

Ansökan om utbetalning - lokalt ledd utveckling

Slututbetalning

Du kan bara få stöd för godkända utgifter som uppstår efter att din ansökan om stöd kommit in till oss. Spara alla underlag för utgifterna i original såsom fakturor och betalningsbevis. Du kan läsa mer om stödet och vilka utgifter du kan få stöd för på Jordbruksverkets webbplats, www.jordbruksverket.se/stod.

Övergripande

Ansökan du söker slututbetalning för

2016-1542-18 Ansökan om projektstöd - Utveckling av glasstillverkning

Uppgifter om stödmottagare

Person eller Organisationsnummer	5569654543
Namn	Gula Paviljongen AB
Utdelningsadress	Nyholmsgatan 8
Postnummer	54332
Postort	TIBRO
c/o adress	
Telefonnummer - inklusive riktnummer	
Mobilnummer	0760332595
E-postadress	info@gulapaviljongen.se

Generella uppgifter om ansökan

Är du skyldig att redovisa moms för investeringen, projektet eller etableringen?

Ja

Kontaktpersoner

Kontaktperson Erik Lundgren

Namn	Erik Lundgren
Utdelningsadress	Nyholmsgatan 8
c/o adress	Nyholmsgatan 8
Postnummer	54332
Postort	Tibro

Telefonnummer	0708860987
E-postadress	erik@wettern.nu
Ansvarsområde	Projektledare

Kontaktperson Jonas Lundgren

Namn	Jonas Lundgren
Utdelningsadress	Nyholmsgatan 8
c/o adress	Nyholmsgatan 8
Postnummer	54332
Postort	Tibro
Telefonnummer	0702117024
E-postadress	info@wetternglass.se
Ansvarsområde	Ekonomi

Om utbetalningen

OM UTBETALNINGEN

Uppgifter om utbetalningen

Är du som stödmottagare skyldig att följa någon av upphandlingslagarna?

Svar: Nej

Försäkrar du att din organisation har riktlinjer för användning av direktupphandling?

Svar: Inte aktuellt

Försäkrar du att din organisation har dokumenterat skälen för direktupphandlingarna?

Svar: Inte aktuellt

Har du köpt in varor eller tjänster av samma slag i din övriga verksamhet som du redovisar i din ansökan om utbetalning?

Svar: Nej

Har du ansökt eller blivit beviljat undantag från kravet på betalningsbevis?

Svar: Nej

Genomförandet av investeringen eller projektet

Följer investeringen eller projektet ditt beslut om stöd?

Svar: Nej

Förklara

Svar: Pågrund av oförutsedd positiv utveckling har projektets längd justerats. Läs hela motiveringen till varför i bifogad fil motivering.txt.

Andra sökta och beviljade stöd

Har du beviljats andra stöd för utgifter som du tar upp i denna ansökan?

Svar: Nej

Har du sökt andra stöd som du ännu inte har fått beviljade för utgifter som du tar upp i denna ansökan?

Svar: Nej

SLUTREDOVISNING

Beskrivande uppgifter

Här ska ni kort och konkret beskriva ert projekt.

Svar: Projektets syfte har varit att etablera och utveckla en glassfabrik med egentillverkning för att på så sätt stärka och utveckla verksamheten, förlänga säsongen och anställa fler.

Varför ville ni genomföra projektet?

Svar: Projektet är en viktig del i utvecklingen av vår verksamhet. Om vi inte kunnat genomföra projektet hade vi ej haft möjlighet att utveckla glassfabriken samtidigt som caféverksamheten. Nu har båda delar av vår verksamhet kunnat utvecklas parallellt på ett mycket positivt sätt.

Var genomfördes projektet?

Svar: Glassfabriken har etablerats i Tibro kommun.

Vad har ni genomfört i projektet?

Svar: Vi har utvecklat en glasstillverkning med möjlighet att leverera både till oss själva och andra. Dessutom har vi utvecklat vårt egna varumärke Wetternglass som en del av projektet. Detta har varit en stor framgångsfaktor för ökad försäljning och besöksantal i vår caféverksamhet.

Vilka har genomfört projektet?

Svar: Vi har som projektägare genomfört projektet, delvis tillsammans med personal.

Vilka mål har ni haft i projektet?

Svar: Målet har varit att stärka och utveckla vår verksamhet från säsongsverksamhet till en verksamhet som är aktiv året om. Detta för att ge oss möjligheten att anställa, växa och utveckla vår existerande verksamhet.

Vilka resultat har projektet skapat?

Svar: Vi har nu en fullskalig komplett glassfabriken med möjlighet att tillgodose våra egna men även andras behov. Vår säsong har utökats från Maj-Sept 2015 till Mars-Dec 2017. Efterfrågan har varit stor och har deltagit på mässor och marknader men har även sålt direkt från fabrik inför t.ex jul och påsk. Under säsong 2017 sysselsatte glassfabriken 2-3 heltidsanställda. Vår fabrik har även gett oss möjligheten att leverera och producera till andra, detta har vi gjort med stor framgång. I mars 2017 började vi utveckla och leverera en variant av vår veganglass till ett större varumärke baserat i Stockholm. Under högsäsong för denna produktion (Aug-Dec) levererade vi löpande ca 3 pall á 575 kg / vecka från vår glassfabrik.

Med möjligheten att under denna utveckling även kunnat fokusera på utvecklingen av vårt glasscafé har vi mer än fördubblat antalet kunder från 2015 till 2017. Där har förmågan att marknadsföra och kommunicera vårt eget varumärke med egen tillverkning varit en stor avgörande framgångsfaktor. Under säsong 2017 beräknar vi antalet kunder till strax under 40.000 st.

Under denna period har våra kollegor på Moster Elins (glassförsäljning i Hjohamn) även ökat sin försäljning samt antal kunder. Vi kan således dra slutsatsen att vi istället för att attrahera redan existerande besökare lyckats skapa helt nya besökare som bidrar till besöksnäring, handel och gästnätter.

Under 2018 kommer vi till följd av detta göra en stor satsning på vår caféverksamhet. Vi öppnar inför säsongen 2018 två nya caféverksamheter, en mobilenhet som kommer röra sig under evenemang i Skaraborg samt utökar på förfrågan vår fabriksförsäljning i Tibro. Vi går då från att vara ca 6 st anställda 2015 till ca 32 st anställda 2018.

Hur har ni förankrat projektet?

Svar: Projektet för oss har varit väldigt tydligt, då omfattningen och bredden av projektet inte är så stort har vi kunnat fokusera på att genomföra de moment vi har på bästa sätt. Redan från start hade vi en tydlig bild av

vad vi ville uppnå och nu är vi där, men med en positiv utveckling över våra förväntningar. Lokala Leaderkontoret har även informerat om projektet i olika sammanhang.

Beskriv projektets tänkta målgrupp.

Svar: Projektet har två tydliga målgrupper. Nummer ett har varit att genom egen tillverkning och eget varumärke göra vår verksamhet mer attraktiv. För att således skapa fler besökare som bidrar till besöksnäring, handel och gästnätter. Nummer två har varit att öka antalet unga anställda vår verksamhet sysselsätter.

Har projektet även gynnat andra målgrupper? Beskriv i så fall vilka och på vilket sätt?

Svar: Genom att tillverkningen i glassfabriken varit betydligt högre än förväntat har detta i vissa fall gynnat våra leverantörer av råvaror markant. Då vi i största möjliga mån handlar från lokala leverantörer har detta gett positiva effekter för t.ex. North & South Fairtrade, Hjordnära, Askertorps ägg, Sörgårds mjölk m.fl.

Har ni genomfört projektet så som ni skrev i ansökan om stöd?

Svar: Nej

Beskriv vad som avviker jämfört med uppgifterna i ansökan.

Svar: Pågrund av oförutsedd positiv utveckling har projektets total budget inte uppnåts. För att ha likvid nog att växa under denna utveckling har en stor del av maskininvesteringen finansierats med leasing. Läs hela motiveringen till varför i bifogad fil motivering.txt.

Har ni samarbetat med andra i ert projekt?

Svar: Ja

Ange vilka andra aktörer ni samarbetat med för att nå projektets syfte och mål.

Svar: Grönsakshuset AB
Smaka på Västsverige
North & South Fairtrade
Gusto Classico

När bedömer ni att projektet ger full effekt?

Svar: Det har redan gett full effekt

Hur har ni spridit projektets resultat?

Svar: Genom våra sociala medier, besökande kunder och erkännanden i lokal media (både radio och tidning).

Hur har ni arbetat för att projektets resultat ska leva vidare efter att projektet avslutats?

Svar: Genom etableringen av nya caféverksamheter väntas en stor ökning av tillverkning i glassfabriken under kommande år. Vårt fokus är att förse oss själva i första hand.

Vilka erfarenheter har ni fått genom projektet?

Svar: Kunskapen att tillverka egen glass fanns inte innan projektet. Detta har vi lärt oss under projektets gång. Vi har även i takt med vår utveckling lärt oss mycket om hantering av personal, ekonomi under tillväxt och marknadsföring/kommunikation.

Har något gått bättre än planerat?

Svar: Allt har gått bättre än planerat då vi redan första året etablerade en återförsäljare som under lång tid köpt stora volymer. Detta har gjort att vår kompetens och erfarenhet av att producera stora volymer utvecklats mycket fort. Därför vågar vi nu investera tid och pengar i att etablera nya försäljningsenheter, med fokus att vidare utveckla dessa i samma takt som vårt existerande glasscafé i Hjo. Med denna utveckling har vår säsong förlängts, antalet sysselsatta ökat och hela vår verksamhet har stärkts.

Vilka svårigheter eller hinder har ni upplevt under projektets gång?

Svar: Våra största svårigheter har varit att hantera denna utveckling på bästa sätt. Höga volymer innebär stor ansträngning och kräver både tid och pengar. Vi var ej beredda på detta men har hanterat detta efter bästa förmåga. Jonas (pappa) har gått ner i tjänst för att hantera administration/ekonomi och vi har ökat antalet sysselsatta för att täcka vårt behov.

Hur fortsätter projektets verksamhet efter projektets slut?

Svar: Vi planerar att öka tillverkningen till oss själva och minska tillverkningen till externa köpare. På så sätt minimerar vi risken av att göra oss beroende av en stor kund. Vi vill utveckla och sälja våra egna produkter, i våra egna caféer, i Skaraborg.

Vilka rekommendationer skulle ni ge till andra som vill genomföra liknande projekt?

Svar: Att genomföra ett liknande projekt är en stor möjlighet för många mindre företagare, precis som vi. Det ger en trygghet i de ekonomiska satsningar man funderar på att göra och kan därför vara den sista "knuffen" för att våga förverkliga en idé.

Hade projektet genomförts även utan stöd?

Svar: Ja, men vid ett senare tillfälle och i mindre omfattning.

Motivera ditt svar.

Svar: Vi stod som sagt i valet att utveckla en egen glassfabrik eller fortsätta utveckla vår caféverksamhet. Projektet har gett oss möjligheten att göra båda satsningarna parallellt, något som varit väldigt viktigt för oss som endast har ca 3 månaders ordinarie försäljning / år. Vi hade genomfört projektet men först efter att vi utvecklat vår caféverksamhet. Nu fick vi möjligheten att göra både och.

Har stödet bidragit till att verksamhet finns kvar?

Svar: I hög grad

Motivera ditt svar.

Svar: Vi har med hjälp av projektet gått från att vara ett mindre säsongsbetonat företag till att bli ett företag i hög expansionstakt och med stora planer för framtiden.

Vilka effekter har projektet bidragit till? Du kan ange flera.

Svar: Ökad kompetens eller lärande, Nya samarbeten eller nätverk, Ny eller innovativ teknik, produkter eller tjänster, Ökad lönsamhet för ditt företag, Kortare leveranskedjor av livsmedel, En bättre miljö, Ett bättre klimat, Fler jobb, Utvecklingen av den lokala landsbygden

Uppföljning av ideella resurser

Hade ni med ideella resurser i projektet?

Svar: Ja

Beskriv det ideella arbetet.

Svar: Största delen av arbetet med iordningställandet av våra lokaler har utförts av oss själva, detta har varit i särklass den största posten för det ideellaarbetet. Utöver detta har vi konstant arbetat med kompetensutveckling, samarbeten, studiebesök och vårt eget lärande.

Hur stort blev värdet på det ideella arbete, som ingick i projektet?

Svar: 158400

Beskriv de övriga ideella resurserna.

Svar: Vi har använt våra egna fordon och administrativt drivit bolagen hemifrån.

Hur stort blev värdet på ideella resurser, som ingick i projektet?

Svar: 15000

Resultat för sysselsättning och nya företag

Hur många timmars sysselsättning per år, som är bestående efter projektets slut, har projektet skapat för kvinnor?

Svar: 5300

Motivera ditt svar.

Svar: Dessa siffror är baserade på 2017 års totalt utbetalda timmar för kvinnor anställda hos oss. Med vår expansion 2018 bör dessa siffror öka med ca 50%.

Hur många timmars sysselsättning per år, som är bestående efter projektets slut, har projektet skapat för män?

Svar: 450

Motivera ditt svar.

Svar: Dessa siffror är baserade på 2017 års totalt utbetalda timmar för män anställda hos oss. Med vår expansion 2018 bör dessa siffror öka med ca 50%.

Hur många nya företag har projektet skapat?

Svar: 0

Motivera ditt svar.

Svar: Inget ytterligare företag har skapats.

Resultat för indikatorer definierade av Jordbruksverket

Hur många nya produkter har projektet skapat?

Svar: 3

Motivera ditt svar.

Svar: Vår egna gräddglass, vår egna gelato samt en helt unik veganglass.

Hur många nya tjänster har projektet skapat?

Svar: 0

Motivera ditt svar.

Svar: Inga nya tjänster har skapats, men existerande har nyttjats.

Hur många nya fysiska anläggningar har projektet skapat?

Svar: 1

Motivera ditt svar.

Svar: Glassfabriken i Tibro. Till följd av.. bla bla bla. utveckling av café i Forsvik, utveckling av café i Karlsborg samt vår mobila försäljningsenhet.

Hur många nya fysiska mötesplatser har projektet skapat?

Svar: 1

Motivera ditt svar.

Svar: Fabriksförsäljningen vid glassfabriken i Tibro.... bla bla bla. café i Forsvik, café i Karlsborg samt vår mobila försäljningsenhet.

Hur många nya tekniker har projektet infört?

Svar: 0

Motivera ditt svar.

Svar: Inga nya tekniker har skapats.

Hur många nya fritids- och kulturverksamheter har projektet skapat?

Svar: 0

Motivera ditt svar.

Svar: Fritid- och kulturverksamheter har genomförts, dock ej bestående.

Hur många nya nätverk/samarbetskonstellationer har projektet skapat?

Svar: 0

Motivera ditt svar.

Svar: Inga nya har skapats.

Hur många nya virtuella mötesplatser har projektet skapat?**Svar:** 1**Motivera ditt svar.****Svar:** Vår egna webbplats.**Hur många nya dagsbesökare har projektet skapat?****Svar:** 20000**Motivera ditt svar.****Svar:** Det är ökningen av kunder i vårt glasscafé i Hjo under projekttiden. Det är nya kunder som inte "tagits" från existerande konkurrenter.**Hur många av nya besökare är turister?****Svar:** 19500**Motivera ditt svar.****Svar:** Vi uppskattar att majoriteten av våra besökare är turister.**Hur många nya övernattningar (gästnätter) har projektet skapat?****Svar:** 200**Motivera ditt svar.****Svar:** Vi uppskattar att 1% av våra besökare övernattar i Hjo.**Publicering av projektet**

Ange för- och efternamn**Svar:** Erik Lundgren**Ange telefonnummer****Svar:** 0708860987**Ange e-postadress****Svar:** erik@wettern.nu**Utgifter**

Nr	Underlagnr	Fakturanr	Fakturadatum	Betaldatum	Utgiftstyp	Leverantör	Beskrivning	Belopp (kr) **
1	1	269733	2016-03-13	2016-03-24	Investeringar	Primulator AB	Investering glassmaskin	91835.00
2	2	217520	2016-05-06	2016-05-11	Investeringar	Packoplock Scandinavia AB	Köksutrustning	597.00
3	3	9647718365	2016-05-03	2016-05-31	Investeringar	Conrad Elektronik AB	Köksutrustning	923.20
4	4	197133	2016-05-24	2016-06-13	Investeringar	VEGA Sverige AB	Köksutrustning	2536.00
5	5	270781	2016-05-25	2016-06-23	Investeringar	Primulator AB	Köksutrustning	1154.00
6	6	270917	2016-06-03	2016-07-01	Investeringar	Primulator AB	Köksutrustning	572.00
7	7	4167	2016-07-09	2016-07-25	Investeringar	Elon Hjo	Köksutrustning	799.20
8	8	17859122	2016-08-11	2016-08-19	Investeringar	Menigo Foodservice AB	Köksutrustning	933.58
9	9	200381108	2016-06-20	2016-09-14	Investeringar	PLZ Produkter AB	Köksutrustning	9188.75
10	10	612028611149	2016-12-09	2016-12-12	Investeringar	Jula Skövde	Köksutrustning	956.00
11	11	51612237571718908 2	2016-12-14	2017-01-09	Investeringar	Västergårdet Management AB	Köksutrustning	3635.00
12	12	138726	2016-12-16	2017-01-13	Investeringar	Nordic Pack Förpackningar AB	Köksutrustning	2721.59
13	13	264888	2017-02-01	2017-02-16	Investeringar	Packoplock Scandinavia AB	Köksutrustning	1646.00
14	14	18622637	2017-04-13	2017-04-24	Investeringar	Menigo	Köksutrustning	3634.91

15	15	2017-0003510	2017-04-21	2017-04-25	Investeringar	Foodservice AB		
16	16	2017-0003398	2017-04-20	2017-04-25	Investeringar	PS Auction AB	Köksutrustning	1040.00
17	17	54-16-3457	2016-05-03	2016-05-02	Investeringar	PS Auction AB	Köksutrustning	940.00
18	18	54-16-6399	2016-08-31	2016-08-30	Investeringar	unitedprint.com Sverige AB	Marknadsföringsmateriel	1552.32
19	19	2458	2016-09-29	2016-10-11	Investeringar	unitedprint.com Sverige AB		1714.19
20	20	2684	2017-02-13	2017-03-15	Investeringar	Tibro Reklamateljé AB	Marknadsföringsmateriel	5369.00
						Tibro Reklamateljé AB		3756.00

** Exklusive moms

Summa utgifter exklusive moms: 135503.74 kr

Dina redovisade utgifter har betaldatum mellan 2016-03-24 och 2017-04-25

Finansiering

Bilagor

Bifogade bilagor

- Annan bilaga: Motivering.docx
- Annan bilaga: Projektdagbok.pdf
- Godkännande - publicering av personuppgifter: godkannande.pdf

199103315959