ALMI på ytterligare fyra seminarier som inleddes med Mentor Eget Företag under ledning av Jimmy Wikholm. Därefter följde IFS som representerades av Maroun Aoun på temat »Vem ska ta över?« Eftermiddagen ägnades åt finansiering under ledning av Anna Hallberg med rubrikerna »Behövs offentligt riskkapital?« och »Kapitalförsörjning till små och medelstora företag«. I seminarierna deltog inbjudna riksdagsledamöter, företagare och representanter från olika organisationer. Eftermiddagens seminarier med dragplåster som Mats Gabrielsson från Draknästet och finansmarknadsminister Mats Odell fick särskilt stor uppmärksamhet och fyllde ALMIs lokaler till bristningsgränsen. Att nätverka är en viktig del av aktiviteterna under Almedalsveckan. ALMIs arrangemang avslutades med ett mingel i Donnerska Huset trädgård som lockade 150 deltagare.



Anna Hallberg, ALMI, och Allan Larsson, ordförande ALMI Invest Småland och öarna.



Anna Hallberg inleder seminarier om riskkapital och kapitalförsörjning.



Över 300 i publiken



Moderator Eva Gryding

< ALMI-DAGEN I UPPSALA

ALMI-dagen 2010 i Uppsala lockade över 300 nyfikna personer som ville veta om man behöver vara kaxig för att lyckas. Följdfrågor var om det går att kombinera kaxighet med ödmjukhet? Är det nödvändigt att vara kaxig för att nå framgång?

Moderator under dagen var Eva Gryding, affärsrådgivare på ALMI Uppsala, som lotsade deltagarna genom ett innehållsrikt program. Bland föredragshållarna märktes Olof Röhlander, mental tränare, och Therese Albrechtson, författare till boken »Våga vinn«. Ett något annorlunda grepp var att dela ut ovanliga utmärkelser. Några av de åtråvärda titlarna som delades ut till kundföretagen var; Årets mest efterlängtdade, Årets Knäppaste, Årets mest praktiska, Årets Satsare, Årets Kämpe och Årets Ketchupeffekt.

STORSLAM FÖR ALMI VÄST I GASELL-FINALEN >

1 400 gäster kom till ett fullsatt konserthus i Stockholm för att medverka vid finalen och utnämningen av årets Supergasell och Maratongasell. Finansminister Anders Borg delade ut priserna.

Supergasellvinnare 2010 blev företaget Oxexon i Borås. Maratongasellvinnare blev modeföretaget Gina Tricot som har varit Gasellföretag åtta gånger sedan företaget startades.

Båda företagen är kunder till ALMI Väst som därmed fick jackpott i årets Gasell-final.

Finalen föregås av ett antal regionala konferenser där regionala Gasell-vinnare koras. ALMI är sponsor till Gasell-tävlingen.



Lotta Edling och Peter Fellman på Dagens Industri samtalar med finansminister Anders Borg.

Christina Aspestedt, regionchef Göteborg och Borås och Anna Bergengren, marknadschef på ALMI Väst var värdar för ALMI på Gasell-träffen i Göteborg.



Sten Nordin, finansborgarråd klipper bandet tillsammans med Anneli Viklund, ALMI Stockholm.

< START-UP STOCKHOLM

Stockholms blivande företagare fick under 2010 en ny rådgivningsservice, Start-Up Stockholm. Initiativet, som invigdes under festliga former, innebär en samordning av rådgivningen till nyföretagare från Stockholms NyföretagarCentrum samt Innovation Stockholm och blir en tydlig utgångspunkt samt stöd för personer med en affärsidé.



NYANSTÄLLDA 2010

I augusti 2010 samlades årets nyanställda för en träff.



Fr.v. Navid Modiris, me&do, Niklas Olausson, IKEA Bäckebo, Amelia Adamo, Catarina Hagstrand, Oxelösunds Båtvarv.

< ÅRETS MENTORER

Niklas Olausson, IKEA Bäckebo och Catarina Hagstrand, Oxelösunds Båtvarv utsågs till Årets mentor 2010 för sina insatser i programmet "Mentor Eget Företag". Årets Mentor utnämns i två kategorier. En för mentorerna som hjälpt blivande företagare och en för mentorerna som hjälpt företagare som varit igång ett tag.

Vinnarna tog emot utmärkelsen och diplom signerade av näringsminister Maud Olofsson den 20 oktober på mässan Eget Företag i Stockholm av publicisten Amelia Adamo.

ÅRETS NYBYGGARE >

Vid en ceremoni på Stockholms slott delade H.M. Kung Carl XVI Gustaf ut stiftelsen IFS utmärkelse Årets Nybyggare 2010 till Jangir Maddadi med företaget Jangir Maddadi Design Bureau AB. Jangir Maddadi tilldelades priset i kategorin Nystart. I kategorin Årets Pionjär utsågs Ashkan Pouya och Saeid Esmaeilzadhe med företaget Serendipity Innovations AB.

Årets Nybyggarpris i kategorin Nystart delas ut till en person med utländsk bakgrund som bor i Sverige och som under kort tid och med små resurser har startat ett företag. Priset i kategorin Pionjär går till en person med utländsk bakgrund som bott i Sverige under en längre tid och som genom hårt arbete har lyckats skapa ett tillväxtföretag som står för nytänkande i sin bransch.



Ashkan Pouya och Saeid Esmaeilzadhe, Serendipity Innovations AB tar emot priset av H.M. Konungen.



LÅNGSIKTIGT VÄRDESKAPANDE

genom hållbar utveckling

Utgångspunkten för ALMIs arbete med hållbar utveckling är att långsiktig konkurrenskraft och lönsamhet grundas på ett korrekt ansvarstagande inom ekonomisk, miljömässig och social hållbarhet. Att vara ett hållbart företag innebär inte bara att arbeta så miljövänligt som möjligt. Det handlar lika mycket om att utveckla medarbetarna och att ta ett socialt ansvar.

A LMI som organisation påverkar omvärlden på olika sätt. Miljöpåverkan utgörs till exempel av inköp, energiförbrukning och tjänsteresor; social påverkan handlar främst om förutsättningar och villkor för ALMIs medarbetare; ekonomisk påverkan handlar om att få fram fler framgångsrika företag.

ALMI ska bidra till en hållbar utveckling i samhället. Dels genom att integrera hållbarhet i alla delar av den egna organisationen, dels genom att arbeta för att kundföretagen tar ansvar för en hållbar utveckling. I det senare fallet, i det dagliga arbetet med ALMIs kunder, finns den största möjligheten för ALMI att bidra till hållbar utveckling. Det grundar sig på en övertygelse om att företagens långsiktiga konkurrenskraft och lönsamhet förutsätter ett korrekt ansvarstagande för hållbar utveckling. I det dagliga arbetet med ALMIs kunder beaktas därför alltid hållbarhetsfrågor såsom lönsamhet, miljö, ledarskap, jämställdhet, mångfald och arbetsvillkor.

ALMIs verksamhet ska alltid ske under beaktande av ansvaret för en hållbar utveckling i samhället. Några av ALMIs argument för att ta ansvar för en hållbar utveckling är:

- Det minskar riskerna i finansieringsverksamheten. ALMIs kunder som tar ansvar för en hållbar utveckling har större möjligheter att bli konkurrenskraftiga och lönsamma.
- Det möjliggör för ALMIs kunder att utvecklas och i sin tur bidra till en hållbar utveckling.
- Hållbar utveckling blir en allt viktigare fråga för ALMIs kunder. ALMI som organisation måste därför ha kunskap och kompetens inom området.

Inom ramen för ALMIs verksamhet sker dagligen påverkan på tre plan: det sociala, ekonomiska och miljömässiga.

- Exempel på social påverkan: icke-diskriminering, mångfald, jämställdhet, arbetsmiljö och ledarskap.
- Exempel på ekonomisk påverkan: ökat företagande, växande företag.
- Exempel på miljöpåverkan: inköp, energiförbrukning, avfall, tjänsteresor, riktade kunderbjudanden inom miljöområdet.

FYRA HUVUDOMRÅDEN FÖR HÅLLBARHETSARBETET

Utifrån ALMIs möjligheter att påverka den hållbara utvecklingen har fyra strategiska huvudområden slagits fast:

FINANSIERING

En förutsättning för att ALMI ska bevilja kredit och investera i företag är att företaget har en bärkraftig idé och potential att bli framgångsrikt. De företag som inte integrerar hållbar utveckling i affärsidén får svårt att bibehålla konkurrenskraften på lång sikt.

Vid varje analys av företag ska hållbarhetsfrågor beaktas. Företagen ska kunna redovisa på vilkets sätt verksamheten och idén är långsiktigt bärkraftig med hänsyn tagen till hållbarhet. På så sätt tar ALMI ett samhällsansvar för hållbar utveckling. Genom att säkerställa att våra kunder tar ansvar för en hållbar utveckling minskar vi dessutom riskerna i vår egen finansieringsverksamhet.

ALMI bidrar även till en hållbar utveckling genom att finansiera företag vars affärsidé baseras på hållbar utveckling, till exempel företag som utvecklar teknik för effektivare energiförbrukning eller hållbar energiutvinning.

RÅDGIVNING

Hållbarhetsfrågor ska beaktas i alla rådgivningserbjudanden, oavsett om det gäller innovationsrådgivning, mentorskap eller något av ALMIs övriga erbjudanden. I detta ligger att skapa förståelse för hur hållbarhetsfrågor påverkar företagets långsiktiga bärkraft och konkurrenskraft. Här är ALMIs roll att väcka frågan och peka på nödvändigheten att hantera hållbar utveckling. Behöver företaget arbeta mer med frågan finns en god kännedom hos de regionala ALMI-bolagen om var man kan vända sig för att ytterligare förbättra företagets hållbara utveckling.

ALMIs särskilda fokus på kvinnor och invandrare är ett annat sätt att bidra till hållbar utveckling. Av ägardirektiven framgår att ALMI ska ha som mål att andelen kvinnor och företagare med invandrabakgrund ska vara högre bland ALMIs kunder jämfört med den totala andelen bland företagarna och inom nyföretagandet som helhet. Utöver ägardirektiven ger regeringen särskilda uppdrag till ALMI. Exempel på särskilda uppdrag under 2010 är programmet Styrelsekraft, särskilda medel för att öka andelen kvinnor inom innovationsverksamheten och medel till mentorverksamhet riktad till företagare med invandrabakgrund.

KAPITALFÖRVALTNING

Två externa förvaltare har fått i uppdrag att placera ALMIs överskottslikviditet till så bra avkastning som möjligt med begränsad risk. Samtidigt har de att följa ALMIs kapitalpolicy med riktlinjer om ansvarsfulla investeringar. Här framgår bland annat att ALMI eftersträvar att placera i företag där affärsidé, personella och materiella resurser främjar en långsiktig hållbar utveckling av det globala samhället. ALMI får månatliga rapporter om vilka investeringar som förvaltarna har gjort. På så vis finns möjlighet att uppträcka om det skulle vara något som uppenbart strider mot kapitalpolicyen.

ALMIS ORGANISATION

ALMIs ambition är att vara en av Sveriges mest attraktiva arbetsgivare. Det förutsätter att vi kan möta högt ställda krav från potentiella

arbetsökande, inte minst dagens normer för mångfald och socialt hänsynstagande. I det avseendet är det också viktigt att förvalta och utveckla medarbetarnas kompetens, ett prioriterat område eftersom det har en omedelbar påverkan på kunderna. Medarbetare ska inte bara ha en gedigen kompetens kring sakområdet, utan också ha förmågan att förstå och möta kundernas behov. I ALMIs certifieringsprogram för rådgivare läggs därför stor vikt vid kundmötet.

Lika viktigt är att alla medarbetare kan bemöta människor med olika bakgrund. En målsättning är att medarbetarna ska spegla ALMIs kunder i så stor utsträckning som möjligt. I det avseendet fokuserar ALMI främst på ålder, kön och etnicitet.

ALMI uppmuntrar föräldraledighet. Det finns en uttalad tolerans för att medarbetarna ska ha en bra balans mellan arbete och privatliv. Vidare har alla medarbetare en friskvårdspeng.

Medarbetarundersökningar har gjorts regelbundet under flera års tid. Resultaten följs upp noga och redovisas i styrelsen samt för alla medarbetare. Härigenom får ALMI fortlöpande en indikation på vad som kan förbättras. I undersökningen som genomfördes 2010 ger ALMIs medarbetare höga betyg på flera områden. Även i jämförelse med andra svenska arbetsplatser, enligt Svapex-indexet, blir värdena mycket bra.

Personalomsättningen ökade under 2010 till 12,2 procent. Det beror till stora delar på pensionsavgångar och på avslutade visstidsanställningar knutna till regionala projekt.

INTRESSENTDIALOGEN

ALMI har många relevanta intressenter som har förväntningar på verksamheten. De som har störst påverkan och som ALMI påverkar mest är identifierade som ägare, kunder, medarbetare, samarbetspartners, leverantörer och media. Det är viktigt att ALMI är lyhörda för intressenternas behov och kan möta deras krav och samtidigt själva ställa rimliga krav på dem. Genom löpande dialoger med intressenterna säkerställer ALMI att de har förväntningar som överensstämmer med vad ALMI ska leverera. ALMI verkar för en öppen dialog med intressenter vilket sker på en rad olika sätt och med olika syften.

EXEMPEL PÅ INTRESSENTER	EXEMPEL PÅ FÖRVÄNTNINGAR	EXEMPEL PÅ DIALOG
Ägare	Att verksamhetens mål uppnås.	Ägardirektiv, bolagsordning, löpande rapportering, styrelse.
Kunder	Att erbjudanden levereras enligt uppsatta ramar.	Personliga möten, webb, kundundersökning.
Medarbetare	Dialog, utveckling, utbildning.	Medarbetarundersökning, utvecklingssamtal, personalträffar, intranät.
Samarbetspartners	Ökad nytta för kunder och ägare.	Möten, sponsoravtal, samarbeten i projekt och aktiviteter.
Leverantörer	Att leverera varor och tjänster.	Upphandlingar, möten.
Media	Relevanta och intressanta nyheter.	Pressmeddelanden, seminarier, nyhetsbyråer.

ALMI OCH MILJÖN

ALMI som organisation har en direkt miljöpåverkan genom de tjänsteresor som görs inom verksamheten. I huvudsak handlar det om resor med bil för kundbesök inom den egna regionen. Så långt det är möjligt ska ALMI-medarbetaren prioritera tåg före bil och flyg. Om möjligt ska miljöbil användas. Telefon- eller videomöte ska ersätta vanliga möten i de fall när det lämpar sig. I enlighet med ALMIs miljöpolicy används i första hand hotell som aktivt arbetar med miljöfrågor. Som en del i att utveckla arbetet med hållbarhet är det ALMIs ambition att i framtiden kunna följa upp resor som utförs i tjänsten.

För övrigt ska miljöarbetet vara en del av ALMI-medarbetarens vardag. Det handlar till exempel om att minimera användningen av energi, vatten och råvaror samt om att minimera mängden avfall och användningen av miljöfarligt material på kontoren.

ALMIs totala energiförbrukning för 2010 uppgick till 2 672 (2 562) MWh. Siffran omfattar el, uppvärmning och kyla. Elförbrukningen stod för 813 (935) MWh, medan uppvärmning och kyla utgjorde 1 859 (1 626) MWh.

Andelen förnyelsebar energi var 68 (71) procent. Andelen förnyelsebar energi avseende el var 64 (75) procent medan den för uppvärmning och kyla var 69 (69) procent.

Med ALMI-kontorens totala yta på 18 415 (16 876) kvadratmeter var den genomsnittliga energiförbrukningen 145 (152) kWh/kvm och år. Den totala energiförbrukningen gav upphov till utsläpp av 146 (154) ton koldioxid, varav elen uppgick till 40 ton och uppvärmning och kyla till 106 ton.

ALMIS EKONOMISKA VÄRDESKAPANDE

1 januari – 31 december, Tkr

Skapat och levererat direkt ekonomiskt värde	2010	2009
Direkt skapat ekonomiskt värde		
Intäkter	868 562	868 054
Levererat ekonomiskt värde		
Rörelsekostnader	-248 237	-281 455
Personalkostnader	-366 278	-366 945
Betalning till finansärer	-1 020	-2 278
Skatter*	-	-83
RESULTAT DIREKT EKONOMISKT VÄRDE	253 027	217 293

* ALMI Företagspartner och dess dotterbolag är enligt Inkomstskattelagen IL 7:16 frikallat från skattskyldighet för all annan inkomst än inkomst av näringsverksamhet som hänför sig till innehav av fastighet. Det är anledningen till de låga skattekostnaderna. Skattekostnaderna är hänförliga till dotterföretag som inte är skattebefriade.

ALMIS MEDARBETARE

Antal anställda i medeltal: 455

varav kvinnor: 227
varav män: 228

Antal anställda vid årets slut: 484

Tillsvidareanställda: 437
varav kvinnor: 227
varav män: 210

Visstidsanställda: 47

varav kvinnor: 23
varav män: 24

Personal fördelat på heltid/deltid

Heltid: 85 procent
Deltid: 15 procent

Personal fördelat efter ålder:

Under 30 år: 4 procent
30–39 år: 21 procent
40–49 år: 31 procent
50–59 år: 27 procent
60 år eller äldre: 17 procent

Personalsättning

under året: 12,2 procent
Kvinnor: 9,2 procent
Män: 15,4 procent

Sjukfrånvaro: 2,5 procent

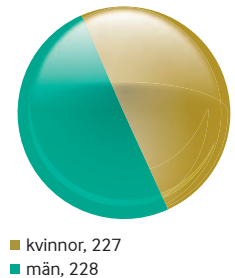
Kort, upp till 14 dagar: 1,0 procent
Lång, minst 15 dagar i följd: 1,5 procent
Kvinnor: 2,7 procent
Män: 2,4 procent

Genomsnittligt antal utbildningstimmar: 48

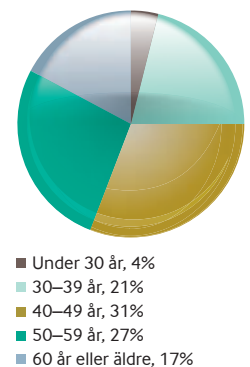
KOLLEKTIVAVTAL

Samtliga medarbetare omfattas av kollektivavtal, vilket innebär en minsta varseltid på en månad. Vd:ar tillhör den så kallade frikretsen och omfattas inte av kollektivavtal eller LAS. ALMI har genom sitt kollektivavtal möjlighet att vid uppsägning på grund av arbetsbrist erbjuda omställningsstöd via Trygghetsrådet.

Antal anställda i medeltal



Personal fördelat efter ålder



JÄMSTÄLLDHETSINDEX

Under 2009 utvecklade ALMI ett "Jämställdhetsindex" för att kunna följa utvecklingen när det gäller könsfördelningen inom de nedan redovisade områdena. Anledningen till indexet är att ALMI är övertygat om att en jämn könsfördelning direkt bidrar till en mer framgångsrik verksamhet. Indexet ger en lättillgänglig bild av hur det ser ut i koncernen och hur det interna utvecklingsarbetet för ökad jämställdhet påverkar inom olika områden. Det bygger på en skala med 100 som högsta poäng, som uppnås när fördelningen mellan könen åt endera hållen ligger mellan 40 och 60 procent. Därefter är poängskalan fallande åt båda hållen, det vill säga när andelen män eller kvinnor ligger utanför intervallet 40 till 60. För 2010 låg jämställdhetsindexet på 87 för koncernen.

Resultat på Koncernnivå	2009	2009	2010	2010
	%	Poäng	%	Poäng
Kvinnor i styrelser	38	80	39	80
Kvinnor i ledning	28	40	38	80
Kvinnor i arbete mot kund	42	100	43	100
Beviljade lån kvinnor	32	60	33	60
Rådgivningsinsatser kvinnor	36	80	41	100
Startade företag kvinnor	37	80	40	100
Index		73		87

OM ALMIS REDOVISNING AV SITT HÅLLBARHETSARBETE

Hållbarhetsredovisningen är en del av ALMIs årsredovisning som publiceras både i tryckt form och på www.almi.se. I hållbarhetsredovisningen finns en GRI-korsreferenslista som redovisar vilka indikatorer vi rapporterar och var informationen går att hitta, se sidan 63–65. ALMIs årliga hållbarhetsredovisning följer samma redovisningscykel som årsredovisningen och avser samma redovisningsperiod, det vill säga helåret 2010.

Verkställande direktören har det yttersta ansvaret för upprättandet av hållbarhetsredovisningen. En arbetsgrupp under ledning av ekonomichefen arbetar med redovisningen och stödjer organisationen med utveckling och uppföljning av redovisningen.

ALMIs hållbarhetsredovisning tillämpar GRIs nivå C+. Det har bekräftats av extern revisor som har kvalitetsäkrat hållbarhetsredovisningen. Bestyrkanderapporten återfinns på sidan 101.

Ambitionen är att redovisningen är så fullständig som möjligt när det gäller verksamhetens mest betydelsefulla påverkan ur ett hållbarhetsperspektiv. Här redovisas vårt resultat och förbättringsarbete kring miljö, ekonomi samt våra medarbetare. I vår årliga hållbarhetsrapport försöker vi tillgodose alla våra intressenters åsikter, se intressentdialoger på sidan 60. För mer information om ALMIs arbete för en hållbar utveckling, vänligen ring 08-709 89 00.

RAMVERK FÖR HÅLLBARHETSREDOVISNINGEN

Som ramverk för hållbarhetsredovisningen tillämpas tredje generationen av Global Reporting Initiatives (GRI) riktlinjer G3 (www.globalreporting.org). Dessa riktlinjer är allmänt vedertagna bland större företag och tillämpning av G3 förbättrar jämförbarheten med andra företag.

Enligt GRIs riktlinjer för hållbarhetsrapportering ska bolag ange till vilken nivå organisationen följer riktlinjerna. ALMI Företagspartner AB har valt att för 2010 applicera nivå C+. Redovisningen avser endast ALMIs egen verksamhet, det vill säga koncernen som omfattar moderbolaget och samtliga dotterbolag. ALMI utför en självutvärdering gentemot GRIs riktlinjer G3. KPMG AB har översiktligt granskat ALMIs hållbarhetsredovisning samt genomfört nivågranskning för att bekräfta den självutvärdering som placerar ALMI på nivå C+.

POLICYER

ALMIs arbete med hållbar utveckling utgår från ett antal koncerngemensamma policyer. Nedan följer exempel på några av dem och en kort förklaring till vad de innebär.

UTBILDNINGSPOLICY

För att uppnå våra mål är det viktigt att ha kompetenta och engagerade medarbetare. Det är därmed naturligt och självklart för arbetsgivaren att utveckla medarbetaren utifrån sin yrkesroll. Särskilda insatser bestäms bland annat av den verksamhetsplan ALMI utarbetar samt den kompetensutvecklingsplan som upprättas och följs upp vid medarbetarsamtalet. Frivillig förkovran i yrkesrelaterade ämnen ligger också i ALMIs intresse, varför arbetsgivaren i vissa fall även kan delfinansiera denna.

KAPITALPLACERINGSPOLICY

ALMI eftersträvar att placera i företag där affärsidé, personella och materiella resurser främjar en långsiktigt hållbar utveckling av det globala samhället.

MILJÖPOLICY

Miljöarbetet ska vara en del av vår dagliga verksamhet – alltifrån hur vi planerar till hur vi tar våra beslut. Våra kunders verksamhet och våra egna transporter är två fokusområden där vi anser att vi kan ge störst bidrag till en hållbar utveckling. När vi genom rådgivning och finansiering bidrar till att utveckla våra kunders verksamhet ska vi samtidigt medverka till god miljö, god företagskultur och goda arbetsvillkor. Speciell uppmärksamhet ska ägnas åt projekt där riskerna för negativ miljöpåverkan är särskilt påtagliga. Därutöver ska ALMI tillsammans med kunderna verka för att lyfta fram miljöteknik, driva på efterfrågan och förbättra förhållandena på marknaden.

När ALMI-medarbetaren reser eftersträvar vi så lite miljöpåverkan som möjligt, vilket innebär att vi prioriterar tåg före bil och flyg. Vid en hysituation ska miljöbil väljas i första hand. Så långt det är möjligt använder ALMI hotell som arbetar aktivt med miljöfrågor. För att minska resandet ska telefonmöten och videomöten användas så mycket som möjligt.

KOMMUNIKATIONSPOLICY

Dialog och öppenhet är två grundprinciper som skapar ett långsiktigt förtroende hos vår omvärld. Samtidigt måste hänsyn tas till kunders

sekretess och anställdas och andra intressenters integritet. Ledord för kommunikationen är öppenhet, korrekthet och lättillgänglighet. Kommunikationen ska skapa ett långsiktigt förtroende och även ge ALMI Företagspartner en tydlig identitet.

MÅNGFALDSPOLICY

ALMI ska vara en attraktiv arbetsplats för alla oavsett kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionshinder, sexuell läggning eller ålder. Utifrån vårt uppdrag ska vi ligga i framkant och agera utifrån alla människors lika värde, rättigheter och skyldigheter både vad gäller medarbetare och kunder.

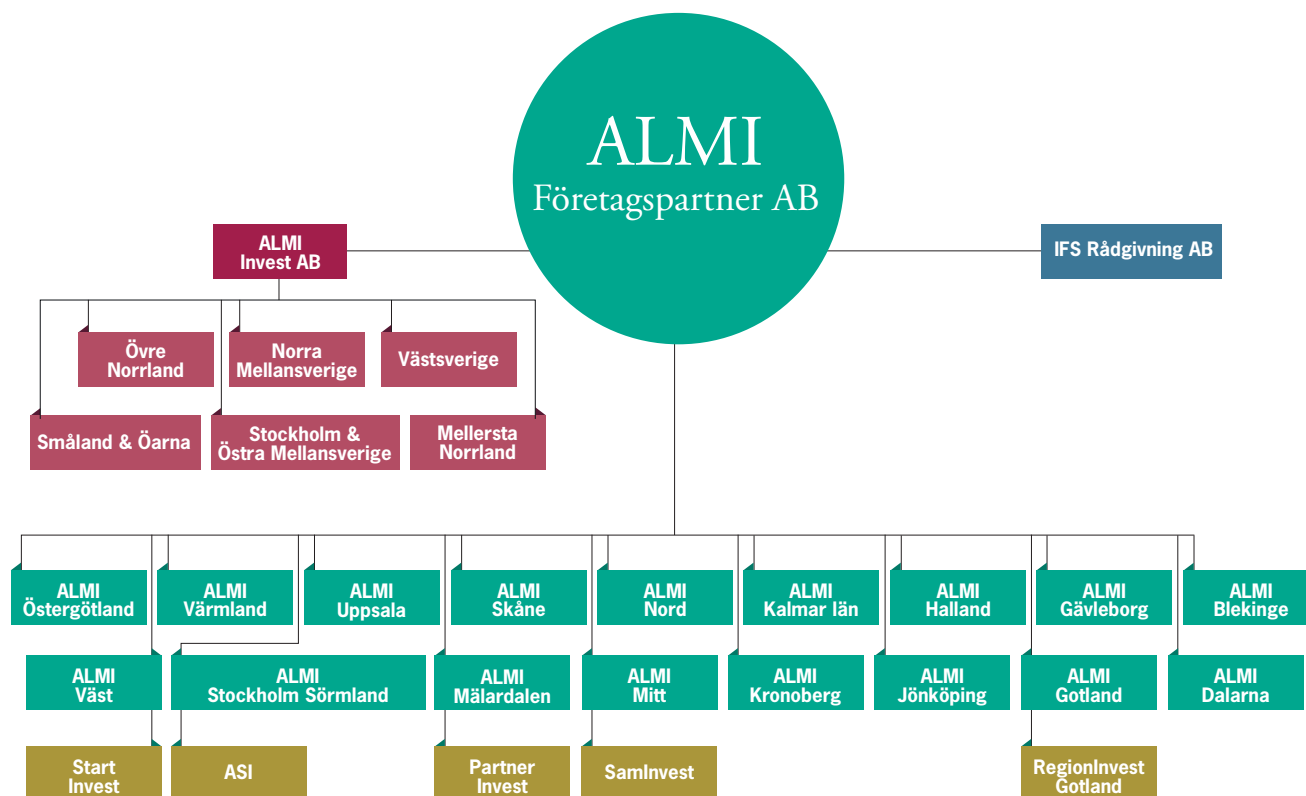


Nedanstående förteckning återger referenser till de GRI-indikatorer som ALMI valt att redovisa inom ramen för denna hållbarhetsredovisning. Sidhänvisningar avser ALMIs årsredovisning 2010 som finns tillgänglig på www.almi.se.

STANDARDINDIKATORER	Sida
1 Strategi och analys	
1.1 Uttalande från vd/ordförande om vision och strategi	6–7, 102–103
2 Organisationsprofil	
2.1 Organisationens namn	4
2.2 Viktigaste produkterna och tjänsterna	4, 12–13
2.3 Organisationsstruktur	4, 66, 95–96
2.4 Lokalisering av organisationens huvudkontor	91, baksidan
2.5 Länder där verksamheten bedrivs <i>Verksamheten bedrivs endast i Sverige</i>	
2.6 Ägarstruktur och företagsform	4
2.7 Marknader som organisationen är verksam på	4, 67–75
2.8 Organisationens storlek	5, 17–18, 42–42, 61, 79–82
2.9 Väsentliga förändringar under redovisningsperioden	77–78
2.10 Erhållna utmärkelser och priser under redovisningsperioden <i>ALMI har inte mottagit några hållbarhetsrelaterade priser. Däremot har priset "Årets Nybyggare delats ut. www.aretsnybyggare.se</i>	49

STANDARDINDIKATORER		Sida
3 Information om redovisningen		
Redovisningsprofil		
3.1	Redovisningsperiod	62
3.2	Datum för publicering av senaste redovisning <i>Senaste hållbarhetsredovisningen publicerades i mars 2010 som en del av årsredovisningen för 2009</i>	
3.3	Redovisningscykel	62
3.4	Kontaktperson för frågor angående redovisningen <i>Ekonomichef 08-709 89 00</i>	62
Redovisningens omfattning och avgränsning		
3.5	Processer för definition i redovisningen <i>I arbetet med att ta fram hållbarhetsredovisningen har GRIs vägledning för att definiera innehållet i redovisningen samt tillhörande principer om väsentlighet, kommunikation med intressenterna, hållbarhetssammanhang och fullständighet tillämpats</i>	62
3.6	Redovisningens avgränsningar	62
3.7	Begränsningar i redovisningens omfattning	62
3.8	Princip för redovisning av dotterbolag och utlokaliserade verksamheter <i>Hållbarhetsredovisningen omfattar de enheter som ingår i ALMIs koncernredovisning. De redovisas till 100 %</i>	62
3.10	Förklaring till korrigeringar från tidigare rapporter <i>Inga korrigeringar har gjorts</i>	
3.11	Väsentliga förändringar i omfattning, avgränsning eller mätmetoder jämfört med tidigare år <i>Inga väsentliga förändringar i omfattning, avgränsning eller mätmetoder jämfört med tidigare årsredovisningar har gjorts</i>	
Innehållsförteckning enligt GRI		
3.12	GRI-tabell <i>Publiceras i ALMIs Årsredovisning 2010 samt på ALMIs hemsida www.almi.se under rubriken Hållbarhetsredovisning.</i>	63–65
4 Styrning, åtaganden och intresserelationer		
Styrning		
4.1	Styrningsstruktur	Bolagsstyrningsrapport www.almi.se/om-almi/Bolagsstyrning
4.2	Styrelseordförandens roll	104–106
4.3	Oberoende eller icke-verkställande styrelseledamöter	Bolagsstyrningsrapport www.almi.se/om-almi/Bolagsstyrning
4.4	Aktieägarnas och medarbetarnas möjligheter att lämna förslag etc till styrelsen <i>ALMI har inga minoritetsägare eftersom man endast har en ägare, svenska staten. I styrelsen sitter arbetstagarrepresentanter som säkerställer att de anställdas intressen tas tillvara och de kan också framföra personalens synpunkter avseende arbetsvillkor med mera</i>	104–105, Bolagsstyrningsrapport www.almi.se/om-almi/Bolagsstyrning

4.14	Intressentgrupper som organisationen har kontakt med	60
4.15	Identifiering och urval av intressenter <i>Genom analys och diskussion har vi identifierat att våra viktigaste intressenter är ägare, kunder, medarbetare, samarbetspartners, leverantörer, media</i>	60
RESULTATINDIKATORER FÖR EKONOMISK PÅVERKAN		Sida
Ekonomiska resultat		
EC1	Genererat och distribuerat ekonomiskt värde	61, 80, 84, 93–94
EC3	Omfattningen av förmånsbestämda åtaganden <i>Redovisning av pensioner och andra förmånsbestämda åtaganden sker enligt svensk redovisningslagstiftning</i>	92–94
EC4	Väsentligt finansiellt stöd från det allmänna <i>Anslag redovisas i not 5</i>	78, 93
EC9	Förståelse om och beskrivning av betydande indirekta ekonomiska effekter	58–62
RESULTATINDIKATORER FÖR MILJÖPÅVERKAN		
Energi		
EN4	Indirekt energianvändning per primär energikälla	61
EN16	Totala direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser, i vikt	61
RESULTATINDIKATORER FÖR SOCIAL PÅVERKAN		
Medarbetare, anställning		
LA1	Total personalstyrka	61, 79
LA2	Personalomsättning <i>ALMI redovisar inte personalomsättning uppdelat på åldersgrupp eftersom denna information inte samlas in. Uppdelning per region sker ej eftersom det kan härledas till enskild individ</i>	61
LA4	Procent av personalstyrkan som omfattas av kollektivavtal	61
LA5	Minsta varseltid angående förändringar i verksamheten	61
LA7	Omfattningen av skador, arbetsrelaterade sjukdomar och olyckor, förlorade arbetsdagar	61
LA10	Genomsnittligt antal utbildningstimmar <i>ALMI verkar för att alla medarbetare ska ha samma möjlighet till utbildning varför redovisning inte sker fördelat på personalkategori</i>	61
LA13	Sammansättning av styrelse och ledningsgrupp baserat på mångfaldsindikatorer <i>Uppföljning görs endast nedbruten på kön och åldersgrupp</i>	94, 104–107
RESULTATINDIKATORER FÖR PRODUKTANSVAR		
Produktansvar		
PR5	Rutiner för kundnöjdhet, inklusive resultat av kundundersökningar	54, 60



ALMIS ORGANISATION

ALMI Företagspartner AB ägs av staten och är moderbolag i en koncern med 19 dotterbolag – 17 regionala dotterbolag plus ALMI Invest AB och IFS Rådgivning AB. De regionala dotterbolagen ägs till 51 procent av moderbolaget och till 49 procent av regionala ägare såsom landsting eller regionförbund.

Dotterbolagens styrelser består av politiker och företagare från regionen. ALMI Invest ägs till 100 procent av moderbolaget och IFS Rådgivning ägs till 51 procent av moderbolaget och 49 procent av stiftelsen IFS Rådgivningscentrum.

Den operativa verksamheten bedrivs i de regionala dotterbolagen.

Moderbolagets uppgift är att svara för ledning, samordning, utveckling av produkter och verksamhet samt service i koncerngemensamma funktioner.

ALMI är kanalen för näringspolitiska insatser med syfte att främja näringslivets utveckling. Förståelse för företagarens verklighet och regionala förutsättningar är viktigt för ALMIs verksamhet. Ofta krävs också både ett nationellt och globalt perspektiv för att bidra till företagets framgång. ALMI har en marknadskompletterande roll vilket innebär att verksamheten inte ska konkurrera med den privata marknadens utbud av tjänster.

VERKSAMHETEN I DOTTERBOLAGEN

ALMI SKÅNE: Positiv företagsutveckling

Det är bra fart på nyföretagandet och många av de etablerade företagen visar en positiv utveckling i Skåne. Ett orosmoment är koncentrationen mot västra sidan av regionen med en påtaglig affärsenergi kring Ängelholm, Helsingborg, Malmö och Lund, medan östsidan med de jordbruk- och hantverkstata kommunerna på Österlen inte är lika intensiva. I västra Skåne finns hela spektrat från verkstadsindustri till IT, läkemedel och media. Medvetna satsningar från Malmö stad och Öresundsbron är några förklaringar till den positiva företagsutvecklingen i området. För regionen i allmänhet och för Lund i synnerhet kommer byggandet av ESS-anläggningen, en mångvetenskaplig forskningsanläggning, skapa stora affärsmöjligheter för företagandet.

Utlåningen hos ALMI Skåne når inte upp till samma exceptionella volymer som gällde för 2009. Totalt sett har snittkrediterna minskat något, men det är glädjande att de ligger kvar på samma nivåer för de etablerade företagen. All publicitet under den värsta krisperioden har bidragit till en ökad kännedom om ALMI, inte minst hos de medelstora företagen. Antalet lån till personer med invandrabakgrund har till och med ökat under året, som en följd av en medveten satsning på denna målgrupp. IFS-verksamheten når toppresultat inom samtliga mätområden.

ALMI har under året inlett ett samarbete med Connect Skåne som går ut på att aktivt leta upp etablerade företag som har en egen vilja att utvecklas. 150 företag har valts ut, intervjuats och en del av dessa har fått möjlighet att gå vidare i processen. Genom rådgivning har företagen fått hjälp med nästa kliv i sin utveckling. Satsningen har ytterligare stärkt medvetenheten om ALMIs utbud hos denna målgrupp.

Vd:	Anders Norman
Nyutlåning Mkr:	200
Nyutlåning, antal:	334
Antal nystartade företag:	563
Antal kommersialiserade innovationer:	80
Antal rådgivningskunder:	1 622



ALMI BLEKINGE: Ökad rådgivning kring ägarskifte

Näringslivet i Blekinge drabbades hårt av finans-krisen och har inte helt återhämtat sig ännu. Men redan tidigt i nedgången gjorde många företag stora ansträngningar för att klara av omställningen och nu är framtidstron bland företagarna stark visar ett flertal mätningar.

ALMI Blekinge hade samma höga utlåningsvolym 2010 som året dessförinnan. Inför 2011 förväntas en viss minskad efterfrågan på finansiering. Trenden pekar mot allt mer utlåning till investeringar och framåtriktade beslut istället för att enbart gå till att lösa likviditetsproblem. Nyföretagandet fick en kraftig skjuts under sista kvartalet 2010 och är sammantaget högre än 2009.

Vd:	Martin Åkesson
Nyutlåning Mkr:	95
Nyutlåning, antal:	113
Antal nystartade företag:	79
Antal kommersialiserade innovationer:	11
Antal rådgivningskunder:	235



Rådgivningen kring ägarskifte har ökat kraftigt och utvecklingen väntas fortsätta. Under 2010 har ALMI Blekinge arbetat med att utveckla intäktsbasen, vilket innefattar de företag som säljer sina produkter och tjänster utanför regionen. Tillsammans med flera offentliga aktörer och företagsnätverk har ALMI förberett ett större regionalt projekt med syfte att både utveckla företagen i intäktsbasen och skapa nya.

Camp är namnet på ett nytt affärsutvecklingskoncept som ALMI har genomfört under året. I internatform, under tre intensiva dagar har deltagarna utvecklat affärsidéer, bland annat i samarbete med affärsänglar. Av de grupper som deltagit hittills bestod en av enbart kvinnor. Det nya konceptet har fått stort genomslag i media och rönt intresse hos andra ALMI-bolag.

ALMI Blekinge har gjort en förstudie inom kreativa och kulturella näringar med målet att etablera Matlandet Blekinge som ett begrepp. För att sporra de berörda parterna till nya dynamiska samarbeten planeras ett Camp även för denna grupp i början på 2011.

ALMI KRONOBERG: Bra skjuts på nyföretagarrådgivning

Utmärkande för Kronoberg är ett småskaligt näringsliv med en stark industrisektor i västra länsdelen och en tjänstesektor i östra länsdelen. Här finns också ett antal mindre kommuner som präglas av stark entreprenörsanda och några med mer brukskaraktär. Sammantaget är länet industri-tungt med många underleverantörer till stora svenska exportföretag. Kronoberg tillhör därför en av de regioner som drabbades allra värst i samband med lågkonjunkturen. Den väldiga nergången i efterfrågan till trots har det inte varit särskilt många konkurser. Däremot har många företag slimmat sin organisation och gjort andra nödvändiga strukturella förändringar. Nu står de väl rustade och ser positivt på framtiden.

När det gäller ALMIs utlåning har det ändrat sig radikalt från rekordåret 2009. Det är framför allt snittlånet som har minskat en del. Under 2010 har det varit bra skjuts på nyföretagarrådgivningen och bland annat har drygt 100 personer gått i ALMIs företagarskola. Kronoberg har också arbetat mycket med lönsamhetsanalyser där rådgivarna går in som företagarens bollplank och hjälper till med analys och handlingsplan. Projektet Våga, Växa, Vinna som initierades 2008 innehåller förutom lönsam-

hetsanalyser också delar som riktar sig till nyföretagare samt till personer och företag som är intresserade av innovation.

"Idétävling" var namnet på en rolig, spännande och annorlunda tävling som ägde rum 2010. Många av förslagen har gått vidare till ALMIs rådgivare och kan mycket väl resultera i nya företag eller produkter. Ett av syftena med tävlingen var också att öka kännedomen om ALMIs verksamhet.

Det har varit ovanligt många rådgivningstimmar om ägarskifte under det gångna året.

ALMI Kronoberg har hållit kurser om vägen mot lönsam internationell handel. Projektet "Framtidsdialogen", som ska handla om företagets visioner och handlingsplaner för att nå dit, har förberetts för att kunna dra igång 2011.



Vd:	Catharina Värendh Boson
Nyutlåning Mkr:	40
Nyutlåning, antal:	122
Antal nystartade företag:	262
Antal kommersialiserade innovationer:	11
Antal rådgivningskunder:	1 095

ALMI KALMAR: Flera framgångsrika invandrarföretag

Finanskrisens spår hade Kalmarregionen störst antal varsel i hela landet. Den företagsakut som ALMI Kalmar initierade har bidragit till att hålla nere antalet konkurser, även under 2010.

En stor del av de som blev uppsagda har nu återanställts. Samtidigt uppger många företagare att de har svårt att hitta kompetent arbetskraft. Framtidstron är ganska hög visar såväl ALMIs egna som externa undersökningar. Ändå är investeringsviljan anmärkningsvärt låg.

Det gångna året har kännetecknats av ett högt nyföretagande, 23 procent fler än 2009.

Utlåningen har sjunkit jämfört med toppåret 2009. I jämförelse med 2008 har utlåningen däremot ökat med cirka 60 procent. Målsättningen inför 2011 är att öka utlåningen med tillhörande rådgivning. I ett innovationsprojekt, delfinansierat av EU har bland annat 17 nya innovationer utvecklats inom Landstinget. Under 2011 fokuseras arbetet på kommersialisering av innovationer samtidigt som ALMI Kalmar förbereder ett tillväxtprojekt som drar igång 2011.

De särskilda satsningarna på invandrare har resulterat

i flera framgångsrika företag. När Kalmar kommun fick utmärkelsen Årets Nybyggarkommun 2010 lyftes ALMIs insatser fram. För andra gången på fem år gick priset Årets Nybyggare till en länsbo, tillika ALMI-kund.

ALMI Kalmar har under 2010 arbetat för att öka kvinnors företagande, bland annat med fem kurser om "att köpa företag". Insatsen har resulterat i flera företagsköp.

Genom att öppna ett nytt filialkontor i Kalmar där många av ALMIs kunder finns, kör varje anställd 700-1000 mil mindre per år. Huvudkontoret finns i Oskarshamn. Under året har ALMI Kalmar varit miljöcertifierade och hållbarhetstänket finns med i alla kundkontakter.



Vd:	Lars Limseth
Nyutlåning Mkr:	44
Nyutlåning, antal:	99
Antal nystartade företag:	178
Antal kommersialiserade innovationer:	20
Antal rådgivningskunder:	446

ALMI GOTLAND: Stor investeringsvilja

Gotland utmärker sig med många så kallade mikroföretag med 0-3 anställda och är med sina 7500 företag det mest företagstätta länet per invånare.

Många arbetar inom turismnäringen och livsmedelssektorn. Under 2009 ökade turismen kraftigt och under 2010 såldes ännu fler gästnätter.

Småföretagarbarometern visade under vintern att konjunkturläget på Gotland var det bästa i Sverige, till och med klassat som högkonjunktur. Här var krislånen få, och när alla andra regioner backade gjorde ALMI Gotland tvärtom. Investeringsviljan var stor och snittkrediterna ökade mycket. På grund av höga övervärden på många fastigheter väljer en del företagare att belåna fastigheten framför dyrare företagslån.

Treårsprojektet Våga, Växa, Vinna avslutades under året och kommer att följas av VVV Framåt, bland annat med målet att fler livskraftiga företag startas eller övertas och utvecklas och att fler innovativa idéer kommersialiseras framgångsrikt. Inom ramen för VVV fokuserade ALMI Gotland bland annat på marknadsutveckling i ett 20-tal företag och Företagarskolan gav upphov till många nya företag. Av nyföretagarna var 44 procent kvinnor jämfört med rikssnittet på 32 procent.

Under året har det varit final för satsningen Primörpremiären som syftar till att sätta Gotland på livsmedelskartan. Den årliga matmässan lockade mycket folk. Visby blev tvåa när regeringen utsåg Årets mathuvudstad 2010 och Gotland och dess primörer omnämndes vid ett flertal tillfällen under kronprinsessbröllopet.

Under året fortsatte KALK-projektet, finansierat av KK-stiftelsen, med målet att förädla den gotländska stenen. ALMI Gotland har ordnat populära seminarier bland annat kring sociala medier och ägarskiften samt bidragit till ökad kännedom om ALMI under Almedalsveckan.

Elisabeth Kalkhäll tillträdde som vd i juni 2010.

Vd:	Elisabeth Kalkhäll
Nyutlåning Mkr:	25
Nyutlåning, antal:	23
Antal nystartade företag:	121
Antal kommersialiserade innovationer:	5
Antal rådgivningskunder:	675



ALMI HALLAND: Flest låneärenden per rådgivare

Halland är en stark region med många små och medelstora företag som har klarat sig förhållandevis bra ur krisen. Den långsiktiga trenden är att utlåningen ökar, även om de exceptionella siffrorna från 2009 inte överträffas. Den höga utlåningen under den värsta lågkonjunkturen befäste samarbetet med bankerna. Bankerna vill i allt högre utsträckning ha med ALMI som en delfinansiär. En positiv följd av krisen är också att fler företag nu känner till vad ALMI kan erbjuda.

Det har varit en ökad låneförfrågan från större företag, i storleksordningen 10-30 anställda. Under första halvåret var likviditetsbehoven fortfarande stora medan det senare allt mer kom att handla om investeringsfinansiering och en del ägarskiftet. ALMI Halland har organisationens mest effektiva finansieringsverksamhet med flest antal låneärenden per rådgivare.

Däremot har det hittills varit mindre fokus på renodlad rådgivning. ALMI Halland håller nu på att utarbeta en strategi för rådgivningserbjudande med målsättningen

att bättre kunna kommunicera sina tjänster till såväl kunder som banker och övriga intressenter. När det gäller innovationsrådgivningen har ALMI Halland fortsatt sin framgångsrika satsning på att stödja produktutveckling i befintliga företag.

Den intensiva satsningen på mentorprogrammet har varit väldigt uppskattad. Syftet med projektet har varit att hitta formerna för att skapa en långsiktig nätverksplattform för våra företagare och hittills har gensvaret varit mycket gott och målet är att formalisera ett erbjudande under 2011.

Magdalena Johansson tillträdde som vd i juni 2010.



Vd:	Magdalena Johansson
Nyutlåning Mkr:	147
Nyutlåning, antal:	275
Antal nystartade företag:	163
Antal kommersialiserade innovationer:	19
Antal rådgivningskunder:	86

ALMI VÄST: Fler förvärvskrediter

Konjunkturhimlen i Västra Götaland har ljusnat betydligt under 2010 jämfört med lågkonjunkturen året innan. Många företag ser nu positivt på framtiden.

Återhämtningen berör hela näringslivet. Starkast är konjunkturen inom tjänstesektorn och då särskilt för bilhandeln. Även inom tillverkningsindustrin, som drabbades hårdast av efterfrågebortfallet under finanskrisen, är förbättringen stor på många håll.

Inom vissa tjänstebranscher och byggsektorn har det blivit svårt att hitta personal med rätt kompetens.

Utlåningen ligger något över 2008 års nivå, men lägre än under finanskrisen 2009. Samtidigt har beho-

vet av insatser ökat i samband med generationsskifte och förvärvskrediter, där ALMI Väst arbetat aktivt med såväl finansieringslösningar som rådgivning och information. Ungefär 500 företag har fått ny finansiering från ALMI Väst under året, vilket gör oss till den största finansieringspartnern efter bankerna.

Inflödet av nya innovativa idéer har varit stort under året, och kunderna har efterfrågat såväl rådgivning som finansiering i tidiga skeden.

375 nya företag som startats i länet har fått finansiering och rådgivning av ALMI Väst, varav drygt 100 startats av personer med utländsk bakgrund. I mentorprogrammet har cirka 220 personer, med lång erfarenhet från företagande, ställt upp ideellt under ett år för att stödja nya företagare.

ALMI Väst glädjer sig åt sina kunders framgång under 2010. Såväl Årets Maratongasell som Årets Supergasell är kunder till ALMI Väst. Lika glädjande är det när kunderna lyckas gå från solo- till duoföretagare med bibehållen lönsamhet.

Vd:	Sara Wallin
Nyutlåning Mkr:	290
Nyutlåning, antal:	482
Antal nystartade företag:	496
Antal kommersialiserade innovationer:	87
Antal rådgivningskunder:	1 239



ALMI JÖNKÖPING: Fokus på ungdomar

Många företag i Jönköpingsregionen har drabbats hårt av lågkonjunkturen. I länet arbetar 27 procent inom tillverkningsindustrin jämfört med 16 procent i riket. När det gäller finansiell verksamhet och företagstjänster är motsvarande siffror 9 och 15 procent. Tjänsteföretag svarar för mindre än en tredjedel av regionens samlade ekonomi.

I finanskrisens spår 2009 var företagen fortsatt avaktande med investeringar och företagsförvärv under 2010. Snittkrediterna hos ALMI Jönköping har sjunkit medan antalet lån följer de uppställda målen.

Rådgivningen har fokuserat mer på ungdomar än tidi-

gare, dels genom bioreklam, dels genom att synas mer i sociala medier. Insatserna har gjort stor nytta och ALMI Jönköping har kommit i kontakt med många unga människor som funderar på att starta företag.

Totalt deltog över 2 300 personer i olika seminarier under 2010. Mycket välbesökta var de som handlade om nyföretagande, kvinnliga innovationer, webb och e-handel. Förutom att förmedla kunskap är seminarierna ett sätt att marknadsföra ALMIs tjänster.

Treårsprojektet Våga Växa Vinna – ett projekt för ökad konkurrenskraft, tillväxt och sysselsättning i små och medelstora företag avslutades under året. Samtidigt förbereddes en fortsättning på programmet. De övergripande målen med det nya, delvis EU-finansierade projektet, är att fler livskraftiga företag startas eller övertas och utvecklas, att fler innovativa idéer kommersialiseras framgångsrikt samt att fler företag ökar sin lönsamhet/konkurrenskraft och tillväxt.

2010 avslutades ett tvåårigt projekt med syftet att hjälpa företag att arbeta mer energieffektivt. Energianalyser genomfördes på drygt 100 företag i länet.

Vd:	Hans-Olof Franzén
Nyutlåning Mkr:	99
Nyutlåning, antal:	176
Antal nystartade företag:	214
Antal kommersialiserade innovationer:	94
Antal rådgivningskunder:	813



ALMI ÖSTERGÖTLAND: Stor nyutlåning

Marknaden i Östergötland är en spegelbild av hur sammansättningen av branscher ser ut i riket. Däremot visar regionens utredningar att utvecklingen av näringslivet i Östergötland har varit sämre än Sverigesnittet de senaste tio åren. Framför allt är det de medelstora företagen med 20-100 anställda som underpresterar. Under 2010 bjöd ALMI Östergötland in framgångsrika större företag som varit kunder under de senaste fem åren, för att diskutera vad som krävs för att skapa framgång. Intresset för såväl finansiering som olika former av rådgivning från ALMI var stort, dessutom kunde många tänka sig att ställa upp som mentorer.

ALMI Östergötland kommer under 2011 att öka insatserna mot de större företagen i målgruppen i hela regionen. Flera stora, delvis EU-finansierade, projekt med tillväxt som mål har förberetts under året. Av de två största vänder sig det ena till företag i storleksordningen 3-20 anställda, medan det andra, som drivs i samarbete med Universitetet i Linköping, har fokus på företag med 20-100 anställda. Projekten kommer att genomföras av såväl ALMI-personal som externa konsulter.

Nyutlåningen under 2010 var stor, bortsett från finanskrisens 2009 har ALMI Östergötland aldrig lånat ut så stora belopp på ett år. Uppföljning av krediter har varit ett prioriterat område och kreditförluster har sjunkit tillbaka till samma normala nivåer som gällde för 2008. Även antalet konkurser bland ALMI-kunderna har minskat väsentligt.

Det treåriga projektet Miljödriven Produktutveckling som avslutades 2010 har varit mycket framgångsrikt. Hittills har 16 miljöanpassade produkter och tjänster nått marknaden. 26 etablerade företag deltog i projektet.

Vd:	Mats Philipsson
Nyutlåning Mkr:	132
Nyutlåning, antal:	231
Antal nystartade företag:	221
Antal kommersialiserade innovationer:	49
Antal rådgivningskunder:	668



ALMI MÄLARDALEN: Lyckat coachningsprojekt

Genom en sammanslagning av bolagen i Örebro och Västerås bildades 2010 ALMI Mälardalen. Sammanslagningen har inneburit effektiviseringar och ett ökat utbud av tjänster. Under året har ALMI Mälardalen fokuserat på att kommunicera sina tjänster bland banker och revisionsbyråer. Satsningen på att fördjupa kontakterna med olika samarbetspartners fortsätter efter årsskiftet.

Konjunkturen för små företag i Mälardalen har sakta vänt uppåt under det senaste halvåret eftersom både industri- och tjänstesektorn har stärkts. Tyvärr har konjunkturen i länen varit svagare och sysselsättningen lägre än riksgenomsnittet. Men en ökad orderingång och stigande omsättning i slutet av året har gett en optimism bland företagen. Tre av tio företag räknar med att öka sysselsättningen kommande år. Prognoserna för framtiden signalerar tillväxt, men för industrin troligen på en fortsatt lägre nivå än Sverigesnittet.

Konjunkturläget som rådde vid årets ingång har medfört en försiktighet hos regionens företagare vilket har

påverkat årets utlåning. Intresset för rådgivningen har varit fortsatt stort. Rådgivningen till nyföretagare inklusive mentorverksamheten har varit viktiga för att möta en ökad efterfrågan av råd och stöd i samband med start av eget företag.

Under 2010 fortsatte ALMI Mälardalen det coachningsprojekt, som startades 2008 och som fokuserade på att stötta etablerade företag. Projektet har bidragit till att många företag både har lyckats överleva och växa under krisåren. Även vår EEN-verksamhet (Enterprise Europe Network) har inneburit en viktig resursförstärkning för att stödja etablerade företag i långsiktiga satsningar.

Billy Bergåker tillträdde som vd i oktober 2010.



Vd:	Billy Bergåker
Nyutlåning Mkr:	78
Nyutlåning, antal:	217
Antal nystartade företag:	292
Antal kommersialiserade innovationer:	28
Antal rådgivningskunder:	1 143

ALMI STOCKHOLM SÖRMLAND: Fördjupat samarbete med bankerna

Den 1 juli 2010 bildades ALMI Stockholm Sörmland efter en sammanslagning av ALMI Stockholm och ALMI Sörmland. Arbetet med att samordna arbetsprocesser och administration påbörjades direkt. Regionen är stor och marknaderna i de bägge områdena är väldigt olika. Huvuddelen av kunderna i Stockholm är tjänsteföretag medan Sörmland har en stor andel underleverantörer till fordonsindustrin. Utlåningen är tillbaka och på en något högre nivå än vad som gällde före finanskrisen. Samtidigt har de tuffa åren gjort ALMIs roll som marknadskompletterande finansiär mer känd för fler företagare. Samarbetet med bankerna har också fördjupats.

Utvecklingsprogrammet Underleverantörer Väljer Framtid, som startade i Sörmland 2009, fortsatte under året och har visat sig vara väldigt lyckosamt. ALMI Sörmlands insatser under krisåren har varit direkt avgörande för flera företags överlevnad. Under senare halvan av 2010 har det allt mer handlat om finansiering för tillväxt och nya order. Det uppskattade coachningsprogrammet för cirka 150 företag som vill växa och utvecklas pågår även 2011.

Både i Stockholm och i Sörmland finns ett väl fungerande samarbete med Nyföretagarcentrum. Under året flyttade Nyföretagarcentrum in i ALMIs lokaler i Stockholm vilket ger kunderna ännu större samordningsfördelar. Från och med 2011 kommer innovationsrådgivningen i tidiga skeden att skötas av Nyföretagarcentrum. ALMIs innovationsrådgivning ska i första hand vända sig till företag som kommit längre i sin innovationsprocess och redan fått innovationsfinansiering från ALMI.

Eftersom det tidigare varit mest fokus på finansiering i Stockholm och rådgivning i Sörmland blir det en bra balans på ALMIs utbud i det nya bolaget ALMI Stockholm Sörmland.

Monica Åsmyr tillträdde som vd i februari 2011.

Tf vd:	Eva Rosenthal
Nyutlåning Mkr:	380
Nyutlåning, antal:	657
Antal nystartade företag:	914
Antal kommersialiserade innovationer:	64
Antal rådgivningskunder:	1 774



ALMI UPPSALA: Störst utlåning till invandrare

Finanskrisen påverkade inte nämnbart efterfrågan på tjänster och produkter hos företagen i Uppsala-regionen. Däremot blev det tillfälligt svårare att få lån hos bankerna och många vände sig därför till ALMI. I takt med att bankväsendet börjat fungera som tidigare har också snittkrediterna hos ALMI Uppsala sjunkit.

Speciellt för regionen är att det finns många företag av innovationskaraktär. Ett exempel är ett elbilsprojekt som nu är i produktionsfasen och där ALMI har varit delaktigt från starten. ALMI Uppsala är det kontor i Sverige som har störst utlåning till invandrare, vilket har belönats med en utmärkelse från IFS-stiftelsen.

Vd:	Håkan Dahlgren
Nyutlåning Mkr:	111
Nyutlåning, antal:	230
Antal nystartade företag:	305
Antal kommersialiserade innovationer:	26
Antal rådgivningskunder:	608



Det framgångsrika innovationssamarbetet med Akademiska sjukhuset fortsätter. Aktiviteten, som under året genererat drygt 40 idéer, fungerar som en sluss ut till ALMIs tjänster.

På uppdrag av Regionförbundet har Uppsalakontoret under hösten förberett en insats som drar igång i början på 2011 och som handlar om att hjälpa de små och medelstora företagen ut på exportmarknaden. Rådgivarna i Uppsala har haft fullt upp under året. Kring årsskiftet planerades en liten ceremoni för att fira att en av innovationsrådgivarna skulle ta sig an sin 10 000:e rådgivning av nya idéer och det tyckte Uppsala var värt att fira.

ALMI Uppsala har också varit mycket aktiv i mentorprogrammet. Cirka hundra mentorpar har startat och i princip alla kommuner i länet finns representerade här. Såväl utlåningen som mentorverksamheten har stärkt ALMIs varumärke i Uppsala rejält.

Samverkan med länets inkubator fungerar mycket bra. Ett effektivt resursutnyttjande som gör det möjligt för ALMI att ta sig an fler kunder som kommer med nya idéer.

ALMI GÄVLEBORG: Gävleborg toppar Norrlandskonjunkturen

Tillverkningsindustrin i Gävleborg drabbades hårt av den internationella konjunkturnedgången. Detta gällde framför allt de stora företagen med stark exportinriktning. Återhämtningen under 2010 har dock skett på bred front vilket också medfört att andra branscher följt med i uppgången som förväntas bestå under 2011.

Utlåningen ökade med 12 procent jämfört med samma period 2009. Antalet lån var något under föregående år. ALMIs finansieringsandel motsvarar 20 procent. ALMI Gävleborg är medfinansiar vid företagsinvesteringar motsvarande 500 miljoner kronor.

Rådgivning sker huvudsakligen till företag upp till och

med 49 anställda och med tydlig inriktning mot produktförnyelse och marknadsutvidgning.

Ett hårt slag för regionen var att Ericsson stängde fabriken i Gävle och drygt 850 anställda blev uppsagda. ALMI har som en följd härav bidragit med rådgivningsinsatser på plats till blivande nyföretagare samt riktade konsultinsatser till drabbade underleverantörer.

Under året har ALMI Gävleborg startat upp Gävle-Dala E-handel 2013 med syfte att stärka enskilda entreprenörers ställning i det nya e-samhället. Genom projektet Affärsdesign KKN 2010-2012 vill ALMI bidra till ökad samverkan mellan kulturskapare och befintligt näringsliv.

Regionen har i sin regionala utvecklingsplan pekat ut vissa prioriterade områden – ett av dessa är Cleantech. Här har ALMI uppdrag att bistå regionen med kompetens bland annat med rådgivning till företag, i ärenden som företagsetableringar, kluster/nätverksuppbyggnad. I ägardirektivet har regionen under särskilda satsningar angett att ALMI ska medverka i arbetet med ett miljöanpassat respektive miljödrivet näringsliv i hela länet.

Vd:	Åke Ericsson
Nyutlåning Mkr:	105
Nyutlåning, antal:	119
Antal nystartade företag:	68
Antal kommersialiserade innovationer:	12
Antal rådgivningskunder:	95



ALMI VÄRMLAND: Fortsatt hög utlåningstakt

ALMI Värmland har haft samma höga utlånings-takt som under finanskrisen. Pengarna har i allt högre utsträckning gått till förvärv och expansion hos befintliga företag. Finanskrisen bidrog till att de större företagen nyttjade ALMIs finanserbjudande och denna kundgrupp fortsätter att växa. Genomsnittskrediten har fördubblats och den största krediten 2010 var på 10 miljoner. ALMI Värmlands kundföretag har lyckats väl och antalet konkurser var få.

Företagsstrukturen i Värmland är varierad. Närheten till Norge påverkar handel- och turistrnäringen positivt. Här

finns underleverantörer till fordonsindustrin, skog och stål samt en mer tjänstebaserad sektor kring Karlstad.

Rådgivningen har fokuserat på företag som vill utvecklas och växa. Verksamhets- och ledarskapsutveckling, coachningsprogram och mentorverksamhet är exempel på aktiviteter som fått högt betyg av kunderna. ALMI Värmland har haft särskilda satsningar på seminarier för kvinnor som vill köpa företag.

Prioritet inför 2011 är att fortsätta arbeta med att i ännu högre grad nå ut med ALMIs finansieringserbjudande så att fler företag kan utvecklas. Mentorprogrammet utökas med export och innovation. Trenden är att tjänsteinnovationerna blir fler och att fler innovationer kommer från befintliga företag.

Det framgångsrika projektet Innovationer i vården avslutades och följs upp med ett nytt. ALMI Värmland har fått regionens förtroende att driva projektet Det företagsamma Värmland i samarbete med offentliga och privata aktörer. Målet är att gemensamt kraftsamla mot att Värmland blir Årets Klättrare i Entreprenörskap 2013.

Vd: Anna Lundmark Lundbergh	
Nyutlåning Mkr:	74
Nyutlåning, antal:	108
Antal nystartade företag:	112
Antal kommersialiserade innovationer:	11
Antal rådgivningskunder:	305



ALMI DALARNA: Fler innovationsförfrågningar från företag

När konjunkturen vände uppåt igen hade Dalarna ett bra utgångsläge eftersom regionen klarade finanskrisen förhållandevis väl. Såväl turist- som industrinäringarna har haft en gynnsam utveckling under året. Extra bra har det gått för tjänstesektorn, både mot privat- och företagskunder. Nyförtagandet hade liksom tidigare år hög tillväxt. När det gäller export ligger Dalarna på femte plats i landet om man räknar i kronor och på andra plats om man räknar per capita.

ALMI Dalarnas utlåning sjönk tillbaka till nivåerna som gällde i början av finanskrisen, vilket var en väntad utveckling. Under året har också bankernas aktiviteter mot företag ökat. Intresset för rådgivning har blivit markant större under året. Det gäller både för kompetensområdet IFS Rådgivning och för Innovation. En ihållande trend är att innovationsförfrågningarna i allt högre utsträckning kommer från företag istället för privatpersoner.

Fler rådgivningstimmar och fler kunder har resulterat

i ovanligt många nya företag via ALMIs stöd, däribland många med utländsk bakgrund. Som ett led i att bredda kompetensen och effektivisera verksamheten har det blivit mer frekvent att köpa in extern konsult hjälp.

Det framgångsrika samarbetet med Invest in Sweden Agency (ISA) har nu fått till följd att regionkontoret Invest In Dalarna Agency integrerats som en del i ALMIs löpande verksamhet. För närvarande arbetar ALMI Dalarna med ett 30-tal aktiva förfrågningar i varierande branscher och storlek.



Vd:	Hans Astorin
Nyutlåning Mkr:	102
Nyutlåning, antal:	122
Antal nystartade företag:	183
Antal kommersialiserade innovationer:	7
Antal rådgivningskunder:	169

ALMI MITT: Världsbäst på miljöteknik

ALMI Mitt täcker Västernorrlands och Jämtlands län – grannar men med mycket olika näringslivsstruktur och behov.

Jämtlands län har en tradition av turistindustri, småskalighet och entreprenörskap och toppar landets listor utifrån antalet privata arbetstillfällen med mer än en anställd per 1000 invånare. Västernorrlands län präglas till stor del av tung processindustri med koppling till skogen som resurs och underleverantörer inom mekanisk verkstad. Jämtlands län klarade krisen 2009 förhållandevis väl medan Västernorrland drabbades hårdare. Båda länen kan stoltsera med att tillhöra ett av världens främsta områden utifrån miljöteknik (Clean Tech). En utmärkelse tilldelades regionen 2010 från det globala magasinet The Economist.

Efterfrågan på lån som ökade under 2009 har mot slutet av 2010 landat tillbaka till mer normala nivåer. Trycket på affärsrådgivning är stort och i takt med att krisen mattas av blir förfrågningarna från marknaden mer offensiva. Framgångsfaktorn i erbjudandet är samspelet mellan finansierings- och affärsrådgivningen. Större de-

len av ALMI Mitts affärsrådgivning möjliggörs av bolagets tre tunga strukturfondsprojekt; Arena för Entreprenörskap som fångar nyföretagarfrågorna i Jämtlands län, Globala Rummet som i samarbete med Exportrådet hjälper företag att hitta ut på nya marknader samt Innovationsalliansen som arbetar för att fler innovationer ska nå ut till marknaden och kommersialiseras.

Prioritet 2011 är att i ännu större utsträckning tillföra kompetenshöjande insatser och rådgivning till våra finansieringskunder i samverkan med den privata konsultmarknaden, banker, revisionsbyråer och företagsorganisationer i regionen.



Vd:	Eva Högdahl
Nyutlåning Mkr:	130
Nyutlåning, antal:	371
Antal nystartade företag:	468
Antal kommersialiserade innovationer:	24
Antal rådgivningskunder:	1 631

ALMI NORD: Stort nyföretagande inom tjänstesektorn

Medan Västerbotten drabbades hårt under lågkonjunkturen gick Norrbotten nästan obemärkt ur samma period. När den ena regionen med många underleverantörer till fordonsindustrin i princip hade investeringsstopp fullföljdes stora investeringar i området kring malmfälten. Återhämtningen har varit snabb och dramatisk, men det är ändå en bit kvar till fullt kapacitetsutnyttjande i verksamheterna. Den svaga investeringsviljan åter speglar sig i en lägre efterfrågan på lån hos ALMI. Efterfrågan på rådgivning har varit desto större, totalt 2 200 rådgivningskunder, med betoning på nyföretagare och innovatörer.

Utvecklingen var väntad med tanke på att Västerbotten hörde till de län som hade flest varsel under lågkon-

junkturen. I november 2010 hade nyföretagandet ökat med 35 procent jämfört med året dessförinnan. Mer än 90 procent av de nystartade företagen finns inom tjänstesektorn.

ALMI startade i samarbete med Företagarna 2009 en företagsjour för krisdrabbade företag. Den är fortfarande aktiv och har hittills förhindrat ett 60-tal företag från att gå i konkurs. Totalt handlar det om mer än 250 räddade arbetstillfällen.

Vinnaren av stiftelsen SKAPAs nationella utvecklingsstipendium och titeln Sveriges Uppfinnare 2010 gick till en norrbottning, tillika ALMI-kund.

ALMI Nord arbetar efter ett åtgärdsprogram för att verksamheten ska bli mer klimatneutral och fortsätter att utveckla verktyg som hjälper kunderna att göra fler klimatsmarta insatser.

I samarbete med de bägge Norrlandsuniversiteterna planerar ALMI för att nyutexaminerade studenter ska erhålla en ettårig traineeanställning hos regionens företag. Förutom att insatsen ökar kännedomen om ALMI hos såväl studenter som inblandade företag är avsikten också att få de högt utbildade ungdomarna att stanna kvar i regionen.

Vd:	Sten Anders Gustafsson
Nyutlåning Mkr:	59
Nyutlåning, antal:	157
Antal nystartade företag:	646
Antal kommersialiserade innovationer:	16
Antal rådgivningskunder:	1 947



FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Årsredovisning för ALMI Företagspartner AB Organisationsnummer 556481-6204.
Styrelsen och verkställande direktören för ALMI Företagspartner AB får härmed
avge årsredovisning och koncernredovisning för verksamhetsåret 2010.

ALMI FÖRETAGSPARTNER AB

ALMIs vision är att skapa möjligheter för alla bärkraftiga idéer och företag att utvecklas. Målet är att fler innovativa idéer kommersialiseras framgångsrikt, att fler livskraftiga företag startas och utvecklas samt att fler företag ökar sin konkurrenskraft och tillväxt. Verksamheten omfattar finansiering och rådgivning i företagandets alla faser – från idéer till framgångsrika företag.

ALMI Företagspartner AB ägs av staten och är moderbolag i en koncern med operativ verksamhet i 17 regionala dotterbolag, ALMI Invest AB och IFS Rådgivning AB. De regionala dotterbolagen ägs till 51 procent av moderbolaget och till 49 procent av regionala ägare. Dotterbolagens styrelser består av politiker och företagare från regionen. ALMI Invest ägs till 100 procent av moderbolaget och IFS Rådgivning ägs till 51 procent av moderbolaget och 49 procent av stiftelsen IFS Rådgivningscentrum. Moderbolagets uppgift är att svara för ledning, samordning, utveckling av produkter och verksamhet samt service i koncerngemensamma funktioner.

ALMI är kanalen för näringspolitiska insatser med syfte att främja näringslivets utveckling. Förståelse för företagarens verklighet och regionala förutsättningar är viktiga komponenter för ALMIs verksamhet. Ofta krävs också både ett nationellt och globalt perspektiv för att bidra till företagets framgång. ALMI har en marknadskompletterande roll vilket innebär att verksamheten inte ska konkurrera med den privata marknadens utbud av tjänster.

FINANSIERING

ALMI kompletterar marknaden genom att erbjuda riskvillig finansiering när ingen annan gör det. Som marknadskompletterande finansär är det ALMIs roll att ta lite större risk. Bärkraften i idéer och företagets fram-

tidspotential har större betydelse än de reala tillgångarna. Viktigt är också entreprenörens och företagets förmåga att utveckla och ta tillvara idén eller investeringen.

Lån

Lånefonden ägs och förvaltas av moderbolaget. De regionala bolagen bedriver utlåning på uppdrag av moderbolaget. För att kompensera för den högre risken och för att inte konkurrera med den privata marknaden tar ALMI ut en ränta som är högre än en genomsnittlig bankränta. ALMI erbjuder Företagslån, Mikrolån, finansiering för företag som verkar på internationella marknader samt särskilt anpassade finansieringsformer för innovationer. Kreditgivning sker i samverkan med andra kreditgivare och bankerna är här en viktig samarbetspartner.

Riskkapital

ALMI Invest är ALMIs riskkapitalbolag som etablerades under 2009. ALMI Invest investerar i svenska företag som står inför en tillväxtfas. Investeringens objekt är ofta företag i tidiga utvecklingsskedet med skalbara affärsmodeller och möjlighet till långsiktig värdetillväxt. Investeringarna sker alltid tillsammans med en partner. ALMI Invest består av sju regionalt baserade riskkapitalfonder. Även några av ALMI Företagspartners regionala dotterbolag äger riskkapitalbolag. Efter ALMI Invests bildande sker investeringar i samtliga av koncernens riskkapitalbolag enligt samma riktlinjer som gäller för ALMI Invest. ALMIs riskkapitalverksamhet förvaltar totalt över en miljard kronor. Kapitalet kommer från ALMI Företagspartner AB tillsammans med regionala aktörer samt från EU:s strukturfonder.

RÅDGIVNING

Rådgivning kan ske individuellt, i grupp eller via webbaserade tjänster. Därutöver er-

bjuder ALMI seminarier och nätverksträffar i samarbete med externa aktörer. Kontaktförmedling är en viktig del av rådgivningen. Rådgivning utförs av ALMIs rådgivare eller av externa underkonsulter. Utgångspunkten är att kunderna ska erbjudas bästa möjliga tjänst och kompetens utifrån sina behov. ALMIs verksamhet är regionalt baserad. Utifrån de regionala förutsättningarna och efter bolagets egna resurser varierar erbjudandena inom rådgivning från region till region.

Innovation

Innovationsrådgivningen beskrivs i tre faser, den första är att beskriva idén, den andra att utveckla idén och den tredje att kommersialisera idén. Ytterligare ett erbjudande inom innovationsrådgivningen, produktutveckling, riktas mot befintliga företag som önskar vidareutveckla existerande eller nya varor och tjänster.

Nyföretagande

Nyföretagarrådgivningen riktar sig till personer som är på väg att bli företagare. En del av verksamheten är IFS Rådgivning som vänder sig till företagare med utländsk bakgrund. Här finns också Företagarskolan som är ett utbildningsprogram för den som funderar på att starta eller nyss har startat eget företag.

Övrig rådgivning

Övrig rådgivning är erbjudanden som riktar sig mot etablerade företag samt erbjudande i samband med ägarskiften där vi har fokus på köpare av företag.

Ytterligare ett erbjudande är Mentor Eget Företag som är ett komplement till ordinarie rådgivning för företagare i tidiga skeden. Genom ALMI får en adept tillgång till en mentor som ställer upp ideellt.

VERKSAMHETEN 2010

Efterfrågan på ALMIs tjänster var fortsatt mycket hög under 2010.

LÅN

Utlåningen sjönk tillbaka under året men låg fortfarande väsentligt högre än före finanskrisen. Utlåningen uppgick till totalt 2 112 miljoner kronor (3 231). Antalet krediter blev 3 836 (5 100).

Inom innovationsverksamheten finns särskilt anpassade lån med möjlighet till avskrivning, så kallade innovationslån, vilka kräver särskilda förlusttäckningsmedel. Dessa lån uppgick under 2010 till 49 miljoner kronor (62). Därutöver har 14 miljoner kronor i förstudiemedel tilldelats 1 835 innovationsprojekt för en första utvärdering av idéns kommersialiserbarhet. Lån med avskrivningsmöjlighet och förstudiemedel begränsades av tillgången på riskavtäckningsmedel.

Av den totala utlåningen och investeringarna i riskkapitalverksamheten beräknas cirka 350 miljoner kr ha använts för finansiering av innovationer.

Andelen krediter till kvinnor och invandrare fortsatte att öka. Antalet kvinnor bland låntagarna var 1 265. I denna grupp är lånebeloppet i genomsnitt lägre. En förklaring är att här finns fler tjänsteföretag där kapitalbehovet ofta är lägre. Den totala andelen kvinnor var 33 procent (32). I målgruppen nya företag var andelen kvinnor 38 procent.

Antalet invandrare bland låntagarna var 811. Den totala andelen företagare med invandrarbakgrund var 21 procent, en ökning jämfört med föregående år då den var 17 procent. I målgruppen nya företag var andelen företagare med invandrarbakgrund 27 procent (23 procent 2009).

Fördelning av nyutlåningen 2010 per låneprodukt var:

Företagslån	1 961 Mkr
Exportlån	52 Mkr
Mikrolån	50 Mkr
Innovationslån	49 Mkr

Andelen kvinnor som har Mikrolån är 47 procent. Motsvarande andel för företagare med invandrarbakgrund är 38 procent.

Den förvaltade låneportföljen ökade under 2010 och uppgick vid årets slut till 15 084 lån om totalt 5 467 miljoner kronor (5 151) och efter reserveringar för befarade kreditförluster till 4 423 miljoner kronor (4 282). Antalet konkurser minskade med 12 procent under 2010 jämfört med föregående år.

Fördelningen, låneportfölj:

- 4 844 krediter till etablerade företag om totalt 2 942 Mkr.
- 8 810 krediter till nya företag om totalt 2 209 Mkr.
- 1 430 innovationslån om totalt 316 Mkr.

ALMIs långivning sker vanligen i nära samarbete med bankerna och ALMIs lån är ofta en förutsättning för bankens medverkan. Under 2010 har ALMIs utlåning medfört att banker och andra finansierare lånat ut ytterligare 7 710 miljoner kronor. Det innebär att för varje krona som ALMI lånar ut får företagen låna ytterligare 2,7 kronor från banker eller andra kreditgivare.

RISKKAPITAL

Det råder fortsatt brist på riskvilligt kapital på marknaden. Antalet "venture investeringar" sjönk markant under finanskrisen och marknaden för riskvilligt kapital har minskat kraftigt under samma period. Under året märktes dock en ökad aktivitet bland företagsänglar.

Utvecklingen och antalet investeringar för ALMI Invest var fortsatt positiv under 2010. Under året har beslut fattats om investeringar för 135,5 miljoner kronor i 49 företag.

Fördelningen per region var:

Övre Norrland	19,0 Mkr i 4 företag
Mellersta Norrland	21,5 Mkr i 7 företag
Norra Mellansverige	23,8 Mkr i 2 företag
Stockholm	23,7 Mkr i 5 företag
Östra Mellansverige	17,7 Mkr i 8 företag
Västsvrige	16,6 Mkr i 7 företag
Småland & Öarna	13,2 Mkr i 4 företag

Tillsammans med externa investeringspartners har totalt 326 miljoner kronor tillförts regionerna i form av riskkapital.

RÅDGIVNING

Efterfrågan på rådgivning var stor under hela året. Under 2010 har 14 472 kunder tagit del av ALMIs rådgivning. Därutöver deltog 21 854 personer i seminarier.

Totalt 6 930 stycken kunderbidande "nyföretagarrådgivning" genomfördes varav 3 406 genom IFS rådgivning. Inom innovation genomfördes 4 329 kunderbidanden och inom mentorskap 1 974. Övriga kunderbidanden kan hänföras till målgruppen etablerade företag.

Fördelningen av rådgivningserbjudanden per målgrupp var 44 procent nyföretagande, 26 procent innovation och 30 procent övrig rådgivning.

Andelen kvinnor bland rådgivningskunderna var 41 procent. Antalet invandrare bland rådgivningskunderna var 29 procent.

Under 2010 kommersialiserades 563 (567) innovationer och 5 285 (4 704) nya företag startade med hjälp från ALMI.

I ägardirektivet till ALMI framgår att regeringen vill se en ökning av andelen privata underkonsulter i genomförandet av dotterbolagens rådgivningsverksamhet. Syftet är att i ökad utsträckning kunna erbjuda spetskompetens inom nya områden, samt att öka kundernas valmöjligheter. Under 2010 genomfördes hälften av den totala rådgivningstiden av extern kompetens, det vill säga privata konsulter och mentorer. Fördelningen var:

Externa underkonsulter	25 procent
Externa mentorer	24 procent
ALMI rådgivare	51 procent

VÄSENTLIGA HÄNDELSER

Under 2010 påbörjades arbetet med att förnya ALMIs strategi. Syftet med strategin är att åstadkomma största möjliga nytta för kunder och ägare genom att erbjuda en bättre och mer resurseffektiv verksamhet. I inledningen av arbetet togs beslut om revidering av vision och affärsidé samt formulerades fyra övergripande strategiska mål avseende kunder, ägare, medarbetare och organisationens interna effektivitet.

I syfte att stärka och effektivisera verksamheten i koncernen har de regionala ALMI-

bolagen i Västmanland och Örebro respektive Stockholm och Sörmland slagits ihop till de gemensamma bolagen ALMI Mälardalen och ALMI Stockholm Sörmland. Utvecklingen är en del av en långsiktig strategi att åstadkomma färre och större dotterbolag i ALMI-koncernen. Tidigare har motsvarande sammanslagningar skett i de fyra nordligaste länen.

Under augusti träffades en överenskommelse mellan staten och regionerna om verksamheten under 2011–2013. Detta samverkansavtal förlängs med fyra år om det inte sägs upp.

I november månad kom ett klagorand rättsfall i regeringsrätten avseende mervärdesskatt. ALMI-koncernen kommer nu att arbeta utifrån en gemensam modell som kommuniceras med Skatteverket så att ALMI-bolagen kan hanteras på samma sätt.

UTSIKTER FÖR 2011

Bedömningen är att de små och medelstora företagens lånebehov ökar som en följd av en fortsatt stark konjunkturuppgång och med hänsyn tagen till en avvaktande inställning till investeringar under 2010. Antalet konkurser väntas fortsätta att minska vilket positivt kommer att påverka resultatet i låneverksamheten.

Efterfrågan inom såväl rådgivningsverksamheten som ALMI Invest väntas ligga kvar på en hög nivå.

Regeringen har inlett ett arbete att ta fram en innovationsstrategi för Sverige. Förhoppningsvis kommer detta arbete att leda till en ökad tillgång på offentligt kapital i form av villkorslån till innovationsprojekt i mycket tidiga skeden.

Den strategi för ALMI som är under utveckling ska implementeras i koncernen med början under 2011.

ALMI-KONCERNENS FINANSIERING

ALMI-koncernen erhåller driftsanslag från staten. Driftsanslagen till de regionala bolagen tillskjuts i enlighet med tecknat konsortialavtal mellan moderbolaget och de regionala ägarerna i proportion till deras ägande.

Anslaget från staten uppgick under 2010 till 137 miljoner kronor (142). Anslagen från moderbolaget till de regionala bolagen uppgick år 2010 till 179 miljoner kronor (184) och finansieras genom statens anslag, moderbolagets resultat från låneverksamheten och avkastningen på det egna kapitalet. Anslagen

från minoritetsägarna i de regionala bolagen uppgick till 163 miljoner kronor (162). De regionala bolagen erhåller också ersättning för uppdrag som utförs åt företag, länsstyrelser, kommuner med flera.

ALMI har under 2010 tilldelats 37 miljoner kronor för innovationsverksamheten. 17 miljoner kronor har använts till utbetalning av förstudiemedel och 20 miljoner kronor till förlusttäckning av innovationsfinansiering.

RESULTAT OCH STÄLLNING, KONCERNEN

Mkr	2010	2009	2008	2007	2006
Nettoomsättning	869	868	828	796	662
Resultat efter finansiella poster	-79	-59	9	114	93
Balansomslutning	7 169	7 235	6 993	4 799	4 66
Nyutlåning beviljat	2 112	3 231	1 716	1 422	1 194
Lånestock brutto	5 467	5 151	3 624	3 259	3 233
Medelantal anställda	455	460	424	423	432

Avkastningen på utlånade medel uppgick efter kreditförluster till 0,7 procent (0,9 procent). Resultatet från utlåningen uppvisar skillnader mellan dotterbolagen. Enligt direktiv från staten ska riskerna balanseras så att ALMI på lång sikt bevarar kapitalet nominellt intakt.

Koncernens resultat före minoritetsintressen uppgick till -79 miljoner kronor (-59). Moderbolagets resultat uppgick till -70 miljoner kronor (-46).

Moderbolaget och de regionala utvecklingsbolagen är enligt lagen om statlig inkomstskatt (IL 7 kap § 16) frikallade från skattskyldighet för all annan inkomst än inkomst av näringsverksamhet som hänför sig till innehav av fastighet.

FINANSIELLA RISKER

ALMIs verksamhet finansieras huvudsakligen genom årliga anslag från ägarerna samt genom eventuella överskott i finansieringsverksamheten samt avkastningen från förvaltning av överskottslikviditeten. Driftsanslagen till de regionala dotterbolagen tillskjuts av ägarerna i proportion till deras ägande.

Enligt statens uppdrag till ALMI Företagspartner ska den lånefond som ställts till bolagets förfogande hållas nominellt intakt, vilket också varit fallet ända sedan ALMI bildades 1994. Utlåningsverksamheten visar år 2010 på ett positivt resultat för elfte året i rad. Styrelsen i ALMI har från april 2005 fastställt ett krav på en avkastning på i ge-

nomsnitt 2 procent per år över en rullande treårsperiod. Den rullande treårsavkastningen uppgick 2010 till 1,1 procent (2,5).

KREDITRISK

Kreditrisk är risken för förlust till följd av att en kredittagare inte förmår fullgöra sin återbetalningsskyldighet. För att minska denna risk arbetar ALMI bland annat med följande verktyg:

Uppföljning

Varje kund måste följas upp minst en gång per år i syfte att identifiera tidiga varningssignaler och om möjligt sätta in resurser för att hjälpa företaget att överbrygga tillfälliga svackor i verksamheten. Engagemang på större belopp och med större risk följs upp oftare än en gång per år. Vid uppföljningen görs en omprövning av rating och en riskbedömning för att rätt värdera ALMIs fordran i redovisningen. Varje kredit har en automatisk kreditbevakning från UC, som bevakar samtliga offentliga register och rapporterar till ALMI.

Riskklassificering

ALMI gör en riskklassificering av samtliga lån som innebär att en bedömning görs av den risk på medellång sikt som företaget löper att komma på obestånd. Krediterna delas in i fem riskklasser, där riskklass 1 och 2 räknas som osäkra fordringar och därmed reserveras.

Riskklass 4:
Engagemang med låg eller normal kreditrisk.

Riskklass 3:
Engagemang med hög kreditrisk på grund av allvarliga brister, vilka om de inte avhjälpas, allvarligt kan påverka låntagarens utveckling.

Riskklass 2:
Engagemang med uppenbar kreditrisk. Kundens/projektets återbetalningsförmåga är mycket tveksam. Hela eller delar av engagemanget bör reserveras för befarad kreditförlust.

Riskklass 1:
Engagemang med befarad förlust. Återbetalningsförmåga saknas. Låntagaren saknar egen kreditvärdighet. Reservering för befarad kreditförlust ska göras.

Riskklass 0:
Engagemang där kreditförlust konstateras.

Affärsmässig risk

ALMI bedömer även affärsrisken i engagemanget. Detta görs genom löpande rating av kunderna, likvärdig den som görs av bankerna enligt de nya kapitaltäckningsreglerna, Basel II. Ratingklasserna är i 10 steg där A1 är lägsta risk och D är konstaterad förlust.

RÄNTERISK

ALMIs ränterisk beror dels på om rörelser i marknadsräntan förändrar marknadsvärdet på investerade medel eller om de ger förändrade intäkter på lånestocken. Dessa risker hanteras bland annat enligt nedanstående.

Utlåningen

Då ALMI inte har några lån med bunden ränta utöver Exportlånen, så finns det heller ingen ränterisk i kreditverksamheten på grund av långa bindningstider.

Exportlånen har en bunden ränta kvartalsvis, någon ränterisk föreligger ej då ALMIs upplåning från Svensk Exportkredit löper med samma förlängningstider. Risker i Exportlånen som helhet har fördelats mellan Svensk Exportkredit med 25 procent, Exportkreditnämnden med 25 procent samt ALMI 50 procent. Överskott i verksamheten fördelas enligt samma principer.

Kapitalförvaltningen

Koncernens likvida medel förvaltas så att medel finns tillgängliga för verksamhetens

löpande behov samt att möjligheterna till god avkastning tillvaratas. Förvaltningen sker genom väl diversifierade placeringar i finansiella tillgångar.

Överskottslikviditeten är i huvudsak placerad i räntebärande papper och till den största delen i obligationer. Durationen på den del av portföljen som utgörs av räntebärande papper uppgick vid årsskiftet till 2,9 år. Ränterisken för de räntebärande placeringarna innebär att marknadsvärdet på placeringarna sjunker vid en stigande ränta.

Förutom placeringarna i räntebärande papper innehåller portföljen till en mindre del placeringar i aktiefonder och hedgefonder.

STYRELSE

Vid ordinarie bolagsstämma den 20 april 2010 omvaldes styrelseledamöterna Ola Asplund, Thomas Bengtsson, Jan Berg, Elisabeth Gauffin, Maria Masoomi, Marita Skog och Bertil Törsäter. Till styrelsens ordförande omvaldes Elisabeth Gauffin och till vice ordförande omvaldes Ola Asplund. Arbetstagarrepresentanter har varit Lars Jansson och Lars-Erik Wiik samt suppleanterna Per-Arne Norbäck och Anne-Louise Wester.

Personal

Tabellen nedan visar medeltal anställda per bolag i koncernen.

PERSONAL PER BOLAG I KONCERNEN

Anställda	2010			2009		
	Kvinnor	Män	Totalt	Kvinnor	Män	Totalt
Moderbolaget	27	14	41	26	16	42
ALMI Invest	5	6	11	2	4	6
Blekinge	3	8	11	3	7	10
Dalarna	8	8	16	8	9	17
Gotland	7	3	10	8	4	12
Gävleborg	6	11	17	5	12	17
Halland	5	5	10	4	6	10
IFS Rådgivning	1	1	1		1	1
Jönköping	9	13	22	10	12	22
Kalmar	5	7	12	5	7	12
Kronoberg	9	8	17	10	8	18
Mitt	21	22	40	18	22	40
Mälardalen	9	14	23			
Nord	22	19	36	17	19	36
Skåne	16	12	26	15	11	26
Stockholm	10	9	19	22	23	45
Stockholm Sörmland	13	12	25			
Sörmland	3	4	7	6	8	14
Uppsala	7	7	14	8	8	16
Värmland	7	7	14	7	7	14
Väst	18	21	39	19	24	43
Västmanland	1	2	3	7	8	15
Örebro	3	4	16	8	8	16
Östergötland	12	12	24	14	14	28
Summa	227	228	455	222	238	460

FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION

Styrelsen och verkställande direktören föreslår att årets förlust -70 135 240 kronor överförs till balanserade vinstmedel.

Balanserade vinstmedel	180 437 296
Årets resultat	-70 135 240
Summa, kr	110 302 056

KONCERNENS RESULTATRÄKNING

1 JANUARI–31 DECEMBER, TKR

	NOT	2010	2009
Intäkter	3		
Ränteintäkter och andra finansiella intäkter	4	376 602	354 491
Anslag	5	321 163	329 980
Övriga intäkter	6	170 797	183 583
		868 562	868 054
Rörelsens kostnader			
Övriga externa kostnader	7, 8	-248 237	-281 455
Personalkostnader	8	-366 278	-366 945
Avskrivningar		- 3 231	-4 709
Finansiella kostnader		-15 524	-24 102
		-633 270	-677 211
Kreditförluster	9	-314 345	-249 962
RÖRELSERESULTAT		-79 053	-59 119
Resultat från andelar i intressebolag		-	-
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER		-79 053	-59 119
Minoritetens andel i rörelseresultat		4 468	6 831
ÅRETS RESULTAT FÖRE SKATT		-74 585	-52 288
Skatt		-	- 83
ÅRETS RESULTAT EFTER SKATT		-74 585	-52 371

KONCERNEN BALANSRÄKNING

TKR	NOT	2010-12-31	2009-12-31
TILLGÅNGAR			
Immateriella anläggningstillgångar			
Balanserade IT-kostnader	10	1 883	–
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier	11	7 140	9 074
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i intresseföretag	13	29 681	50
Andra långfristiga värdepappersinnehav	14	248 396	169 936
Andra långfristiga fordringar	16	3 217	30 642
		281 294	200 628
Summa anläggningstillgångar		290 317	209 702
Låne- och placeringstillgångar			
Utlåning	17	4 448 801	4 307 554
Placeringar	18	1 310 004	2 025 116
Summa Låne- och placeringstillgångar		5 758 805	6 332 670
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		5 080	6 077
Övriga fordringar		23 262	14 804
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	19	76 201	76 880
		104 543	97 761
Kassa och bank		1 015 646	594 983
SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR		1 120 189	692 744
SUMMA TILLGÅNGAR		7 169 311	7 235 116

KONCERNEN BALANSRÄKNING

TKR	NOT	2010-12-31	2009-12-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Aktiekapital (1 500 000 aktier)		150 000	150 000
Bundna reserver		5 709 778	5 710 319
Balanserat resultat		310 438	362 269
Årets resultat		-74 585	-52 371
Summa eget kapital		6 095 631	6 170 217
Minoritetsintresse		155 107	159 527
Avsättningar	20	56 712	70 268
Långfristiga skulder			
Skulder till landsting och kommuner	21	100	25 725
Övriga långfristiga skulder	22	677 460	624 946
		677 560	650 671
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		23 592	19 947
Övriga skulder		73 126	64 432
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	23	87 583	100 054
		184 301	184 433
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		7 169 311	7 235 116
Ställda säkerheter		inga	inga
Ansvarsförbindelser	24	29 685	42 911

KONCERNENS SAMMANSTÄLLNING AV FÖRÄNDRINGAR I EGET KAPITAL

TKR	AKTIEKAPITAL	BUNDNA RESERVER	FRITT EGET KAPITAL	SUMMA EGET KAPITAL
Eget kapital 2009-01-01	150 000	5 719 359	353 228	6 222 588
Förskjutning mellan fritt och bundet eget kapital		-9 040	9 040	-
Årets resultat			-52 371	-52 371
Eget kapital 2009-12-31	150 000	5 710 319	309 897	6 170 216
Förskjutning mellan fritt och bundet eget kapital		-541	541	-
Årets resultat			-74 585	-74 585
Eget kapital 2010-12-31	150 000	5 709 778	235 853	6 095 631

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS

1 JANUARI – 31 DECEMBER, TKR

	NOT	2010	2009
Den löpande verksamheten			
Erhållna räntor, royalties		365 656	332 393
Erhållna anslag		321 163	329 980
Övriga inbetalningar		196 336	149 664
Betalda räntor		-1 020	-2 278
Erhållna räntebetalningar på räntebärande värdepapper		23 520	68 861
Inbetalningar avseende tidigare nedskrivna lån		7 842	6 715
Övriga utbetalningar		-653 883	-681 372
Ökning/minskning av löpande verksamhetens tillgångar			
Minskning av placeringar		718 407	1 492 472
Ökning av utlåningen	17	-490 689	-1 815 953
Kassaflöde från den löpande verksamheten		487 332	1 696 435
Investeringsverksamheten			
Aktieägartillskott intressebolag		-29 631	
Förvärv av finansiella anläggningstillgångar		-104 997	-54 069
Försäljning av finansiella anläggningstillgångar		18 717	8 392
Förvärv av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-3 756	-3 819
Försäljning av materiella anläggningstillgångar		485	644
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-119 182	-48 852
Finansieringsverksamheten			
Ökning av skulder avseende medel för riskkapitalinvesteringar		60 759	320 227
Ökning av upplåning		-8 246	19 239
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		52 513	339 466
Årets kassaflöde		420 663	171 096
Likvida medel vid årets början		594 983	423 887
Likvida medel vid årets slut¹⁾		1 015 646	594 983

¹⁾ I likvida medel ingår Kassa och bank.

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

1 JANUARI–31 DECEMBER, TKR

	NOT	2010	2009
Intäkter	3		
Ränteintäkter och andra finansiella intäkter	4	362 169	344 655
Anslag	5	137 150	142 300
Intäkter från dotterbolag		2 769	6 113
Övriga intäkter	6	28 342	31 627
		530 430	524 695
Rörelsens kostnader			
Övriga externa kostnader	7, 8	-72 072	-100 060
Personalkostnader	8	-34 221	-34 016
Driftsanslag till dotterbolag		-178 769	-184 255
Avskrivningar		-258	-1 023
Finansiella kostnader		-896	-1 756
		-286 216	-321 110
Kreditförluster	9	-314 345	-249 962
RÖRELSERESULTAT		-70 135	-46 389
ÅRETS RESULTAT		-70 135	-46 389

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING

TKR	NOT	2010-12-31	2009-12-31
TILLGÅNGAR			
Immateriella anläggningstillgångar			
Balanserade IT-kostnader	10	1 883	–
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier	11	798	663
Finansiella anläggningstillgångar			
Aktier i dotterföretag	12	5 648	4 597
Andra långfristiga värdepappersinnehav	14	10 988	10 423
Långfristiga fordringar hos koncernföretag	15	258 497	223 083
Andra långfristiga fordringar	16	–	14 987
		277 814	253 090
Summa anläggningstillgångar		277 863	253 753
Låne- och placeringstillgångar			
Utlåning	17	4 447 973	4 307 003
Placeringar	18	1 287 678	2 003 535
Summa Låne- och placeringstillgångar		5 735 651	6 310 538
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		251	214
Fordringar hos koncernföretag		4 432	3 956
Övriga fordringar		9 632	1 074
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	19	5 992	13 249
		20 307	18 493
Kassa och bank		158 138	237 171
Summa omsättningstillgångar		178 445	255 664
SUMMA TILLGÅNGAR		6 191 910	6 819 955

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING

TKR	NOT	2010-12-31	2009-12-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Aktiekapital (1 500 000 aktier)		150 000	150 000
Reservfond		200 000	200 000
Lånefond		5 481 537	5 481 537
		5 831 537	5 831 537
Fritt eget kapital			
Balanserat resultat		180 437	226 826
Årets resultat		-70 135	-46 389
		110 302	180 437
Summa eget kapital		5 941 839	6 011 974
Avsättningar	20	42 400	52 021
Långfristiga skulder			
Övriga långfristiga skulder	22	122 874	131 120
		122 874	131 120
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		4 809	3 799
Skulder till koncernföretag		62 513	597 474
Övriga skulder		6 122	9 381
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	23	11 353	14 186
		84 797	624 840
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		6 191 910	6 819 955
Ställda säkerheter		inga	inga
Ansvarsförbindelser	24	29 188	42 911

MODERBOLAGETS SAMMANSTÄLLNING AV FÖRÄNDRINGAR I EGET KAPITAL

TKR	AKTIE- KAPITAL	RESERV- FOND	LÅNEFOND	FRITT EGET KAPITAL	SUMMA EGET KAPITAL
Eget kapital 2008-01-01	150 000	200 000	5 481 537	226 826	4 058 363
Årets resultat				-46 389	-46 389
Eget kapital 2009-12-31	150 000	200 000	5 481 537	180 437	6 011 974
Årets resultat				-70 135	-70 135
Eget kapital 2010-12-31	150 000	200 000	5 481 537	110 302	5 941 839

MODERBOLAGETS KASSAFLÖDESANALYS

1 JANUARI – 31 DECEMBER, TKR

	NOT	2010	2009
Den löpande verksamheten			
Erhållna räntor, royalties		365 619	332 352
Erhållna anslag		137 150	142 300
Övriga inbetalningar		34 030	57 485
Betalda räntor		-896	-1 756
Erhållna räntebetalningar på räntebärande värdepapper		15 472	59 339
Inbetalningar avseende tidigare nedskrivna lån		7 838	6 710
Utbetalda anslag		-178 769	-184 255
Övriga utbetalningar		-121 581	-145 295
Ökning/minskning av löpande verksamhetens tillgångar			
Förändring av inlåning till moderbolaget från dotterbolag		-534 375	346 210
Minskning av placeringar		719 152	1 465 463
Ökning av utlåningen	17	-490 377	-1 815 706
Kassaflöde från den löpande verksamheten		-46 737	262 847
Investeringsverksamheten			
Förvärv av aktier i dotterbolag		-1 051	
Förvärv av finansiella anläggningstillgångar		-314	-13
Försäljning av finansiella anläggningstillgångar		-	2 165
Förvärv av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-2 380	-304
Försäljning av materiella anläggningstillgångar		122	160
Medel tillförda dotterbolag att investera i riskkapital	14	-20 427	-223 083
Medel tillförda intressebolag att investera i riskkapital	15	-	-14 987
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-24 050	-236 062
Finansieringsverksamheten			
Förändring av upplåning		-8 246	19 239
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-8 246	19 239
Årets kassaflöde		-79 033	46 024
Likvida medel vid årets början		237 171	191 147
Likvida medel vid årets slut¹⁾		158 138	237 171

¹⁾ Likvida medel ingår Kassa och bank.

The background of the page is a monochromatic blue-toned image. It depicts a coastline with dark, jagged landmasses and a lighter blue body of water. Several birds are shown in flight, their silhouettes appearing as dark shapes against the lighter water. The overall aesthetic is clean and modern.

NOTER

Belopp i Tkr om ej annat anges

NOT 1 FÖRETAGSINFORMATION

Årsredovisningen för ALMI Företagspartner AB har godkänts och undertecknats enligt styrelsebeslut den 2010-02-28.

Balans- och resultaträkning skall fastställas på ordinarie årsstämma.

Moderbolaget är ett svenskt aktiebolag, org. nr. 556481-6204, med säte i Stockholm och med adress

ALMI Företagspartner AB
Box 70394
107 24 STOCKHOLM
Telefon 08-709 89 00

ALMIs uppdrag är att främja utvecklingen av konkurrenskraftiga små och medelstora företag och stimulera nyföretagandet i syfte att skapa tillväxt och förnyelse i svenskt näringsliv.

Målet är att fler innovativa idéer kommersialiseras framgångsrikt, att fler livskraftiga företag startas och utvecklas samt att fler företag ökar sin konkurrenskraft och tillväxt. Verksamhetsområdet täcker hela processen från idé till lönsamt företag. ALMIs styrkor är den regionala närvaron, nätverket och kombinationen finansiering och rådgivning.

NOT 2 REDOVISNINGSPRINCIPER

Årsredovisningen har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagen och Redovisningsrådets rekommendationer 1-29 med undantag av RR 18, Resultat per aktie, och RR 25 Redovisning för segment vilka ej är obligariska då bolagets aktie ej är föremål för handel vid börs eller annan auktoriserad marknadsplats.

Enligt EUs IAS-förordning är alla europeiska företag som har aktier eller skuldebrev noterade på en reglerad marknad skyldiga att från och med 2005 upprätta sin koncernredovisning enligt internationella redovisningsstandarden (IAS), numera betecknade IFRS. Då det i riktlinjer från Näringsdepartementet till ALMI och övriga statliga bolag står att bolagen i tillämpliga delar skall tillämpa god sed för noterade bolag torde detta innebära att även ALMI förväntas övergå till IFRS-redovisningen i koncernen.

I riktlinjerna anges att kravet på genomlysning och kvalitet

kan ställas i relation till företagets relativa storlek samt ställning på marknaden. ALMI har en marknadskompletterande roll och i förhållande till andra statliga företag liten storlek mätt i omsättning. Med hänsyn till ovanstående beslutades på styrelsemötet i februari 2010 att tillsvidare inte tillämpa IFRS-redovisningen.

Koncernredovisning

Koncernbokslutet har upprättats enligt förvärvsmetoden. Detta innebär att eget kapital i koncernen endast omfattar eget kapital i moderbolaget och den del av eget kapital i dotterbolagen som tillkommit efter förvärvet.

Koncernens resultat- och balansräkningar omfattar alla företag i vilka moderbolaget direkt eller indirekt har mer än hälften av aktiernas röstvärde samt företag i vilka koncernen på annat sätt har ett bestämmande inflytande och en betydande andel av resultatet av deras verksamhet.

Investeringar i intresseföretag

Koncernens innehav i intresseföretag redovisas enligt kapitalandelsmetoden. Ett intresseföretag är en enhet i vilken koncernen har betydande inflytande, normalt minst 20 % och högst 50 % av rösterna, och som varken är ett dotterföretag eller joint venture. Ägandet ska vidare utgöra ett led i en varaktig förbindelse. Investeringarna i intresseföretag redovisas i balansräkningen till anskaffningsvärde plus förändringar av koncernens andel av intresseföretagets nettotillgångar.

I moderbolaget redovisas innehav i intresseföretag till anskaffningsvärde med avdrag för eventuella nedskrivningar.

Intäktsredovisning

Ränteinkomster redovisas som intäkt i resultaträkningen i den period de uppstår.

Driftsanslag intäktsförs till sin helhet under den period vilka de avser. Övriga anslag intäktsförs då de utnyttjas för det förutbestämda syftet.

Projekttäkter redovisas under den period då ett projekt genomförs och sammanfaller med kostnadsredovisningen för motsvarande projekt. Konsultintäkter redovisas under den period som en konsultinsats genomförs.

Kreditförluster

Som kreditförluster redovisas under året konstaterade kreditförluster samt reserveringar för befarade kreditförluster. Utlåningen redovisas netto, det vill säga efter avdrag för såväl konstaterade kreditförluster som reservering för befarade kreditförluster. Se även not 16 utlåning nedan.

Som konstaterad förlust redovisas förlust som är beloppsmässigt fastställd eller sannolik genom att konkursförvaltare lämnat uppskattning av utdelning i konkurs, ackordsförslag antagits eller fordran eftergivits på annat sätt.

Reservering för befarade kreditförluster görs om säkerhetens värde för en osäker fordran inte täcker lånebeloppet. Reservering görs med det belopp som ej beräknas inflyta, beaktat säkerhetens värde.

Leasingkostnader

Leasing används inom koncernen endast vid hyra av kontorsinventarier och tjänstebilar. Samtliga kontrakt är av operationell natur. Kostnaderna uppgår till oväsentliga belopp och redovisas under övriga externa kostnader. Koncernens hyreskontrakt för lokalyror är tecknade till sedvanliga marknadsmässiga villkor.

Pensionskostnader

Åtaganden för ålderspension och familjepension för tjänstemän i Sverige tryggas huvudsakligen genom försäkring i Alecta. Enligt ett uttalande från Redovisningsrådets Akutgrupp, URA 42, är detta en förmånsbestämd plan som omfattar flera arbetsgivare. För räkenskapsåret 2010 har bolaget inte haft tillgång till sådan information som gör det möjligt att redovisa denna plan som en förmånsbestämd plan. Pensionsplanen enligt ITP som tryggas genom en försäkring i Alecta redovisas därför som en avgiftsbestämd plan. Årets avgifter för pensionsförsäkringar som är tecknade i Alecta uppgår till 18,6 Mkr (2009: 16,7 Mkr). Alectas överskott kan fördelas till försäkringstagarna och/eller de försäkrade. Vid utgången av september 2010 uppgick Alectas överskott av den kollektiva försäkringsnivån till 134 procent (2009: 136 procent). Den kollektiva konsolideringsnivån utgörs av marknadsvärdet på Alectas tillgångar i procent av försäkringsåtagandena beräknade enligt Alectas försäkringstekniska beräkningsantaganden, vilka inte överensstämmer med RR 29. Förutom försäkringar i Alecta förekommer även avgiftsbestämda pensionsplaner.

Avskrivningar

Avskrivningar på materiella anläggningstillgångar beräknas på respektive tillgångs anskaffningsvärde med linjär fördelning efter tillgångarnas bedömda nyttjandeperiod. Avskrivningar sker över 5 år för inventarier med undantag av datautrustning som avskrivs över 3 år och ombyggnationer som avskrivs över kvarstående löptid på ingånget hyresavtal. Immateriella anläggningstillgångar skrivs av över 3 till 5 år.

Materiella anläggningstillgångar

Anläggningstillgångarna redovisas till anskaffningskostnad med avdrag för ackumulerade avskrivningar samt nedskrivningar.

Immateriella anläggningstillgångar

Immateriella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärdet med avdrag för ackumulerade avskrivningar samt nedskrivningar. Tillkommande utgifter för en immateriell tillgång läggs till anskaffningsvärdet endast om de ökar de framtida ekonomiska fördelarna som överstiger den ursprungliga bedömningen och utgifterna kan beräknas på ett tillförlitligt sätt. Alla andra utgifter kostnadsförs när de uppkommer.

Utlåning

Lånefordringar redovisas initialt till utbetalt belopp. Efter det att lånet tagits upp i redovisningen första gången redovisas det till upplupet anskaffningsvärde inklusive upplupen ränta. I bokslutet upptas lånefordringarna till det belopp som efter individuell bedömning beräknas inflyta, se även Kreditförluster ovan.

Långfristiga värdepappersinnehav

Långfristiga värdepappersinnehav innefattar placeringar i aktier och andelar som en del av rörelsen men som inte motsvarar definitionen av intresseföretag. Innehaven värderas till anskaffningsvärdet då de för första gången redovisas i balansräkningen. I bokslutet redovisas innehaven till det lägsta av anskaffningsvärde och bedömt verkligt värde.

Fordringar och skulder

Fordringar redovisas till det lägsta av anskaffningsvärde och verkligt värde. En reservering av osäkra fordringar görs när det inte längre är sannolikt att det fulla beloppet kommer att inflyta. Skulder upptas till verkligt värde. Som kortfristiga fordringar respektive skulder redovisas mellanhavanden som avses att regleras inom ett år från balansdagen.

Placeringar

Placeringar utgörs huvudsakligen av obligationer och andra räntebärande värdepapper. Samtliga placeringar värderas till anskaffningsvärde då de första gången redovisas i balansräkningen. Anskaffningsvärdet motsvarar det verkliga värdet av den ersättning som lämnats inklusive kostnader som är hänförliga till förvärvet.

I bokslutet upptas placeringarna till det lägsta av anskaffningsvärdet, och i förekommande fall upplupet anskaffningsvärde, och verkligt värde med tillämpande av kollektiv värdering. Vid redovisning till upplupet anskaffningsvärde används den effektiva räntan vid värderingen. Som verkligt värde definieras marknadsvärdet per bokslutsdagen.

Normala förvärv och försäljningar av finansiella tillgångar redovisas i balansräkningen enligt likviditetsprincipen.

Avsättningar

Avsättningar redovisas när det föreligger en aktuell förpliktelse, legal eller informell, till följd av tidigare händelser och om det är sannolikt att en utbetalning kommer att bli aktuell för att fullgöra förpliktelsen, samt om det går att göra en tillförlitlig uppskattning av det belopp som skall utbetalas.

Belopp i Tkr om inget annat anges

NOT 3 INKÖP OCH FÖRSÄLJNING MELLAN KONCERNFÖRETAG

Moderbolaget har köpt tjänster från företag inom koncernen för sammanlagt 9,0 Mkr (10,8) och sålt tjänster för 2,8 Mkr (6,1).

NOT 4 RÄNTEINTÄKTER OCH ANDRA FINANSIELLA INTÄKTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2010	2009	2010	2009
Ränteintäkter från utlåning				
Rörelselån	348 951	286 903	348 949	286 883
Royaltyintäkter	340	167	340	167
Garantiintäkter	790	836	790	836
Ränteintäkter ej ianspråkta utlåningsmedel	12 091	56 769	12 090	56 769
Summa	362 172	344 675	362 169	344 655
Övriga finansiella intäkter				
Andra finansiella intäkter	14 430	9 816	-	-
Summa	14 430	9 816	-	-
Summa totalt	376 602	354 491	362 169	344 655

NOT 5 ANSLAG

	Koncernen		Moderbolaget	
	2010	2009	2010	2009
Driftanslag från staten	137 150	142 300	137 150	142 300
Driftanslag från landsting och kommuner	145 359	142 244	-	-
Övriga anslag från kommuner och landsting	17 889	19 715	-	-
Övriga anslag	20 765	25 721	-	-
Summa	321 163	329 980	137 150	142 300

NOT 6 ÖVRIGA INTÄKTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2010	2009	2010	2009
Projektintäkter	104 751	89 551	16 969	16 546
Konsultintäkter	9 818	11 689	-	-
EU intäkter	36 624	50 714	-	-
Övriga intäkter ¹⁾	19 604	31 629	11 373	15 081
Summa	170 797	183 583	28 342	31 627

¹⁾ Inkluderar i koncernen upplösning av momsreserv på 3,2 Mkr (8,9).

NOT 7 ÖVRIGA EXTERNA KOSTNADER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2010	2009	2010	2009
Inköp konsulter i projekt	-48 101	-42 812	-3 724	-2 021
Övriga konsultkostnader	-32 005	-74 434	-9 541	-39 474
Övriga kostnader	-3 631	-4 143	-3 631	-4 143
lånverksamheten				
Övriga externa kostnader ¹⁾	-164 500	-160 066	-55 176	-54 422
Summa	-281 455	-234 830	-100 060	-98 352

¹⁾ Posten består bl.a. av lokal-, telefon- och resekostnader, marknadsföringskostnader och revisionsarvode samt i moderbolaget koncerngemensamma kostnader som drift/utveckling av IT-system, gemensam informationsverksamhet samt utveckling av verktyg och metoder inom affärsutveckling. Beloppet inkluderade i moderbolaget 2009 avsättning för momskostnader med 11,4 Mkr. Under 2010 har ingen ytterligare avsättning gjorts. Se även not 20.

Kostnader avseende ersättningar till KPMG uppgår i moderbolaget till, 340 Tkr (281) i revisionsarvode, avseende revisionsuppdraget, 0 Tkr (99) i revisionsarvode utöver revisionsuppdraget, 146 Tkr (0) i skatterådgivning och 13 Tkr (89) i övrigt arvode. Revisor från Riksrevisionen har erhållit 0 Tkr (37) i revisionsarvode. Kostnader avseende ersättningar till KPMG uppgår i koncernen till, 1 292 Tkr (1 291) i revisionsarvode avseende revisionsuppdraget, 25 Tkr (177) i revisionsarvode utöver revisionsuppdraget, 199 Tkr (6) i skatterådgivning och 60 Tkr (120) i övrigt arvode.

NOT 8 PERSONAL

Löner och andra ersättningar har uppgått till följande belopp:	Koncernen		Moderbolaget	
	2010	2009	2010	2009
Löner och andra ersättningar	234 225	232 025	21 039	21 704
Sociala kostnader	120 745	116 844	11 047	13 193
(Varav sociala kostn. av pensionskostnader)	(41 181)	(36 590)	(4 504)	(6 432)
Summa	354 970	348 869	32 086	34 897
varav				
Styrelse och VD	32 056	30 768	1 690	1 690
varav tantiem	-	-	-	-
Övriga anställda	202 169	201 257	19 349	20 014
Summa	234 225	232 025	21 039	21 704

Lön till verkställande direktören i moderbolaget har uppgått till 1 198 Tkr (1 151) och förmåner har uppgått till 68 Tkr varav bil 68 Tkr. Verkställande direktören har en avgiftsbestämd pensionslösning där premien är kostnadsneutral mot traditionell ITP. Av Moderbolagets pensionskostnader avser 400 Tkr (375) vd. I händelse av uppsägning från företaget har vd 6 månaders uppsägningstid. Därutöver tillkommer avgångsvederlag under 12 månader utöver uppsägningstiden. Om vd erhåller lön eller annan ersättning för avlönat arbete eller egen verksamhet

NOT 8 PERSONAL forts.

under tiden för uppsägningslön och avgångsvederlag sker en avräkning mot lön och vederlag. Vid egen uppsägning utgår lön under uppsägningstiden, 3 månader.

Förutom vd har koncernens ledningsgrupp i medeltal bestått av 8 personer, till vilka har utbetalats:

Tkr	Löne- kostnader	Pensioner	Övriga förmåner
Anna Hallberg	1 065	445	73
Lars Mårdbrandt	741	238	-
Hans-Olof Franzén *			
Lars Limseth *			
Sten-Anders Gustafsson *			
Anna Lundmark Lundbergh *			
Sara Wallin *			
Mats Philipsson *			

* Vd i dotterbolag, ingen ersättning utgår från moderbolaget.

Medlemmarna i ledningsgruppen har en avgiftsbestämd pensionslösning där premien är kostnadsneutral mot traditionell ITP. Dess villkor för uppsägning och avgångsvederlag följer ALMEGAs tjänstemannaavtal.

Styrelsens ordförande arvoderas med 100 Tkr per år. Arvode utgår till styrelsens bolagsstämموvalda ledamöter med 60 Tkr.

I dotterbolagen arvoderas styrelsens ordförande med 43 Tkr, vice ordförande med 32 Tkr och ledamot med 17 Tkr samt ett arvode om 2,2 Tkr per sammanträde med undantag för dotterbolagen i Stockholm, Väst och Skåne. I ALMI Stockholm arvoderas ordföranden med 71 Tkr, vice ordföranden och ordföranden i finansieringsutskottet med 60,5 Tkr samt styrelsens ledamöter med 28 Tkr. I ALMI Väst erhåller ordföranden 66 Tkr, vice ordföranden 45 Tkr och ledamot 34 Tkr. I Almi Skåne erhåller ordföranden 62 Tkr, vice ordföranden och ledamot 23 Tkr. Styrelseledamöterna i Stockholm, Väst och Skåne har därutöver ett arvode om 3,1 Tkr per sammanträde. Styrelseledamöter som är anställda i moderbolaget eller dotterbolagen upp- bär ingen ersättning.

Av Koncernens pensionskostnader avser 10 055 Tkr (8 015) verkställande direktörer och styrelser. Koncernens utestående pensionsförpliktelser till verkställande direktörerna uppgår till 0 Tkr (0).

Medelantal anställda	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2010	2009	2010	2009
Kvinnor	227	222	27	26
Män	228	238	14	16
Summa	455	460	41	42

Sjukfrånvaro

Sjukfrånvaro i %	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
Kvinnor	2,70%	4,32%	0,73%	1,77%
Män	2,38%	2,38%	0,43%	1,21%
Total sjukfrånvaro	2,54%	3,32%	0,58%	1,56%

Uppgift om sjuk- och långtidssjukfrånvaro fördelat per åldersgrupp lämnas ej eftersom den kan hänföras till enskild individ.

Könsfördelning	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2010	2009	2010	2009

Styrelseledamöter	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
Kvinnor	75	75	3	4
Män	115	120	6	4

VD

Kvinnor	9	5	-	-
Män	22	27	1	1

Företagsledning

Kvinnor	21	17	3	3
Män	27	28	6	6

Åldersfördelning, styrelseledamöter, ålder, år	under 30	30-50	>50
Fördelning i %			
Koncernen	1%	29%	70%
Moderbolaget	-	33%	67%

NOT 9 KREDITFÖRLUSTER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2010	2009	2010	2009
Kreditförluster vid utlåning				
Återvunna avskrivna fordringar	7 842	6 715	7 838	6 710
Riskavtäckning från EIF, Näringsdep. m fl	20 241	44 449	20 241	44 449
Samarbetspartners andel av kreditförluster*	11 410	12 208	11 410	12 208
Konstaterade förluster	-177 376	-289 348	-177 376	-289 355
Förändring av reserv för befarade förluster	-176 462	-23 986	-176 462	-23 986
Summa	-314 345	-249 962	-314 349	-249 974

* Avser exportlån

NOT 10 BALANSERADE IT-KOSTNADER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2010	2009	2010	2009
Ingående anskaffningsvärde	-	-	-	-
Inköp	1 883	-	1 883	-
Utgående ack anskaffningsvärde	1 883	-	1 883	-
Ingående avskrivningar	-	-	-	-
Årets avskrivningar	-	-	-	-
Utgående ack avskrivningar	-	-	-	-
Bokfört värde balanserade IT-kostnader	1 883	-	1 883	-

NOT 11 INVENTARIER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2010	2009	2010	2009
Ingående anskaffningsvärde	42 961	52 807	4 480	6 259
Inköp	1 874	3 819	497	304
Försäljningar och utrangeringar	-4 412	-13 665	-393	-2 083
Utgående ack anskaffningsvärde	40 423	42 961	4 584	4 480
Ingående avskrivningar	-33 887	-41 148	-3 817	-4 114
Årets avskrivningar	-3 235	-4 707	-258	-1 023
Försäljning och utrangeringar	3 839	11 968	289	1 320
Utgående ack avskrivningar	-33 283	-33 887	-3 786	-3 817
Bokfört värde inventarier	7 140	9 074	798	663

NOT 12 AKTIER I DOTTERFÖRETAG

	2010	2009
Ingående anskaffningsvärde	4 597	5 197
Förvärv	51	-
Aktieägartillskott	1 000	-
Avyttring	-	-600
Utgående ack anskaffningsvärde	5 648	4 597

Bolag	Antal aktier	Kvot-värde	Kapital/Rösträttsandel	Bokfört värde (tkr)
ALMI Företagspartner Blekinge AB	10 200	100	51%	25,5
ALMI Företagspartner Dalarna AB	5 100	100	51%	1 445,5
ALMI Företagspartner Gotland AB	5 100	100	51%	25,5
Regioninvest Gotland AB (dotterbolag till ALMI Gotland)	1 000	100		
ALMI Företagspartner Gävleborg AB	5 100	100	51%	25,5
ALMI Företagspartner Halland AB	5 100	100	51%	25,5
ALMI Företagspartner Jönköping AB	5 100	100	51%	25,5
ALMI Företagspartner Kalmar AB	15 300	100	51%	25,5
ALMI Företagspartner Kronoberg AB	5 100	100	51%	25,5
ALMI Företagspartner Mitt AB	510	100	51%	51,0
SamInvest Mitt AB (dotterbolag till ALMI Mitt)	5 000	100		
ALMI Företagspartner Nord AB	510	100	51%	51,0
ALMI Företagspartner Skåne AB	10 200	100	51%	797,6
ALMI Företagspartner Stockholm AB	10 200	100	51%	25,5
ALMI Stockholm investeringsfond AB (dotterbolag till ALMI Sthlm)	1 000	100		
ALMI Företagspartner Stockholm Sörmland AB	510	100	51%	1 051,4
ALMI Företagspartner Sörmland AB	5 100	100	51%	25,5
ALMI Företagspartner Uppsala AB	5 100	100	51%	510,0
ALMI Företagspartner Värmland AB	5 100	100	51%	25,5
ALMI Företagspartner Väst AB	22 745	100	51%	1 259,1
Start Invest AB (dotterbolag till ALMI Väst)	300 000	100		
ALMI Företagspartner Västmanland AB	5 100	100	51%	25,5
ALMI Företagspartner Örebro AB	5 100	100	51%	25,5
Partnerinvest i Mellansverige AB (dotterbolag till ALMI Örebro)	10 000	100		
ALMI Företagspartner Östergötland AB	10 200	100	51%	25,5
ALMI Invest AB	100	100	100%	100,0
ALMI Invest Norra Mellansverige AB (dotterbolag till ALMI Invest)	100	100		
ALMI Invest Småland och Öarna AB (dotterbolag till ALMI Invest)	100	100		
ALMI Invest Stockholm AB (dotterbolag till ALMI Invest)	100	100		
ALMI Invest Västsverige AB (dotterbolag till ALMI Invest)	100	100		
ALMI Invest Östra Mellansverige AB (dotterbolag till ALMI Invest)	100	100		
IFS Rådgivning AB	510	100	51%	51,0
Summa				5 648,1

NOT 12 AKTIER I DOTTERFÖRETAG forts.

Bolag	Org. nr.	Säte
ALMI Företagspartner Blekinge AB	556488-1158	Karlskrona
ALMI Företagspartner Dalarna AB	556488-1232	Falun
ALMI Företagspartner Gotland AB	556488-1166	Gotland
Regioninvest Gotland AB	556643-4063	Gotland
ALMI Företagspartner Gävleborg AB	556488-1174	Gävle
ALMI Företagspartner Halland AB	556488-1299	Halmstad
ALMI Företagspartner Jönköping AB	556488-1281	Jönköping
ALMI Företagspartner Kalmar AB	556488-1273	Oskarshamn
ALMI Företagspartner Kronoberg AB	556488-1265	Växjö
ALMI Företagspartner Mitt AB	556750-3312	Östersund
SamInvest Mitt AB	556670-2444	Östersund
ALMI Företagspartner Nord AB	556735-6398	Umeå
ALMI Företagspartner Skåne AB	556488-1208	Malmö
ALMI Företagspartner Stockholm AB	556488-1380	Stockholm
ALMI Stockholm investeringsfond AB	556203-2531	Stockholm
ALMI Företagspartner Stockholm Sörmland AB	556141-8392	Stockholm
ALMI Företagspartner Sörmland AB	556488-1224	Nyköping
ALMI Företagspartner Uppsala AB	556488-1216	Uppsala
ALMI Företagspartner Värmland AB	556488-1315	Karlstad
ALMI Företagspartner Väst AB	556488-1307	Göteborg
Start Invest AB	556201-6922	Göteborg
ALMI Företagspartner Västmanland AB	556488-1356	Västerås
ALMI Företagspartner Örebro AB	556488-1398	Örebro
Partnerinvest i Mellansverige AB	556428-2423	Örebro
ALMI Företagspartner Östergötland AB	556488-1331	Linköping
ALMI Invest AB	556764-9374	Östersund
ALMI Invest Norra Mellansverige AB	556764-9412	Östersund
ALMI Invest Småland och Öarna AB	556764-9396	Östersund
ALMI Invest Stockholm AB	556764-9354	Östersund
ALMI Invest Västsverige AB	556764-9370	Östersund
ALMI Invest Östra Mellansverige AB	556764-9388	Östersund
IFS Rådgivning AB	556720-1065	Stockholm

NOT 13 ANDELAR I INTRESSEFÖRETAG

	KONCERNEN	
	2010	2009
Ingående anskaffningsvärde	50	632
Aktieägartillskott	29 631	-
Avyttringar	-	- 651
Andel i resultat	-	19
Omklassificeringar	-	50
Utgående ack anskaffningsvärde	29 681	50

	Antal aktier och andelar	Andel %	Bokfört värde (Tkr)
	ALMI Partnerinvest i Norr AB	100	50,0%
Org. nr. 556771-4331, säte: Östersund			
Summa			29 681

NOT 14 ANDRA LÅNGFRISTIGA VÄRDEPAPPERSINNEHAV

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2010	2009	2010	2009
Ingående anskaffningsvärde	169 936	140 741	10 423	7 134
Förvärv	104 998	54 069	314	13
Avyttringar	- 12 498	- 8 392	-	- 2 115
Omklassificeringar	9 281	9 326	9 068	9 376
Nedskrivningar	- 23 321	- 25 808	- 8 817	- 3 985
Utgående ack anskaffningsvärde	248 396	169 936	10 988	10 423

NOT 15 LÅNGFRISTIGA FORDRINGAR HOS KONCERNFÖRETAG

	MODERBOLAGET	
	2010	2009
Ingående anskaffningsvärde	223 083	-
Ökning	40 816	225 868
Minskning	- 5 402	- 2 785
Utgående ack anskaffningsvärde	258 497	223 083

Ökningen avser medel som tillförts ALMI Invest AB, dess dotterbolag och SamInvest Mitt AB. Medlen skall i huvudsak användas för att investera i riskkapital. Minskningen avser nedskrivningar av fordringarna motsvarande kostnader för driften av riskkapitalverksamheten.

NOT 16 ANDRA LÅNGFRISTIGA FORDRINGAR

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2010	2009	2010	2009
Ingående anskaffningsvärde	30 642	235	14 987	-
Ökning	2 587	30 632	-	14 987
Omklassificering	- 29 812	-	-14 987	-
Minskning	- 200	- 225	-	-
Utgående ack anskaffningsvärde	3 217	30 642	-	14 987

Omklassificeringen avser fordran på intressebolaget ALMI Partnerinvest i Norr AB som genom aktieägartillskott har omvandlats till andelar i intressebolag.

NOT 17 UTLÅNING

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2010	2009	2010	2009
Rörelselån				
Ingående värde lånefordringar	5 145 710	3 618 908	5 145 202	3 618 646
Utlåning	1 897 436	2 790 810	1 897 124	2 790 564
Amorteringar	-1 406 021	-973 890	-1 406 021	-973 890
Omklassificering av lånefordran till värdepapper	-9 068	-8 891	-9 068	-8 891
Avskrivningar	-163 721	-281 904	-163 721	-281 904
Kapitaliserad ränta	4 058	4 028	4 058	4 028
Värderereglering lån i utländsk valuta	-5 189	-3 351	-5 189	-3 351
Utgående värde lånefordringar	5 463 205	5 145 710	5 462 385	5 145 202
Ingående reserv för befarade låneförluster	-868 374	-844 388	-868 374	-844 388
Upplösning av reserv för befarade förluster	102 240	193 385	102 240	193 388
Avsättning reserv för befarade förluster	-277 344	-217 371	-277 344	-217 374
Utgående reserv för befarade förluster	-1 043 478	-868 374	-1 043 478	-868 374
Lånefordringar netto, exklusive royalty	4 419 727	4 277 336	4 418 907	4 276 828
Utvecklingskapital/royalty				
Nuvärde av förväntade framtida royaltyinbetaln.	4 218	4 943	4 218	4 943
Lånefordringar netto, inklusive royalty	4 423 945	4 282 279	4 423 125	4 281 771
Räntefordringar	24 856	25 275	24 848	25 232
Summa utlåning	4 448 801	4 307 554	4 447 973	4 307 003

Av utlåningen, exklusive räntefordringar, förfaller 37 % till amortering under 2011, 58 % till amortering 2012–2015 och 5 % till amortering 2016 eller senare.

I koncernen och i moderbolaget uppgick 2010–12–31 beviljade men en ännu ej utbetalda lån till 262 964 Tkr (363 402). Av beviljade ej utbetalade lån har de senaste 5 åren i genomsnitt 87% betalats ut. Utbetalningen sker i regel inom 3 månader efter att en kredit har beviljats.

NOT 18 PLACERINGAR

	KONCERNEN		
	Verkligt värde 2010	2010	2009
Likvidförvaltning	53 647	55 620	9 991
Bank- och Företagscertifikat	26 667	27 286	1 320 023
Obligationslån	186 873	186 873	389 375
Fondandelar	909 329	912 975	2 058
Övriga värdepapper	133 617	136 181	309 305
Reservering	-	-8 931	-5 636
Summa	1 310 133	1 310 004	2 025 116
MODERBOLAGET			
	Verkligt värde 2010	2010	2009
Likvidförvaltning	46 638	48 611	-
Bank- och Företagscertifikat	24 674	25 295	1 315 536
Obligationslån	186 873	186 873	386 330
Fondandelar	897 018	900 725	-
Övriga värdepapper	132 475	135 105	307 305
Reservering	-	-8 931	-5 636
Summa	1 287 678	1 287 678	2 003 535

NOT 19 FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2010	2009	2010	2009
Förutbetalda hyror	6 669	6 875	533	790
Räntefordringar värdepapper	5 659	12 171	4 906	11 584
Övriga upplupna intäkter	60 348	55 335	469	846
Övriga förutbetalda kostnader	3 525	2 499	84	29
Summa	76 201	76 880	5 992	13 249

NOT 20 AVSÄTTNINGAR

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2010	2009	2010	2009
Avsättningar för moms				
Belopp vid årets början	55 334		41 300	
Avsättningar som gjorts under året	2 873		–	
Outnyttjade belopp som återförts	-3 182		–	
Belopp vid årets slut	55 025		41 300	
Övriga avsättningar				
Belopp vid årets början	14 934		10 721	
Belopp som tagits i anspråk under året	-11 293		-7 667	
Outnyttjade belopp som återförts	-1 954		-1 954	
Belopp vid årets slut	1 687		1 100	
Summa avsättningar	56 712		42 400	

I samband med ett rättsfall under 2010 har momssituationen i Almikoncernen klarat. Kvarstående avsättningar för moms beräknas tas i anspråk under 2011. Övriga avsättningar avser främst omstrukturingskostnader som kommer att tas i anspråk under 2011.

NOT 21 SKULDER TILL LANDSTING OCH KOMMUNER

Skulder på 25 625 Tkr har lösts under 2010 medan 100 Tkr skall lösas 2015.

NOT 22 ÖVRIGA LÅNGFRISTIGA SKULDER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2010	2009	2010	2009
Medel från EU, Nutek mfl, att användas som riskkapital i mindre och medelstora bolag.*	554 586	493 826	–	–
Skuld till SEK för finansiering av exportlån.	122 874	131 120	122 874	131 120
Summa	677 460	624 946	122 874	131 120

*Medlen används främst till investeringar i form av riskkapital. En mindre del av medlen används normalt för den löpande driften av riskkapitalverksamheten. Då investeringar görs redovisas de under balansposten "Andra långfristiga värdepappersinnehav". Det redovisade värdet av investeringarna motsvaras av långfristiga skulder. I de fall medlen används för driftskostnader redovisas en intäkt under resultatposten "Anslag" och ingår i det som under not 5 specificeras som "övriga anslag". Den långfristiga skulden minskas med samma belopp som redovisas som en intäkt.

NOT 23 UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2010	2009	2010	2009
Personalrelaterade poster	36 434	38 905	2 903	2 511
Övriga upplupna kostnader	14 518	13 705	5 900	6 975
Förutbetalda anslag	35 147	40 323	2 550	4 700
Övriga förutbetalda intäkter	1 484	7 121	–	–
Summa	87 583	100 054	11 353	14 186

NOT 24 ANSVARSFÖRBINDELSER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2010	2009	2010	2009
Tecknade garantier	29 188	42 911	29 188	42 911
Övriga ansvarsförbindelser	497	–	–	–
Summa	29 685	42 911	29 188	42 911

De utestående tecknade garantierna per den 2010–12–31 förväntas inte leda till några utbetalningar.

NOT 25 HYROR

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2010	2009	2010	2009
Årets kostnader för hyra av lokaler	23 100	26 729	2 892	3 299

Framtida hyreskostnader enligt ingångna avtal

Inom 1 år	26 656	26 093	2 361	2 656
Mellan 2 och 5 år	45 729	47 857	6 484	3 498
Över 5 år	1 715	4 000	–	–

NOT 26 FÖRSLAG TILL UTDELNING

Styrelsen föreslår, i likhet med tidigare år, att ingen utdelning lämnas till aktieägarna.

Styrelsens och verkställande direktörens försäkran vid undertecknande av årsredovisningen år 2010.

Vi försäkrar att årsredovisningen, såvitt vi känner till, är upprättad i överensstämmelse med god redovisningssed, att lämnade uppgifter stämmer med de faktiska förhållandena och att inget av väsentlig betydelse är utelämnat som skulle kunna påverka den bild av bolaget som skapats av årsredovisningen.

Stockholm 2011-02-28

Elisabeth Gauffin
Styrelsens ordförande

Göran Lundwall
Verkställande direktör

Ola Asplund

Thomas Bengtsson

Jan Berg

Lars Jansson

Maria Masoomi

Marita Skog

Bertil Törsäter

Lars-Erik Wiik

Vår revisionsberättelse har avgivits 2011

KPMG AB

Stefan Holmström
Auktoriserad revisor

REVISIONSBERÄTTELSE

TILL ÅRSSTÄMMAN I ALMI FÖRETAGSPARTNER AB

Org nr 556481–6204

Vi har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i ALMI Företagspartner AB för år 2010. Årsredovisningen och koncernredovisningen ingår i den tryckta versionen av detta dokument på sidorna 76–99. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen och för att årsredovisningslagen tillämpas vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen. Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen, koncernredovisningen och förvaltningen på grundval av vår revision.

Revisionen har utförts i enlighet med god revisionssed i Sverige. Det innebär att vi planerat och genomfört revisionen för att med hög men inte absolut säkerhet försäkra oss om att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens och verkställande direktörens tillämpning av dem samt att bedöma de betydelsefulla uppskattningar som styrelsen och verkställande direktören gjort när de upprättat årsredovisningen och koncernredovisningen samt

att utvärdera den samlade informationen i årsredovisningen och koncernredovisningen. Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Vi anser att vår revision ger oss rimlig grund för våra uttalanden nedan.

Årsredovisningen och koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en rättvisande bild av bolagets och koncernens resultat och ställning i enlighet med god redovisningssed i Sverige. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen, disponerar vinsten i moderbolaget enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Stockholm den 25 mars 2011

KPMG AB

Stefan Holmström
Auktoriserad revisor

REVISORS RAPPORT ÖVER ÖVERSIKTLIG GRANSKNING AV ALMIS HÅLLBARHETSREDOVISNING

TILL LÄSARNA AV ALMIS HÅLLBARHETSREDOVISNING FÖR 2010.

INLEDNING

Vi har fått i uppdrag av koncernledningen att översiktligt granska innehållet i ALMIs hållbarhetsredovisning 2010. Hållbarhetsredovisningen återfinns på sidorna 58–65 och 101 i ALMI Årsredovisning 2010. Det är ALMIs styrelse och koncernledning som har ansvaret för det löpande arbetet med hållbar utveckling och för att presentera hållbarhetsredovisningen i enlighet med tillämpliga kriterier. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om hållbarhetsredovisningen grundad på vår översiktliga granskning.

INRIKTNING OCH OMFATTNING

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med RevR 6 *Bestyrkande av hållbarhetsredovisning* utgiven av Far. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för upprättandet av hållbarhetsredovisningen, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt IAASBs standarder för revision och kvalitetskontroll och god revisionssed i övrigt har. De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

De kriterier som vår granskning baseras på är de delar av ”Sustainability Reporting Guidelines, G3”, utgiven av The Global Reporting Initiative (GRI) som är tillämpliga för hållbarhetsredovisningen. Vi anser att dessa kriterier är lämpliga för upprättande av hållbarhetsredovisningen.

Vår översiktliga granskning har, utifrån en bedömning av väsentlighet och risk, bl a omfattat följande:

- Bedömning av kriteriernas lämplighet och tillämpning avseende intressenternas informationsbehov.
- Intervju med koncernchef & VD, personalchef samt ansvarig för hållbarhetsredovisningen i syfte att bedöma om den kvalitativa och kvantitativa informationen i hållbarhetsredovisningen är fullständig, riktig och tillräcklig.
- Att vi har tagit del av interna dokument för att bedöma om den rapporterade informationen är fullständig, riktig och tillräcklig.
- Genomgång på stickprovsbasis av underliggande dokumentation som legat till grund för hållbarhetsrelaterad information och data i hållbarhetsredovisningen.
- Besök på ALMIs huvudkontor där sammanställningen och kvalitetssäkringen av hållbarhetsrelaterad information och data utförs.
- Genomgång av kvalitativ information och uttalanden i hållbarhetsredovisningen.
- Bedömning av ALMIs uttalade tillämpningsnivå avseende GRIs riktlinjer.
- Övervägande av helhetsintrycket av hållbarhetsredovisningen, samt dess format, därvid övervägande av informationens inbördes överensstämmelse med tillämpliga kriterier.

SLUTSATS

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att hållbarhetsredovisningen inte, i allt väsentligt, är upprättad i enlighet med de ovan angivna kriterierna.

Stockholm den 25 mars 2011
KPMG AB

Stefan Holmström
Auktoriserad revisor

Jenny Fransson
Specialistmedlem i Far

EN STARK FRAMTIDSTRO

Vändningen i världsekonomin kom snabbare än vad många trodde vid årets början. Trots en hel del orosmoment som till exempel skuldsättningen i de så kallade PIG-länderna och nu närmast oroligheterna i arabvärlden, så har ekonomin stärkts och tillväxten åter tagit fart.

U r ett omvärldsperspektiv har Sverige många gånger lyfts fram som ett föredömligt exempel när det gäller hanteringen av lågkonjunkturen och finanskrisen. I det sammanhanget har ALMIs insatser definitivt varit betydelsefulla och bidragit till att återhämtningen i svensk ekonomi står i en klass för sig. ALMI fick ett stort, utökat uppdrag som sköttes bra. Med gemensamma krafter tog man sig an uppgiften som har krävt mycket av medarbetarna. Jag är övertygad om att ALMIs finansiering och rådgivning har bidragit till den positiva utvecklingen i ekonomin som vi nu ser.

Nu är det viktigt att inte nöjd luta sig tillbaka. Konkurrensen ifrån andra länder är stenhård, och den ökar. Svensk ekonomi är extremt beroende av omvärlden där vi är en liten del i ett stort sammanhang. Det är viktigt att vi lär och förstår. Att vi är öppna för andra kulturer istället för att bli introverta och självgoda. Sverige ska vara med och påverka omvärlden i den mån vi kan. Det innebär att skaffa bättre

kunskap om vår omvärld. För ALMIs del är internationella samarbeten viktiga, kanske främst på EU-nivå. När det gäller omvärldsbevakning kan vi inte göra för mycket.

Öppenheten och transparensen i dagens informationsamhälle är en möjlighet för många företag. Kunder kan enkelt skaffa information om priser och kvalitet via internet och svenska företag möter konkurrens från helt andra delar av världen än för bara några år sedan. Det ställer höga krav på att företagen ständigt arbetar med att stärka konkurrenskraften. På en politisk nivå är det viktigt att arbeta för att företagandet görs så enkelt som möjligt. Och till något positivt – vi behöver en starkt framtidstro.

HÅLLBAR UTVECKLING ÄR VIKTIGT

I en internationell jämförelse ligger Sverige långt fram beträffande hållbar utveckling. Den positionen måste vi stärka ytterligare. Klimatdimensionen är en tung och stor del i detta, men inte den enda. Det handlar också om hur företagen hanterar ekonomiska och sociala frågor.

»Att vi blir bättre på att ta hand om innovationer kan också kopplas till hållbar utveckling. Många innovationer handlar om morgondagens lösningar inom miljöteknik, energiförsörjning och så vidare. Regeringen har utlovat att en ny innovationsstrategi ska tas fram. Det arbetet har nu startat och väcker en hel del förhoppningar.«



Här ska ALMI vara ett föredöme inom alla områden; miljö, mångfald och det sociala. Framförallt är det viktigt att det finns ett hållbarhetstänk i den dagliga kontakten med kunderna. Genom att ge våra kunder vägledning inom hållbar utveckling inom deras företag ökar också möjligheterna för dem att bli långsiktigt framgångsrika. Ytterst handlar det om konkurrenskraft. Världens resurser är ändliga och det kommer att påverka oss alla i allt högre utsträckning. Med det perspektivet är det de klimatsmarta företagen som kommer att överleva på lång sikt.

ALMI ARBETAR FÖR MÅNGFALD

Ett annat perspektiv på hållbarhet är mångfald. Valutgången i Sverige gav upphov till en offentlig debatt om rasism. ALMI har fått ett förtydligt uppdrag att främja företagandet bland invandrare och lyfta fram de positiva effekter som kan uppnås genom att ta tillvara invandrarnas kompetens. Det finns också en samhällsekonomisk uppsida i att öka andelen kvinnor bland företagarna.

Att vi blir bättre på att ta hand om innovationer kan också kopplas

till hållbar utveckling. Många innovationer handlar om morgondagens lösningar inom miljöteknik, energiförsörjning och så vidare. Regeringen har utlovat att en ny innovationsstrategi ska tas fram. Det arbetet har nu startat och väcker en hel del förhoppningar. Efterfrågan på resurser för att ta hand om och utveckla idéer och innovationer är stor, större är tillgången. Inte minst ur ett hållbarhetsperspektiv är det viktigt att vi ser till att alla bärkraftiga idéer och innovationer får möjlighet att utvecklas till långsiktigt hållbara företag.

Även när det gäller ungdomar har ALMI en roll att fylla. Under det gångna året har ”Innovativa Unga” varit en av ett par prioriterade grupper inom ALMIs mentorprogram. ALMI bidrar också till verksamheten ”Ungt Företagande” på olika sätt. Sverige är dock inte bäst i klassen när det gäller ungdomsarbetslöshet. För ALMI är det en utmaning att bidra till en förbättring.

I det stora internationella sammanhanget är ALMI en mycket liten kugge i hjulet. Men för att påverka riktningen åt det håll vi vill i Sverige så är ALMIs verksamhet ytterst betydelsefull.

STYRELSEN



ELISABETH GAUFFIN
Ordförande

Ledamot av styrelsen sedan 2008
Egenföretagare, Lantbrukare,
Vice ordförande LRF
Utbildning: Agronom
Född 1959



OLA ASPLUND

Ledamot av styrelsen sedan 2004
Utredningschef vid IF Metall
Utbildning: Ekonomutbildning
Född 1953
Andra styrelseuppdrag: Rådet för
Näringsliv och Utveckling (UD),
Governance Board School of
Engineering – Blekinge Tekniska
Högskola, Sekreterare i Industri-
kommitténs programgrupp
för Industriell utveckling,
KK-stiftelsen (Stiftelsen för
Kunskap och Kompetens)
Övrigt: Ledamot av IVA
(Kungl. Ingenjörsvetenskapsakademien)



THOMAS BENGTSSON

Ledamot av styrelsen sedan 2008
Kansliråd
Utbildning: Ekon. Mag. (universiteten i
Lund och Karlstad),
Diplomutbildning företagsvärdering/
finansiering, (IFL HHS).
Född 1972
Andra styrelseuppdrag: AB Kärrets
Gård, Inlandsinnovation AB



JAN BERG

Ledamot av styrelsen sedan 2009
Egen konsulterande verksamhet
Utbildning: Civilingenjör
Född 1953
Andra styrelseuppdrag: Agentia Investment
Management AB, Specialfastigheter AB



LARS JANSSON

Personalrepresentant
Ledamot av styrelsen sedan 2009
Affärs- och innovationsrådgivare
Utbildning: Maskiningenjör
Född 1955
Andra styrelseuppdrag: Personalrepresentant
ALMI Företagspartner Gävleborg AB



MARITA SKOG

Ledamot av styrelsen sedan 2008
Regional utvecklingsdirektör,
landstinget Västernorrland
Utbildning: Master i naturvetenskap,
Uppsala universitet. Ledarskap, ekonomi,
juridik, Örebro högskola
Född 1958
Andra styrelseuppdrag: Ordförande i
Sveriges Skolledarförbund distriktsnivå Z,
Sveriges Skolledarförbund, Lärarutbildnings-
nämnden Mitthögskolan, Studieförbundet
Bilda Mittsverige.



MARIA MASOOMI

Ledamot av styrelsen sedan 2007
Utbildningar för sjukvårds- och
storkökspersonal
Utbildning: Dietist och kostekonom
Född 1965
Andra styrelseuppdrag: Ung Företagsamhet



BERTIL TÖRSÄTER

Ledamot av styrelsen sedan 2007
Regionutvecklingsdirektör
Utbildning: Byggnadsingenjör och Fil kand
Född 1949
Andra styrelseuppdrag: Göteborgs
Universitet, Innovatum Teknikpark,
Sahlgrenska Science Park,
Svenska Ostindiska Companiet



LARS-ERIK WIIK

Personalrepresentant
Ledamot av styrelsen sedan 2008
Finansieringsrådgivare
Utbildning: Business Controller
Född 1961
Andra styrelseuppdrag: ALMI Företagspartner
i Dalarna AB, Liljedal Entreprenad AB,
Dala Affärsutveckling AB

KONCERNLEDNINGEN



GÖRAN LUNDWALL

Vd och koncernchef
Utbildning: Fil.kand. Samhällsvetarlinjen
med inriktning ekonomi
Född 1961
Styrelseuppdrag: ALMI Företagspartner
Stockholm Sörmland AB,
IFS Rådgivning AB



ANNA HALLBERG

Vice vd och finansdirektör
Utbildning: Ekonomi & juridik,
Handelshögskolan i Göteborg
Född 1963
Styrelseuppdrag: Atrium Ljungberg AB,
Högskolan Väst,
ALMI Företagspartner Skåne AB,
ALMI Företagspartner Väst AB



LARS MÅRDRANT

Kommunikationsdirektör
Utbildning: Fil.kand. ekonomi med
inriktning på marknadsföring
Född 1959



MATS PHILIPSSON

Vd Almi Östergötland AB
Utbildning: Civilingenjör
Född 1962
Industriell ekonomi
Styrelseuppdrag: Ordförande Framtidsfrön



SARA WALLIN

Vd Almi Företagspartner Väst AB
 Utbildning: Marknadsföring, ekonomi/controller och psykologi på Göteborgs Universitet och IHM Business School
 Född 1971
 Styrelseuppdrag: Börssällskapet, Nyföretagarcentrum, Gothia Science Park



ANNA LUNDMARK LUNDBERG

Vd ALMI Företagspartner Värmland AB
 Utbildning: Utbildning inom ledarskap, förändringsarbete, marknadsföring, försäljning, juridik och ekonomi.
 Född 1967
 Styrelseuppdrag: Vice ordförande IUC Wermland AB



HANS-OLOF FRANZÉN

Vd ALMI Företagspartner Jönköping AB
 Utbildning: Fil.kand. MBA
 Född 1948



LARS LIMSETH

Vd ALMI Företagspartner Kalmar län AB
 Utbildning: Civilekonom
 Född 1958
 Styrelseuppdrag: Connect Sydost, Västervik Utvecklingscentrum, Coompanion Kalmar län, Whisky4u Scandinavia AB



STEN-ANDERS GUSTAFSSON

Vd ALMI Företagspartner Nord AB
 Utbildning: Maskiningenjör och företagsekonom
 Född 1950
 Styrelseuppdrag: Uminova Innovation, Coompanion Västerbotten

