

UTVECKLING



MÖJLIGHET

IDÉ

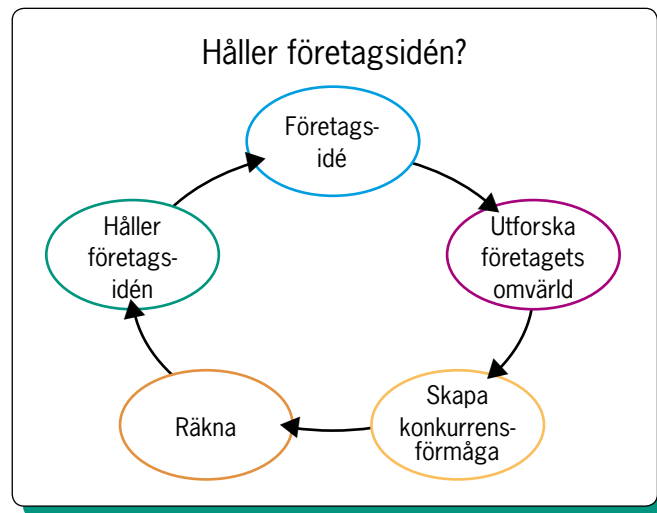
AFFÄRSPLAN EN FÖRSTA SKISS

FÖRBEREDA EGET FÖRETAG – EN UTVECKLINGSPROCESS

Du själv som företagare

Att driva eget företag är spännande och en stor utmaning – det är ett sätt att leva. Att vara egen företagare innebär frihet, men också personligt ansvar för alla beslut som rör företaget.

Även om du har väl genomarbetade företagsplaner så har förstås din egen förmåga och dina personliga förutsättningar stor betydelse för framgångarna. Gå igenom frågorna under rubriken *Är du ett med din företagsidé* på ALMIs hemsida, www.almi.se! Med hjälp av ett antal frågor kan du pröva om du som person passar för den företags-satsning som du tänkt dig.



Gör din affärsplan

I detta arbetsmaterial visar vi på att man kan göra sina förberedelser i en viss ordning. Då är det också störst möjlighet att man arbetar med det som är väsentligt. Det är också just den information som banker och andra granskare kommer att fråga efter. Följ punkterna nedan! Se bilden!

- 1. Utgå från din preliminära företagsidé!**
- 2. Undersök det blivande företagets omvärld**, dvs. kunder, marknad och konkurrenter!
- 3. Utforma företaget så att det får konkurrensförmåga!** Produkten, marknadsföringen, den effektiva verksamheten mm.
- 4. Räkna, d v s gör budget!** Blir verksamheten lönsam? Får du tag i de pengar som behövs för verksamheten?
- Är du nu beredd att bestämma dig för att företagsidén håller, eller behöver du **justera företagsplanerna**. Kanske behöver du göra ännu en omgång av förberedelsekedjan från 1 till 5. Så småningom känner du om underlaget är tillräckligt bra för att du skall kunna **bestämma dig för att starta eller inte starta**. Håller din företagsidé – formulera den då som ditt företags **affärsidé**. När du sedan driver företaget finns det anledning att ibland ompröva affärsidén.

1 Företagsidé

Du utgår från en preliminär idé om vad du skall ha för verksamhet, vad du skall erbjuda för produkt eller tjänst. Kalla det en företagsidé. Säg t ex att det är ett krukmakeri för bruksföremål. Eller är det försäljning av industriförnödenheter?

2 Utforska företagets omvärld

Nu skall företagsidén undersökas. Finns det egentligen förutsättningar att bygga ett företag på den idén? Fundera på vad det är för kunder. Vad har de för behov, värderingar, köpkraft mm av betydelse. Kan du urskilja olika kundkategorier med olika behov, värderingar etc?

Marknaden, det är egentligen det samlade antalet tänkbara kunder och deras köpkraft. Vilket geografiskt område skall du bearbeta? Vilken bransch? Vad är den totala köpkraften? Vad blir din andel?

Marknaden är sällan stabil. Vad kan förändras? Mode? Teknik? Beroende av politiska beslut? Blir ditt företag beroende av speciella regler och tillstånd?

Vilka är konkurrenterna? Vad vet du om konkurrenternas produkt eller tjänst. Vad gör konkurrenterna bra och vad gör de mindre bra? Kan du bli bättre? Hur mycket säljer konkurrenterna? Vad är deras marknadsandelar?

Vad finns det för tillståndskrav eller regler som styr den typ av företag du tänker dig? Hur påverkar det förutsättningarna?

3 Skapa konkurrensförmåga

Ju mer man vet om företagets omvärld, desto bättre kan man utforma det företag som skall bli framgångsrikt.

Hur skall produkten eller tjänsten utformas så att den tilltalar kunden? Vilka priser skall du hålla? Hur skall produkten eller tjänsten komma kunden tillhanda? Hur skall du påverka kunden att upptäcka Dig? Är det genom annonser, reklamblad, personlig påverkan eller vad? Hur är det med din och personalens kompetens och framtoning? Passar du själv för företagsidén? Hur kan du uppnå att kundens alla kontakter med dig, ditt företag, produkten/tjänsten ger kunden en så positiv känsla/upplevelse att kunden återkommer? Att bygga upp en kundstock av återköpande kunder är bra för lönsamheten.

Självfallet måste produktionen av varorna eller tillhandahållandet av varorna eller tjänsterna vara tillräckligt effektiv för att det skall gå att konkurrera. Skulle det kosta mer än för konkurrenterna så är ju risken att lönsamheten blir för dålig.

Har du redan kontakt med tänkbara kunder? Har du knutit bra leverantörskontakter? Kanske har du tänkt Dig ett samarbete med andra företag för att få speciella konkurrensfördelar?

4 A – D Räkna! Gör budget!

Börja med att göra en **försäljningsbudget**. Eftersom du tagit reda på en del om marknadens storlek, kunders köpbeteenden mm kan du bedöma hur mycket du kan sälja under ett år. Givetvis tar du också reda på inköpskostnaden för de varor du säljer och de underleverantörer du behöver anlita för att kunna fullfölja din leverans (t.ex. tvättkostnader för det hotell du skall driva).

Kan du dela upp i ”försäljningsområden” får du en bättre möjlighet att komma nära verkligheten. Ta cykelhandlaren som exempel!

Försäljning 1. Bedöm försäljningsciffran för cyklar och vad inköpen av cyklar kostar. Observera att det är inköpskostnaderna för de cyklar som du säljer (rörliga kostnader) och inte de som du därutöver köpt in till varulagret.

Försäljning 2. Bedöm försäljning av reparationer (försäljning av ”timmar”) plus försäljning av reservdelar, därefter kostnader för inköp av de reservdelar du levererar med reparationerna (rörliga kostnader). Praktiskt går du tillväga på det viset att du tar reda på från branschen hur stor andel av försäljningssumman som reservdelskostnaden brukar vara i genomsnitt.

När du har bedömt försäljningens storlek får du en uppfattning om det blivande företagets ”storlek”, behovet av varulager, behov av lokalutrymmen, utrustning mm.

Det leder oss till nästa steg, Kapitalbehov/Finansiering – att tänka

igenom vad vi behöver pengar till i starten och var de skall komma ifrån. Att veta exakt hur mycket pengar som behövs fordrar en hel del undersökningar och beräkningar. Den första beräkningen får bli ganska grov. Senare kan den göras noggrannare.

Beräkna alltså hur stort kapital du måste ha tillgång till innan du kan starta verksamheten och ta hand om dina första kunder. Alltså – **vad behöver du pengar till?** Behöver du ändra lokalerna? Hur mycket kostar maskiner och inventarier? Hur stort varulager behövs i starten? Räkna också med att det behövs extra rörelsekapital i starten för alla de utbetalningar som måste göras innan pengar kommer från kunderna. När du köper in varor och inventarier i starten behöver du också ligga ute med moms, även om det är under en kortare tid.

Var skall pengarna komma ifrån till företagsstarten? Sätter du in egna pengar? Hur mycket måste du låna?

Nu kan **resultatbudgeten** göras färdig. Försäljningsbudget med tillhörande kostnader för varu- och materialinköp, rörliga kostnader, har vi redan gjort. Det återstår att bedöma övriga kostnader, fasta kostnader, i tur och ordning i arbetsmaterialets resultatbudget. Slutligen får du fram det budgeterade resultatet.

I resultatbudgeten skall inte finnas någon moms.

När företaget har startat och bedriver verksamhet kommer pengar att flyta ut och in. Att i förväg beräkna dessa penningströmmar, d.v.s. göra en likviditetsbudget, kan du göra nu om du vill vara noggrann med bedömningen av kapitalbehovet. Du kan läsa mer om det i nästa textavsnitt.

Vill du räkna i Excel? Använd mallen *Budgetskiss*.

5 Justera företagsidén

Blev resultatet bra eller mindre bra? Blev det stor förlust är det kanske ingen bra företagsidé. Men troligare är att du måste börja om igen i förberedelseprocessen genom att fundera på marknadsförutsättningarna och tänka igenom hur du skall få kunderna intresserade av ditt företag och ditt erbjudande.

Lägg märke till att förberedelsepunkterna från 1 till 5 kommer tillbaka i arbetsmaterialets rubriker.

Vill du arbeta direkt i datorn? Hämta Word-mall på ALMIs hemsida för att skriva din Första skiss till affärsplan och Excel-mall, Budgetskiss, för att göra budgeten.

Du kan naturligtvis också skriva din affärsplan utan mall, men utgå gärna från struktur och rubriker i ALMI-mallarna.

4D Likviditetsbudget – om betalningar

Hur tillgången till kontanta pengar, likviditeten, kommer att bli under startperioden, är ofta helt avgörande för företagsstartningen. Brist på pengar när de behövs omedelbart är som en snara runt halsen.

Pengar från kunderna

Planera för en god likviditet innan du startar! Det är en besvärlig tid innan försäljningen kommer igång och pengarna flyter in i företaget. Först och främst gäller det att finna de kunder som vi snabbast kan få att köpa och betala. Satsa på kunder som betalar nu – kontant betalning! I vissa företagssammanhang går det till och med att få förskottsbetalning! Se upp med kunder som gärna köper men aldrig betalar. Ta en personupplysning/kreditupplysning! Fakturera snabbt om du inte kan få kontant betalning! Kan du delfakturera större jobb så gör det! Lämna inte längre kundkredit än vad som är vanligt i branschen!

Inget onödigt

Försök få leverantörskrediter! Ibland går det faktiskt trots att man är nystartare. Fortsätt Din ”magra” företagsstart med att dra ner på allt som kostar i onödan under åtminstone det första året.

Kör med egen bil och ta ut milersättning från företaget. Ta inte ut mer än den milersättning som är ”skattefri”. Är det möjligt att ordna lokalerna och inredningen med eget hantverk utan att det sänker kvaliteten på resultatet? Släkt och vänner kanske hjälper till vid ”toppar” i starten. Kan du låna utrustning i stället för att köpa? Kan du köpa begagnat lika gärna som nytt? Kan vissa investeringar vänta? Avväg noga hur mycket varor du skall köpa in. I vissa sammanhang är det möjligt att sälja varor på kommission, dvs. leverantören äger dem tills de är sålda.

Försörjningen

Den egna försörjningen innebär oftast stora utbetalningar från företaget. Kan du leva på andra inkomster under en period? Har familjen som helhet inkomster så att det går att klara sig en tid? Är du arbetslös kan du kanske få stöd för start av näringsverksamhet, s.k. Starta Eget – bidrag från Arbetsförmedlingen. www.amv.se.

Skatt och lån

Tala med Din ekonomirådgivare när du skall lämna in Din skatte- och avgiftsanmälan till Skatteverket. Se till att betalning av preliminär F-skatt och moms i största möjliga utsträckning följer den verkliga utvecklingen i företaget.

Skall du söka lån så försök få amorteringsfrihet under den första tiden. Kontokredit (checkkredit) kan vara lämplig av det skälet att företaget utnyttjar krediten om det behövs och betalar tillbaka när det kommer in pengar till företaget.

Rörelsekapital ordnas ofta genom fakturabelåning/factoring. Bank eller annat kreditinstitut lånar ut, kanske 75% av fakturabeloppet, mot att de tar över fakturorna och fakturerar Dina kunder. Tänk igenom om det fungerar just i företagsstarten och om det är säsongsvängningar i företaget.

Gör det på annat sätt

Vissa företagssatsningar måste kanske omprövas helt för att pengarna inte kommer att räcka till. Det kan finnas andra sätt att lägga upp planerna. Närmare samarbete med andra företag, kombination med annan verksamhet, kombinera anställning och företag på fritiden osv. Gå igenom möjligheterna med Din rådgivare!

Likviditetsplan och kunskaper

För att kunna göra en likviditetsbudget krävs en del grundkunskaper. Kontakta ALMI för information om kurser.

Skall du boka rådgivning hos ALMI Företagspartner, Nyföretagarcentrum eller annan – **ta med dig din första skiss till affärsplan och din ”budgetskiss”!**

Söker du lån hos ALMI och i bank – bifoga en affärsplan!

En mall som är särskilt anpassad till presentation finner du på ALMIs hemsida – *Fördjupat arbete med affärsplan*. Kombinera den med tillhörande Budgetmall!

Lycka till med förberedelserna!

Betalning av skatter och avgifter

Aktiebolag. Arbetsgivaravgift och preliminärskatt (A-skatt) räknas som en procentandel av utbetalda löner och betalas till skattekontot månaden efter löneutbetalningen. Eventuell preliminär F-skatt (bolagsskatt) betalas också månadsvis.

Enskild firma. Preliminär F-skatt betalas månadsvis. Egenavgift, preliminär ägarskatt och preliminär moms ingår i preliminär F-skatt för företag med en årsförsäljning på max en miljon kronor.

Vid högre omsättning sker momsredovisning månadsvis grundad på gjorda inköp och genomförd försäljning. Den preliminära F-skatten innehåller då enbart preliminär ägarskatt och preliminär egenavgift.

Från Skattekontoret eller via www.skatteverket.se kan du få broschyren ”Så fyller du i Skatte- och avgiftsanmälan” som innehåller mer information om skatter och avgifter. Se även www.foretagsregistrering.se!

Affärsplan – en första skiss

Företaget

Affärsplanen färdigställd datum: _____

Företagsnamn: _____

Postadress: _____

Besöksadress: _____

Organisationsnr: _____ Företagsform: _____

Kontaktperson: _____ Fax: _____

Företagstelefon: _____ Mobiltelefon: _____

Webbadress: _____ E-post: _____

Bankförbindelse och kontaktperson: _____

Revisor, redovisningskonsult el dyl.: _____

Verksamhet. Beskriv verksamheten med några få ord t.ex. *Mekanisk verkstad, Butik för barnkläder, Videouthyrning.*

Sammanfattning. Sammanfatta hela företagssatsningen i några meningar! Ange t.ex. verksamhetens inriktning och organisation, verksamhetsort och lokalisering på orten, när företaget planeras starta, lite om bakgrund för satsningen och ägarens skäl att starta eller delägarnas skäl att satsa tillsammans. *Exempel: Med två anställda startar jag reklamtryckeri i Blånarps by med lokaler på norra Industriområdet. Starten beräknas ske i oktober. Med femton år bakom mig som reklamsäljare och konkurs hos min arbetsgivare är detta ett tillfälle att genomföra en plan jag burit på länge. De anställda kommer från samma tryckeri som jag.*

Delägare. Namn på alla delägare, deras ägarandel och deras arbetsuppgift och arbetstid i företaget. (Personuppgifter, bakgrund och dylikt på nästa sida. Ett ex per delägare!) Notera om kompanjonavtal finns.

Rådgivare, t.ex. personkontakt på ALMI eller Nyföretagarcentrum:

Personuppgifter

Namn: _____ Personnummer: _____

Bostadsadress: _____ Bostadstelefon: _____

Postnr och ort: _____ Telefax: _____

E-post: _____ Mobiltelefon: _____

Yrke och anställningar. Utbildning. Skriv gärna i tidsföljd!

Vilka av dina yrkes- och branschereferenser och vilken utbildning har särskild betydelse för företagssatsningen?

Vad gör du för närvarande? *T.ex. Anställd, Arbetslös, Egen företagare, Studerar.*

Vad pekar på att du har goda företagaregenskaper och kunskaper om företagande?

Referens: _____

Beskriv personkontakter och kontaktnät som har särskild betydelse för ditt företagande.

Har du deltagit i företagsutbildning av något slag? I så fall vilken _____

Vision. Beskriv den egna rollen och företaget så som du önskar att det blir om fem år! *T.ex. golvläggare utan anställda eller tillverkning i A-stad med 12 anställda och 25% exportförsäljning med mig själv som säljriktad VD.*

1. Företagsidé/affärsidé

Sammanfatta i några få ord vad företagets verksamhet skall bestå i! Ange vad som är företagets produkt/tjänst och vilka kundkategorier företaget skall sälja till. Vad är företagets speciella styrka i konkurrensen om kunderna?

2. Företagets omvärld

Kunder. Beskriv kunderna närmare! Är det speciella kategorier? Vilka köpvanor har de? Vilken köpkraft? Beskriv de kundbehov som företaget skall tillgodose! Bedöm om möjligt försäljningen per kundkategori! Summan blir försäljning i resultatbudgeten.

Marknad

Inom vilket geografiskt område eller bransch skall produkterna/tjänsterna säljas? _____

Hur stor är marknaden i antal kunder, mätt i volym eller i kronor? _____

Vilken marknadsandel får det egna företaget, grovt bedömt? _____

Krävs det något tillstånd, godkännande eller dyl. för din verksamhet? _____

Hur bedömer du att marknaden kommer att förändras de närmaste åren när det gäller exempelvis teknik, trender, köpbeteende, strömningar i samhället eller annat som har betydelse för din företagssatsning?

Konkurrens. Vilka är de svåraste konkurrenterna? Vad är deras respektive styrka och svaghet? Vilken marknadsandel har de? Om det inte finns konkurrenter – hur löser kunderna sitt behov/problem på annat sätt?

3. Hur företaget blir konkurrenskraftigt och effektivt

Produkt = vara eller tjänst. Beskriv din produkt! Stämmer den med kundbehoven? Ange fördelar och nackdelar jämfört med konkurrenterna! Notera om det finns patent, mönsterskydd eller dylikt! Kan verksamheten delas upp i tydliga produktområden? (Skall Du göra resultatbudgeten per produktområde? Ex.: Cykelhandlaren har områdena reparation resp cykelförsäljning.)

Säljorganisation. Hur skall företagets **produkt** säljas och komma kunden tillhanda – levereras? Är det genom egen butik, via grossist, postorder, Internet, genom egen direktkontakt med kunderna, via säljbolag, återförsäljare, agenter eller på annat sätt? Om det är en **tjänst** som företaget skall sälja och tillhandahålla/utföra – beskriv hur det skall ske!

Marknadsbearbetning. Hur skall marknaden bearbetas/informas om företagets produkt? Är det genom personlig försäljning, reklam, PR, Internet eller på annat sätt? Ange om du har en bilaga med en mera detaljerad plan för marknadsaktiviteterna.

Pris

Vilken prisnivå skall du hålla? Hur kommer nivån att vara jämförd med konkurrenterna?

Rabatter? Kundkrediter? _____

Lokaler och läge som konkurrensmedel

Vilken betydelse har lokalerna och läget i konkurrensen? _____

Beskriv hur lokalerna och exteriören skall utformas på ett säljfrämjande sätt! _____

Person och personal. Har du som företagare personliga egenskaper, kompetens, kontaktnät eller annat som ger särskilda konkurrensfördelar? Finns det hos övriga delägare eller anställda sådana förhållanden som ger speciella konkurrensfördelar? Finns såväl kompetens om produkten som förmåga att skapa goda kundrelationer?

Främsta konkurrensmedlet. Vad kommer främst att ge ditt företag konkurrensförmåga? Är det produkten som är unik? Är det ditt sätt att sälja och bearbeta marknaden? Är det priset, du själv som person eller annat?

Effektiv verksamhet. Beskriv kort företagets produktion/verksamhet! Kommentera dina förutsättningar att driva verksamheten, t.ex. tillverkningen eller varuhanteringen, lika effektivt som konkurrenterna och helst bättre! Skall du t.ex. ha en mer arbetsintensiv verksamhet än konkurrenterna? Skall du använda effektivare utrustning? Kan transportererna skötas effektivt etc?

Resurser. Lokalbehov vad gäller yta och annat. Vilken hyra? Finns hyresavtal? Behov av utrustning, inventarier och personal. Ange resp. tjänsts arbetsuppgifter, kompetenskrav och lönenivå! Notera anskaffningspris för utrustning! Det utgör underlag för kapitalbehovsberäkning och beräkning av avskrivning i resultatbudgeten.

Lokalbehov: _____

Hyra: _____

Utrustning, maskiner etc: _____

Personal: _____

4 B. Kapitalbehov och finansiering. Belopp i tusental kronor exkl. moms

Det här behöver jag pengar till i företagsstarten: (Kapitalbehov: Rörelsekapital och Investeringar)	
lordningställande av lokaler. Ombyggnad, inredning	
Inventarier: maskiner, verktyg, dator mm.	
Utrustning som skall användas i flera år	
Marknadsföringsmaterial. T.ex. skyltar och broschyrer	
Varulager. "Startlager" till inköpspris	
Likvida medel. Tillgång till pengar i kassa och bank.	
Extra rörelsekapital i starten i väntan på pengar från kunderna.	

Moms på ovanstående inköp	
Reserv för oförutsett	
Summa:	
Pengarna ordnar jag på följande sätt: (Finansiering)	
Egen och kompanjoners insats i form av pengar. (Insatt utrustning – se nedan!)	
Banklån: _____ + Factoring/Kontokredit: _____ =	
ALMI-lån	
Annan finansiering, närmare bestämt: _____	
Summa (Samma som summa behov av pengar)	

Ägare sätter in följande utrustning i företaget (ingår inte i kapitalbehovet ovan):

Utrustningens värde: _____ kronor

Utrustning som finansieras med leasing: _____

Om leasad utrustning hade köpts in skulle den ha kostat: _____ kronor

Leasing finns inte i uppställningen här ovan utan leasingavgiften tas med i resultatbudgeten som övrig kostnad.

4 D. Likviditetsbudget. Månad 1 – 6

Belopp i tusental kronor	Månad						
		1	2	3	4	5	6

Inbetalningar exkl. moms

Inbetalningar från kunder 1	Moms %:						
Inbetalningar från kunder 2	Moms %:						
Inbetalningar från kunder 3	Moms %:						
Egen insättning av pengar							
Kontokredit. Checkkredit							
Lån							

Utgående moms							
Momsbetalning från skatteverket							
Summa inbetalningar							

Utbetalningar exkl. moms

Betalning-leverantörer 1	Moms %:						
Betalning-leverantörer 2	Moms %:						
Betalning-leverantörer 3	Moms %:						
Anställdas nettolön							
Ägares nettolön (vid AB)							
Preliminär a-skatt och sociala avgifter							
Ägaruttag (enskild firma eller handelsbolag)							
Preliminär F-skatt							
Ägares/företagares frivilliga personförsäkring							
Summa övr. kostnader (i resultatbudgeten)							
Investeringar. Lokaler							
Investeringar. Inventarier, utrustning							

Räntor							
Amortering							
Ingående moms							
Momsbetalning till skatteverket							
Summa utbetalningar							

Likviditetsförändring

Ingående kassa							
Summa inbetalningar							
Summa utbetalningar							
Utgående kassa							

Kommentarer

4 D. Likviditetsbudget. Månad 7 – 12

Belopp i tusental kronor	Månad	7	8	9	10	11	12

Inbetalningar exkl. moms

Inbetalningar från kunder 1	Moms %:						
Inbetalningar från kunder 2	Moms %:						
Inbetalningar från kunder 3	Moms %:						
Egen insättning av pengar							
Kontokredit. Checkkredit							
Lån							

Utgående moms							
Momsbetalning från skatteverket							
Summa inbetalningar							

Utbetalningar exkl. moms

Betalning-leverantörer 1	Moms %:						
Betalning-leverantörer 2	Moms %:						
Betalning-leverantörer 3	Moms %:						
Anställdas nettolön							
Ägares nettolön (vid AB)							
Preliminär a-skatt och sociala avgifter							
Ägaruttag (enskild firma eller handelsbolag)							
Preliminär F-skatt							
Ägares/företagares frivilliga personförsäkr.							
Summa övr. kostnader (i resultatbudgeten)							
Investeringar. Lokaler							
Investeringar. Inventarier, utrustning							

Räntor							
Amortering							
Ingående moms							
Momsbetalning till skatteverket							
Summa utbetalningar							

Likviditetsförändring

Ingående kassa							
Summa inbetalningar							
Summa utbetalningar							
Utgående kassa							

Kommentarer



ALMIs uppdrag är att skapa tillväxt och förnyelse i näringslivet genom finansiering i kombination med affärsutveckling. Målet är att fler innovativa idéer kommersialiseras framgångsrikt, att fler livskraftiga företag startas och utvecklas samt att fler företag ökar sin konkurrenskraft och tillväxt.

ALMI Företagspartner Blekinge AB

Ronnebygatan 46, 371 33 Karlskrona
Tel: 0455-33 51 00 Fax 0455-807 86
E-post: info.blekinge@almi.se

ALMI Företagspartner Dalarna AB

Teknikdalen, Forskargatan 3, 781 70 Borlänge
Tel: 0243-737 00 Fax 0243-737 10
E-post: info.dalarna@almi.se

ALMI Företagspartner Gotland AB

Cramérgatan 1, 621 57 Visby
Tel: 0498-20 22 00 Fax 0498-20 22 15
E-post: info.gotland@almi.se

ALMI Företagspartner Gävleborg AB

Nygatan 12, Box 1399, 801 38 Gävle
Tel: 026-66 36 60 Fax 026-66 36 70
E-post: info.gavleborg@almi.se

ALMI Företagspartner Halland AB

Slottsmöllan, 302 31 Halmstad
Tel: 035-15 38 00 Fax 035-15 38 01
Västra Vallgatan 39, 432 41 Varberg
Tel: 0340-67 50 25 Fax 0340-69 71 52
E-post: info.halland@almi.se

ALMI Företagspartner Jämtland AB

Prästgatan 39, Box 656, 831 27 Östersund
Tel: 063-57 11 00 Fax 063-57 11 40
E-post: info.jamtland@almi.se

ALMI Företagspartner Jönköping AB

Klubbhusgatan 13, 553 03 Jönköping
Tel: 036-30 65 00 Fax 036-30 65 10
E-post: info.jonkoping@almi.se

ALMI Företagspartner Kalmar län AB

Hantverksgatan 1, 572 30 Oskarshamn
Tel: 0491-858 00 Fax 0491-841 84
E-post: info.kalmar@almi.se

ALMI Företagspartner Kronoberg AB

Kungsgatan 10, Box 1501, 351 15 Växjö
Tel: 0470-230 40 Fax 0470-279 37
E-post: info.kronoberg@almi.se

ALMI Företagspartner Norrbotten AB

Köpmangatan 42, Box 905, 971 27 Luleå
Tel: 0920-379 00 Fax 0920-609 22
E-post: info.norrbotten@almi.se

ALMI Företagspartner Skåne AB

Baltzarsgatan 22, 211 36 Malmö
Tel: 040-660 39 00 Fax 040-23 44 05
Rönnowsgatan 8, 252 25 Helsingborg
Tel: 042-26 90 10 Fax 042-26 90 19

V. Storgatan 51A, 291 31 Kristianstad
Tel: 044-18 74 00 Fax 044-18 74 09

Sixten Sparres gata 1, 271 39 Ystad
Tel: 0411-137 10

E-post: info.skane@almi.se

ALMI Företagspartner Stockholm AB

Drottninggatan 97, Box 6198,
102 33 Stockholm
Tel: 08-458 14 00 Fax 08-33 01 04
E-post: info.stockholm@almi.se

ALMI Företagspartner Sörmland AB

Västra Kvarngatan 62, 611 32 Nyköping
Tel: 0155-45 10 70 Fax 0155-45 10 77

Munktell Science Park

Portgatan 3, 633 42 Eskilstuna
Tel: 016-541 10 90 Fax 016-541 10 99

Vingåkersvägen 18, 641 51 Katrineholm
Tel: 0150-36 10 60 Fax 0150-48 87 70
E-post: info.sormland@almi.se

ALMI Företagspartner Uppsala AB

Axel Johanssons gata 4-6, Kristallen,
754 51 Uppsala
Tel: 018-18 52 00 Fax 018-18 52 10
E-post: info.uppsala@almi.se

ALMI Företagspartner Värmland AB

Lagergrens gata 2, Box 356, 651 08 Karlstad
Tel: 054-14 93 50 Fax 054-18 92 78
E-post: info.varmland@almi.se

ALMI Företagspartner Väst AB

Maskingatan 5, Box 8794, 402 67 Göteborg
Tel: 031-779 79 00 Fax 031-779 06 85

Olovsholmsgatan 32, 506 34 Borås
Tel: 033-20 68 00 Fax 033-20 68 01

Högskolevägen 6A, 541 45 Skövde
Tel: 0500-44 62 00 Fax 0500-44 62 01

Nohabgatan 12, Box 907, 461 29 Trollhättan
Tel: 0520-894 00 Fax 0520-894 01
E-post: info.vast@almi.se

ALMI Företagspartner Västerbotten AB

Box 1027, 901 20 Umeå
Tel: 090-10 07 70 Fax 090-12 86 96

Hörnellgatan 17, 931 30 Skellefteå
Tel: 0910-71 15 80 Fax 0910-71 15 90
E-post: info.vasterbotten@almi.se

ALMI Företagspartner Västernorrland AB

Tullportsgatan 2, Box 84, 871 22 Härnösand
Tel: 0611-55 78 00 Fax 0611-55 78 01

Strandgatan 21, Box 866, 891 18 Örnsköldsvik
Tel: 0611-55 78 08
E-post: info.vasternorrland@almi.se

ALMI Företagspartner Västmanland AB

Stora Gatan 16, 722 12 Västerås
Tel: 021-10 78 10 Fax 021-10 78 39
E-post: info.vastmanland@almi.se

ALMI Företagspartner Örebro AB

Rudbecksgatan 26, Box 8023, 700 08 Örebro
Tel: 019-17 48 00 Fax 019-17 48 30
E-post: info.orebro@almi.se

ALMI Företagspartner Östergötland AB

Platensgatan 29, Box 1224, 581 12 Linköping
Tel: 013-20 07 00 Fax 013-31 35 34
E-post: info.ostergotland@almi.se

www.almi.se