

Välkommen till INVESTERINGARNA

Johan Tunhult

MODERATOR

www.menti.com

27 30 88 5

Jessica Skantze

SENIORKONSULT
FUTURE PLACE LEADERSHIP

Investeringar & platsattraktion

Framstegsdagen Region Gävleborg
Bollnäs, 12 september 2024

Future Place
Leadership™



Future Place Leadership



Jessica Skantze



Marcus Andersson

Vi är en nordisk data-driven som hjälper platser – städer, kommuner, regioner och länder – att attrahera och behålla kompetens och investeringar.



Business Attraction Management – locka och behålla investeringar



Nordic+ projekt – 22 partners från 6 länder

Fallstudier, erfarenhetsutbyte och samskapande (co-creation)

Med ett nordiskt perspektiv



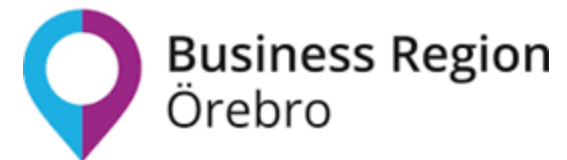
BUSINESS ATTRACTION MANAGEMENT FOR CITIES AND REGIONS

– Handbook of strategies, tools and activities



Future Place Leadership™

Urval av uppdragsgivare



Internationella & svenska trender

– Vad är viktigt att ha koll på?

WHITE PAPER

The future of investment promotion

How to become a world leading Investment Promotion Agency in 2025?

Place Leadership Academy

How can Europe attract next-generation inward investment?

EY Attractiveness Survey Europe
June 2023



...
The better the question. The better the answer.
The better the world works.

EY
Building a better working world

The Future of Investment Promotion

1. Investeringar följer talang
1. Digitala förmågor & infrastruktur
1. Hållbarhet, klimat och cirkulärt



“Sustainability is a purpose that attracts talents and FDI”

Anette Steenberg, Director of Investment Promotion, Copenhagen Capacity, the “Future of Investment Promotion” report, April 2021



Tio globala trender som påverkar platsers etableringsfrämjande



1. Tillgången till talang fortsätter att öka i betydelse
2. Digitaliseringen
3. Hållbarhet
4. **Distansarbete**
5. Ökad komplexitet i ekonomin
6. Ökande betydelse av entreprenörskap
7. **Krig och kriser**
8. Förändrade mönster för F&U
9. **“Re-shoring”**
10. Regionalisering & kluster – platsens betydelse ökar

Future Place
Leadership™

Svenska trender inom etableringsfrämjande

1. Professionalisering: Lågstanivån höjs snabbt – fler och fler kommuner arbetar proaktivt med tillgängliggöra mark och anslutningar – och regioner organiserar sig
2. Servicegrad och synlighet blir viktigare
3. Kommer proaktiv lead generation bli viktigare?



Svenska trender inom etableringsfrämjande

4. Kortare ledtider från investerarna – snabba svar krävs & mer krävande aktörer
5. Betydelsen av politisk riskvilja & förankring/enighet ökar för stora etableringar
6. Snabb teknisk utveckling & digitalisering – tex elektrifiering & autonoma fordon
7. Gränsen mellan FDI och inhemska investeringar suddas ut



Svenska trender inom etableringsfrämjande

8. Investeringarna blir mer komplexa, flera investerare och cirkulära system med beroendeförhållanden
9. Den nya industrin, datalagring och knutpunkter för e-handel kräver större lokaler och yta
10. Fler investerare söker ekonomiska incitament och offentlig delfinansiering?
11. Re-shoring – här för att stanna?





Photographer: Jens Perduco

The CPH 2025 Climate Plan

Copenhagen aims to be the world's first carbon-neutral capital city by 2025.



The CPH 2025 Climate Plan is based on four pillars:

- Energy Consumption
- Energy Production
- Mobility with reduced emissions
- City Administration Initiatives

Contact us



Green Transition

Create the next innovative solution for a sustainable future where green ambitions are the highest.

Frontrunners in Green Transition

#2

Sustainable Development Report, 2022

#1

Environmental Performance Index, 2022

#2

MIT's Green Future Index, 2022

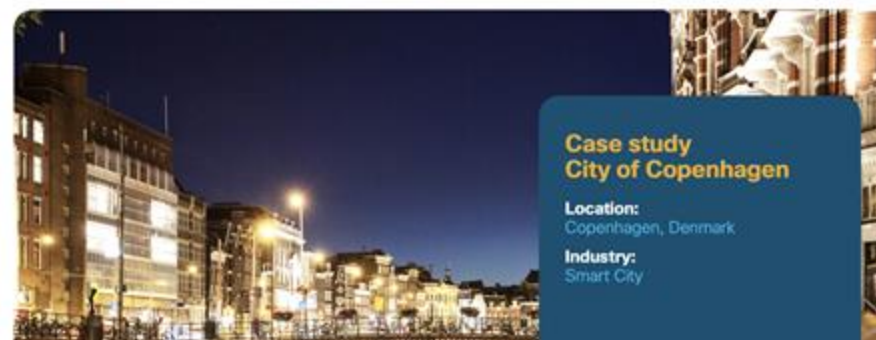
KÖPENHAMNS VARUMÄRKESBYGGANDE

“Challenge-driven investment promotion”

Case study
Disco public



Copenhagen Drives City Carbon Footprint Reductions and Enriches Citizen Experiences through Converged Digital Solutions



Case study
City of Copenhagen

Location:
Copenhagen, Denmark

Industry:
Smart City

Skellefteå

– vår gemensamma identitet.

Vad är det speciella med platsen Skellefteå? Och varför är den frågan viktig? Det kan du läsa om i den här boken. Den beskriver den bild av Skellefteå som nu ska spridas bland medborgare och omvärld – för att vi ska kunna fortsätta att växa och utvecklas. Platsens varumärke, eller vår gemensamma identitet, kan vi kalla det. Med en bild som inte bygger på särprälsen utan där alla kan känna sig inkluderade kan vi skapa förutsättningar för att så många krafter som möjligt samverkar för att göra Skellefteå ännu tydligare och attraktivare.

Alla medborgare har kunnat vara med och påverka grunderna i platsvarumärket. Och det är alla Skelleftebor tillsammans som äger bilden. Alla vi som bor i och pratar om Skellefteå i olika sammanhang. Alla tillsammans. Hoppas du vill vara med.



Stolthet eller fördom?

Älska Skellefteå. Hata Skellefteå. Gilla Skellefteå. Det spelar ingen roll att vi till ytan är Norrlands och Sveriges största kustkommun. Att vi har tydliga årstider, en rotad entreprenörskultur, passionerad befolkning och gott om rika naturtillgångar för både företagsamhet och livet i stort. Inte så länge vi inte vet varför vi är bra.

Kanske är det friheten att kunna välja och vraka som ibland gör att vi glömmar bort varför Skellefteå är bra. Eller ifrågasatta osanningar som över tid blivit konstruerade sanningar. För lika världsbläst som vi är på att tycka om saker, lika ofta pratar vi skit om var vi kommer ifrån.

Kan hända räcker det att lyssna på sig själv lite mer. Lägga tid på att lära känna platsen och vad det egentligen är vi strävar efter. En gemensam identitet gör det lättare att se vårt sanna ansikte. Och skapa en plats som är lättare att älska och svårare att hata. Ätminstone en plats vi alla håller med om att vi gillar.



SKELLEFTEÅS VARUMÄRKESBYGGANDE

En levande plats om 20 år. Eller inte.

Ska vi ha ett blomstrande näringsliv behöver vi företag. Ska vi ha en lönsam besöksnäring behöver vi turister. Om vi vill ge människor chansen att leva ut sina drömmar behöver vi människor. Det säger ju sig självt.

Sydney, Malmö, New York eller Skellefteå? Aldrig tidigare har världen varit större och alternativen fler. Men med en unison bild av oss själva kan ju Skellefteå bli ett ännu tydligare alternativ i konkurrensen. Och genom att stå enade kan vi skapa nya möjligheter för människor att forma det liv de vill ha. För redan nu har vi det mesta för att vara attraktiva. Rika naturtillgångar, korta avstånd, billiga bostäder och en sällsynt rotad kultur av kreativitet och entreprenörskap. Kan vi bara dra tajt åt samma håll, då kan vi se till att Skellefteå blir ännu mer valbart och levande i framtiden.



Northvolt

I Skellefteå finns den nya industrins växtplats!

Enligt Skellefteå kommun ska det byggas en ny och större industriområde i Skellefteå. Detta område ska byggas och byggas ut i flera etapper. Detta område ska byggas ut i flera etapper. Detta område ska byggas ut i flera etapper.

Skellefteå kommun ska bygga en ny och större industriområde i Skellefteå. Detta område ska byggas ut i flera etapper. Detta område ska byggas ut i flera etapper.

Skellefteå kommun ska bygga en ny och större industriområde i Skellefteå. Detta område ska byggas ut i flera etapper. Detta område ska byggas ut i flera etapper.

Case: Skellefteå & Northvolt

Northvolt i Skelleftå

Investering på cirka 30–35 miljarder kronor i en ny batterifabrik.

Fabriken beräknas fullt utbyggd kunna skapa upp till 4 000 nya arbetstillfällen.



Northvolt i Skellefteå

Varför Skellefteå?

- **Elförsörjning.** Kapacitet att till ett konkurrenskraftigt pris och på önskad tidsplan leverera tillräcklig mängd 100-procentig förnybar och koldioxidfri el för batteriproduktionen.
- **Marktillgång.** Tillräckligt stor yta i okontroversiellt läge.
- **Kompetensförsörjning.** Närhet till två universitet (Luleå och Umeå) samt ett lokalt campus med såväl universitets- som yrkeshögskoleutbildningar.
- Dessutom **erfarenhet av processindustri** inom regionen.



Future Place
Leadership™

Lärdomar från processen

1. **Varumärket** – “vi vill något”
1. Det **breda kommunala ägandet** med rådighet över viktiga områden.
1. **Attraktivitet:** Förståelse för behovet av – och resurser att genomföra – erforderliga investeringar i lokalsamhället.
1. **Bemötande:** Den lokala nivåns bemötande, tydligt ledarskap som visade att man verkligen var intresserad och kunde klara av att leverera.
1. **Stabil politisk situation.** Politisk enighet i frågan.



Case Regenergy Frövi AB, Lindesberg & Business Region Örebro

- *ett case av mottagande & regional-kommunal samverkan & orkestrering*



**Gröna industriprojekt– för framtidens industri, med
cirkulära och regenerativa lösningar**

Regenergy Frövi AB, Lindesberg

- Projektet kommer att bygga 20 hektar växthusodling som återvinner restvärme och koldioxid från industrin
- I en nästa fas så kan en fiskodling komma att anläggas som en andra verksamhet
- Förutom stora miljövinster så skapas cirka 220 nya heltidsjobb

Fakta

- Läge: Lindesbergs kommun
- Storlek på växthus: 20 hektar
- Storlek på fiskodling: 4 000 ton
- Årlig produktion av grönsaker: 15 000 ton
- Återvunnen energi: 50GWh per år
- Total återvinning och reduktion av koldioxid: 19 915 ton per år
- Antal nya heltidsjobb: 220
- Total investering och årlig tillväxt: 754 / 267 M SEK

Partners

BillerudKorsnäs

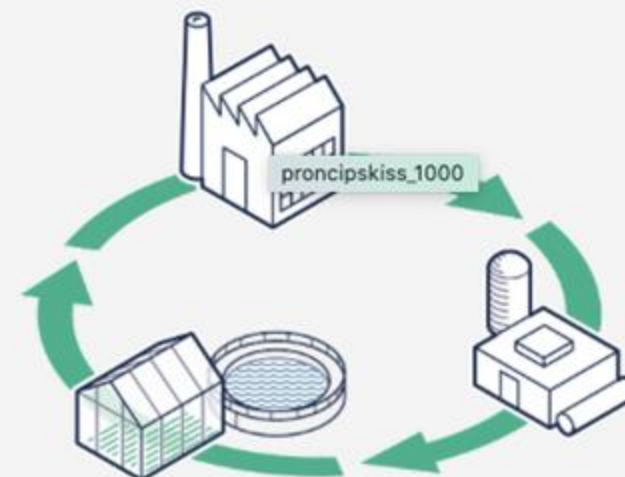
Världsledande leverantör av nyfiberbaserat förpackningsmaterial och har kunder i över 100 länder.

Local Harvest

Ny svensk växthusodlare för produktion av grönsaker

WA3RM

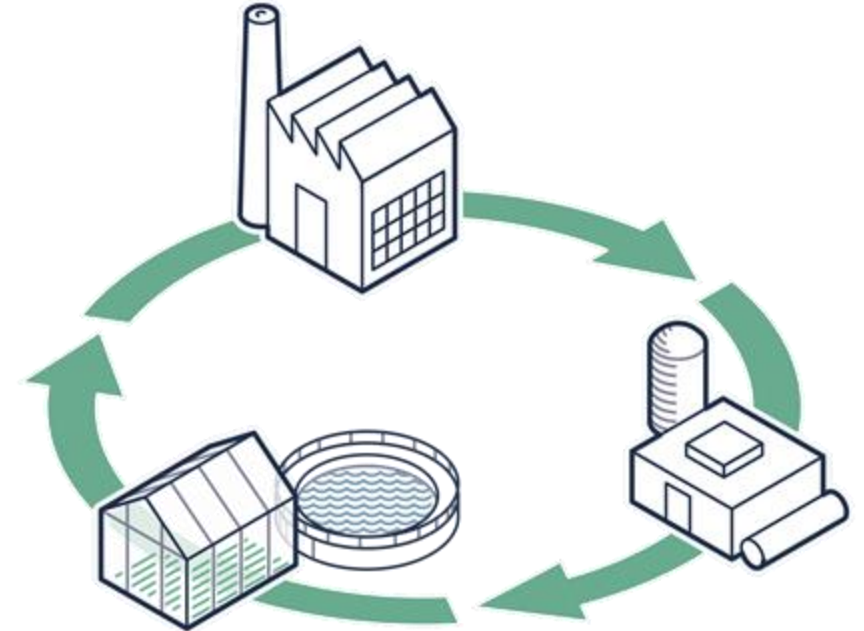
Utvecklare av regenerativa affärer



Kontakt för projektet: frovi@regenergy.se

Lärdomar från caset

- Business Region Örebro som mellanhand mellan investerare / fastighetsutvecklaren och kommunen
- Projektledning och samordning med alla delinvesterarare / operatörer
- BROs kunskap om exploateringsprocessen
- Bemötande och servicegrad
- Politisk förankring i Lindesbergs kommun, snabb hantering av mark, V&A, el
- Tidig markanvisning visade sig lyckosam – hjälpte WAR3M – och kommun hade plan B
- Lobbying kring finansiering och stöd
- Gemensam vision tidigt och förankra i alla led
- Relationen kommun – Business Region Örebro, respekt för att kommunen är uppdragsgivare





RELOCATION SERVICES

smart move

THE GREATER ÖREBRO AREA

WE WANT YOU

INTERNATIONAL SCHOOLS

TA

THIS IS ÖRE

High Coast Invest (HCI)

Case: Regionala & kommunala ägare

HCI - Regionala och kommunala ägare



Fördelar

- Det finns finansiering för en permanent verksamhet vilket gör det möjligt att arbeta mer strategiskt och långsiktigt.
- Samverkan mellan BizMakers alla affärsområden gör det möjligt att nyttja varandras kompetens och nätverk för att skapa industriell symbios och ett starkare erbjudande.
- Gemensamma marknadsföringsinsatser kan få bredare räckvidd och är dessutom mer kostnadseffektivt.

Vad kan Gävleborg lära av detta och vad händer framåt kring det investeringsfrämjande arbetet i länet?

Malin Schönning

STRATEG

REGION GÄVLEBORG

Mimmi Ekström Malin Rosén

OCKELBO KOMMUN

Bilderna som följer är ett värdeerbjudande till företag som är intresserade av att etablera sig på Tegelbruket i Ockelbo

Framstegsdagen 2024

Platsens betydelse



An aerial photograph of the town of Ockelbo, Sweden, situated along a large lake. The town features a mix of residential buildings, including houses with red roofs and white facades, interspersed with green trees. In the background, there are rolling green hills under a sky with scattered white clouds. On the left side of the image, a semi-transparent green map of Sweden is overlaid, with a red location pin marking the town's position.

Ockelbo

- Väx med oss!

Ett växande industriområde med plats för fler

Vi erbjuder

3,3 hektar detaljplanerad verksamhetsmark

Förmånligt markpris

Elområde 2 med tillgång till grön el

Strategisk placering med närhet till E4, E16 och hamn

Ockelboandan!

Industriområde i expansion



Vi etablerade oss i Ockelbo för att det ligger geografiskt lämpligt till. Förutsättningarna här är fantastiska och att få nya grannar skulle medföra goda synergier på platsen
– Anders Eriksson, platschef John Deere Forestry



JOHN DEERE

Centralt placerade i en expansiv region

Vägar: 272, närhet till E16 och E4

Järnväg: Norra stambanan.
Gävle - 23 min, Stockholm - 1 timme och 50 min

Flygplats: Arlanda – 1 timme och 50 min

Hamn: Gävle – 40 min

Goda pendlingsmöjligheter



TÅG
0 h



ARLANDA
1 h & 50
min



E16 & E4
30 min, resp
20 min



GÄVLE
HAMN
40 min



ELOMRÅDE
2



VIND
KRAFT
182 verk

Fem skäl att välja Ockelbo



Länets bästa företagsklimat



Liten kommun, korta beslutsvägar



Ni blir en betydande aktör på platsen och i samhället



God tillgång till grön el tack vare 182 vindkraftverk



Tillgänglig mark, i strategiskt läge, till ett bra pris



OCKELBO ANDAN



BEMÖTANDE



SAMVERKAN



ENGAGEMANG

Ockelboandan är på riktigt. Den innebär ett förhållningssätt där "revirtänkande" inte gagnar någon, utan där företag samarbetar med kundens bästa i fokus. Det vi inte kan lösa ensamma, löser vi tillsammans – Roine Andersson & Carina Stjärnlöw, ägare Forma Plast AB

FORMA PLAST



För att vara en attraktiv kommun krävs en offensiv markpolitik och politiskt mod. För mig innebär det att vi som förtroendevalda måste ha modet att våga tänka nytt och utmana gamla tankesätt

- Magnus Jonsson, Kommunstyrelsens ordförande (S)

Långväga kunder förvånas över det varma och lösningsorienterade bemötandet från våra bybor och företagare. Det goda bemötandet, som är ett naturligt inslag i kommunen, imponerar, och flera av kunderna vill komma åter och stanna lite längre nästa gång

- Martin Gunnarsson, Sustainabil




SUSTAINABIL

Närhet till utbildning och kompetens

Inom 2 timmar nås

- Högskolan i Gävle
- Högskolan Dalarna
- Uppsala universitet
- Stockholms högskolor och universitet

På plats i Ockelbo

- Vuxenutbildning
- Goda möjligheter till jobbspår anpassade efter de lokala företagens behov



Nyfiken på att veta mer? Kontakta oss!

Vi ser fram emot att berätta mer om Ockelbo, det härliga driv som finns i vår kommun, svara på era frågor och hjälpa er genom etableringsprocessen.

Bli en del av växtkraften i Ockelbo – kontakta oss!

Mimmi Ekström, Näringslivschef
070-160 41 04

Malin Rosén, Näringslivsutvecklare
070-414 14 43

E-post: naringsliv@ockelbo.se



Tack!