

# Slutrapport

## Leverantörsombudsperson, 230920

Natalja Bockstiegel, projektledare, natalja.bockstiegel@helsingborg.se

### Sammanfatta projektets grundidé, mål, aktiviteter och partners/medverkande?

Grundidén med Leverantörsombudsmannen utgår från utvecklingsområdena ”Livskvalitet” & ”Företagsamhet” med insikten av att det finns en stark koppling däremellan.

#### Syfte & mål

Vi vill ha fler jobb i Familjen Helsingborg och vi vill att det lokala näringslivet frodas och växer. Vi vill att människor och företag som finns i närheten ska kunna leva och agera i ett tryggt samhälle. Vi vill även ha en stark kompetensförsörjning i Sverige. Samtidigt upplever Europa och inte minst Sverige en förändrad demografi där andelen av invånare som står långt från arbetsmarknaden har ökat. Det finns en större andel bidragstagare. Samtidigt minskar anslagen till offentlig sektor. Världsläget har medfört en ekonomisk sårbarhet, inte minst för företagare. Reglerna för offentlig upphandling bygger på EU-direktiv inom konkurrensrätten som utgör en viktig del i arbetet med att främja fri rörlighet för varor och tjänster inom EU. Inom offentliga inköp ska man, utöver rent ekonomisk hållbarhet, ta stor hänsyn och agera för att främja social hållbarhet och innovation. Strategisk användning av offentliga inköp är en prioriterad fråga, såväl nationellt som regionalt. Den offentliga sektorns affärer utgör en betydande marknad och omsätter ca 900 miljarder per år i Sverige och ca 10 miljarder i Familjen Helsingborg. I den offentliga köpkraften finns potential och en dynamik som kan bidra till en resurseffektivitet och till att offentlig sektor når sina mål rörande frågor såsom, ekonomisk tillväxt, näringslivssamarbete och sysselsättning.

Leverantörsombudspersonen ska arbeta för att det lokala näringslivet i blir bättre på att ta del av de offentliga affärerna och underlätta för företag i Familjen Helsingborg att lämna anbud – här eller i en annan del av Sverige och bidra till att öka anställningar i vårt område. Upphandlingslagarna ger stora möjligheter, och i vissa fall skyldigheter, att ställa såväl sociala som miljömässiga hållbarhetskrav.

Offentliga aktörer som statliga myndigheter, kommuner och regioner står för en betydande del av landets inköp och har på så sätt stora möjligheter att påverka marknaden och utbudet. Det skapar möjlighet att rikta inköp mot sociala företag och också ställa krav på sysselsättning i ”vanliga” inköp och avtal. Social Trade har växt som en egen ekonomisk sektor inom EU där sociala företag och idéburen sektor driver företag vars främsta syfte är samhällsnytta. Sveriges kommuner och regioner har pekat ut sociala företag och idéburen sektor som en del i lösningen av våra samhällsutmaningar med utanförskap. I Sverige har vi ett mindre antal sociala företag och en idéburen sektor som historiskt förlitat sig till stor del på bidrag från offentlig sektor. Ett exempel på ett socialt företag är den Yallatrappan i Malmö.

Leverantörsombudspersonen vill öka möjligheten för sociala företag & idéburen sektor att bli leverantörer till offentlig sektor utifrån den ekonomiska utgångspunkten behov och efterfrågan. Här ligger möjligheten till en förflyttning från bidrag till företagsamhet och en affär. Projektets aktiviteter kan sammanfattas från

start i två övergripande områden som mynnar ut i ett mindre tredje med insikten av att det finns en stor vikt att börja med sig själv men mer om det längre ner. De två initiala områdena först. Näringslivet Under projektet har Leverantörsombudsmannen genomfört flertalet inledande dialoger och informationsträffar med näringslivet. Under hösten 2022 deltog Inköpsavdelningen på småföretagarnas träff på Dunkers kulturhus där cirka 70 småföretagare var representerade, för att tillsammans med branschorganisationen prata om hur även småföretagare kan ta del av de offentliga affärerna. Träffen har vidare resulterat i ett stort fortsatt intresse från branschorganisationen och en önskan om fortsatt samarbete. Under första del av 2023 deltog leverantörsombudsmannen på en motsvarande träff med småföretagarna i Höganäs där ca 50 företagare var representerade. Samarbeten har etablerats med Näringsliv Ängelholm och inköpsenheten i staden. Som mynnat ut i två separata informationsträffar med näringslivet där man kunnat nå runt 100 småföretagare. Leverantörsombudsmannen har även haft dialog med Småföretagarna, Helsingborgs företagsgrupper & Cityföreningen. Det har resulterat i en gemensam vilja att samarbeta framåt. Direktupphandling lyfts som en möjlighet för småföretagare att kunna göra affärer med Familjen Helsingborg. Företag som vill bli leverantörer till staden och presentera sina affärsidéer uppfattar ingen självklar och tydlig ingång till relevanta funktioner och personer i Familjen Helsingborg. Det gäller både sociala företag och andra delar av näringslivet. Familjen Helsingborgs traineer får i uppdrag att under våren 2022 utvecklat en plattform där företag kan pitcha sina idéer och erbjudanden.

### **Resultat:**

- Näringslivet har tagit del av verktyg för att kunna påverka sin möjlighet att kunna göra affärer med staden. Var ser man upphandlingar? Hur gör jag? Hur marknadsför jag mig inom offentlig sektor?
- Näringslivet har fått kunskap om offentlig organisation och kontaktvägar
- Näringslivet har fått mer kunskap om offentliga inköp
- Näringslivet visar intresse av frågan & vill fortsätta samarbete
- Direktupphandlingar (under 700 000) väcker intresse och erbjuder en mer flexibel möjlighet för småföretagare
- Fler lokala företag kontaktar Inköp
- Digital plattform som binder samman företag och offentlig sektor. Win-win för båda parter
- Näringslivet har visat ett intresse av att anställa personer som står långt från arbetsmarknaden men behöver stöd.

### **Sociala företag, idéburen sektor & sysselsättning**

Under år 2022 har leverantörsombudsmannen deltagit i SKR:s projektet ”Utvecklingsnätverk Sociala företag”. Helsingborg är en av 12 kommuner som deltagit i projektet som letts av Sveriges Kommuner och Regioner (SKR). Utvecklingsnätverket har finansierats av Europeiska socialfonden (ESF). Syftet har varit att utveckla kunskap och strukturer avseende socialt företagande med särskilt fokus på att använda offentliga inköp som verktyg för att främja framväxten av sociala företag. Enligt regeringens nationella strategi för sociala företag baserar sociala företag sin affärsverksamhet på en eller flera samhällsutmaningar och kännetecknas av att deras affärer är ett medel för att skapa samhällsnytta, de mäter sina resultat i samhällsnyttiga mål och det mesta av överskottet går tillbaka till verksamheten. Samarbete och kontakter med företag är en förutsättning för att människor ska komma i sysselsättning. Ett välmående näringsliv skapar arbeten och arbetsplatser. Det finns en historik i offentlig sektor där man tidigare betalar för arbetsplatser. Leverantörsombudsmannen presenterade möjligheterna för Arbetsmarknadsnätverket i Familjen Helsingborg att kunna arbeta med sysselsättning och utanförskap genom att använda sig av både

befintliga avtal och att strategisk kunna rikta sina inköp för att minska utanförskap. Även vad gäller företagskontakterna. Under H22 startade Helsingborgs stad ett samarbete med DoMore (DM), en satsning att kunna integrera människor på arbetsmarknaden. Leverantörsombudsmannen kunde identifiera DM som ett socialt företag. Eftersom offentliga inköp ger stort utrymme för affärer med sociala företag som tar sig an samhällsutmaningar ledde samarbetet till en upphandling av Brunch, lunch och middag. DM har idag anställt cirka 50 personer i Helsingborgs stad.

### **Resultat:**

- Avtal med ett socialt företag med fokus på sysselsättning samt anställningar
- ESF-projekt på SFF där företagskontakterna är befintliga leverantörer och fokus ligger på ungdomar och praktikplatser
- AMF avser att använda sig av stadens befintliga leverantörer med fokus på ungdomar och praktik
- Visat intresse från idéburna aktörer som har för avsikt att starta sociala företag
- Arbete med föreningars möjligheter att bli underleverantörer till stadens befintliga leverantörer
- Ny upphandling med fokus på sociala företag
- Skrivningar om socialt företagande i stadens nya riktlinjer för inköp och upphandling
- Skrivningar om socialt företagande och offentlig upphandling i den nya lokala överenskommelsen mellan Helsingborgs stad och föreningslivet
- Ett test och en rapport av enskilda dialoger med 14 aktörer från civilsamhället
- En bättre extern struktur för samarbete med sociala företag
- Tre större konferenser och träffar för information och dialog för att föra in ett nytt perspektiv där aktörer från den idéburna sektorn kan börja se sig själva som affärspartner till staden och som leverantörer av varor och tjänster som staden behöver
- En rad pågående enskilda dialoger internt och externt med syfte att leta nya affärer mellan staden och sociala företag
- Samarbete med socialt företag i Ängelholm
- Ny policy och nya riktlinjer

Kommunfullmäktige i Helsingborg tog den 15 mars 2022 beslut om stadens nya policy för inköp och upphandling och de nya riktlinjerna kopplade till den. Formuleringarna föreslogs av projektet och det är glädjande att stadens politiska ledning nu står bakom dem. Nedan finns skrivningarna i de nya riktlinjerna som har bäring för projektet. I stadens struktur för styrdokument är riktlinjer den mest konkreta nivån och anger ”absoluta gränser och ska-krav”.

”Genom att samverka med stadens leverantörer i inköps- och upphandlingsprocessen skapar vi möjligheter för invånare med svag förankring på arbetsmarknaden att nå anställning och självförsörjning. /.../ Staden har ett särskilt fokus på att göra fler affärer med leverantörer som tar socialt ansvar genom att integrera människor på arbetsmarknaden. Det kan till exempel göras genom att använda utvärderingskriterier som kopplar till detta, använda lagen om offentlig upphandling till reserverade upphandlingar eller ställa krav på leverantörers dialog med civilsamhälle och sociala företag under avtalsperioden.”

Utvecklingen av tydlighet i skrivningar blir uppenbar då vi jämför med versionen från 2017 som då hette tillämpningsanvisningar:

”Vid offentliga upphandlingar ska det i lämpliga fall ges ett erbjudande till företagen att få möjlighet att bli samhällsbyggare och ta ett ökat socialt ansvar.”

Projektet har tagit styrdokumentet från ett passivt förhållningssätt – stadens leverantörer ska bli erbjudna att ta ett socialt ansvar – till ett aktivt och offensivt förhållningssätt: Staden har nu ett särskilt fokus på att göra fler affärer med leverantörer som integrerar människor på arbetsmarknaden.

#### • Ny Lokal överenskommelse

Under 2022 har den lokala överenskommelsen mellan Helsingborgs stad och föreningslivet reviderats. Den 20 november medverkade projektet i den årliga föreningskonferensen för att presentera den helt nya delen av överenskommelsen – om samverkan genom affärer: ”Ett viktigt och växande perspektiv på offentlig verksamhets samverkan med civilsamhället handlar om att stärka och utveckla civilsamhället genom offentliga affärer. Om nya aktörer från idéburen sektor blir leverantörer av varor och tjänster genom offentliga upphandlingar stärks deras ekonomi och därmed deras möjligheter att skapa samhällsnytta. Tillsammans kan staden och föreningslivet utforska möjligheter, öka kunskapen, och skapa förutsättningar avseende upphandlingsförfarande samt utveckla uppdragsformer som förbättrar möjligheterna för den idéburna sektorn att medverka till mångfald och alternativa utföranden av produkter och tjänster.”!

### Interna arbetssätt & processer

Som det nämndes tidigare finns det en stor vinst i att titta en del på sig själv samtidigt som eller lite innan man jobbar på för att kika lite på sina egna förutsättningar och utmaningar. I projektet har det varit viktigt att kunna blicka in i den egna organisationen och analysera vårt arbetssätt och följande frågor har ställts:

- Hur når vi ut till beställare på förvaltningar och pratar om inköp?
- Hur ser VI på inköp och upphandling?
- Vad tänker vi om sekretess?
- Har vi tankar om jäv?
- Pratar vi affären med näringslivet?
- Hur ser vårt samarbete ut?
- Har vi gemensamma strategier för inköp?
- Vad skulle vi kunna göra bättre?
- Pratar vi affären och pengar med Näringslivet?
- Hur ser vi på vårt behov av inköp ur ett strategiskt perspektiv? Är behovet kanske både plasthandskar och samtidigt sysselsättningsplaster?

Styrgruppen för projektet består (ursprungligen) av: Maria Norrby, arbetsmarknadsdirektör i Helsingborg samt ordförande i styrgruppen för Helsingborg i SKR:s utvecklingsnätverk för sociala företag Claes Malmberg, affärsutvecklare, näringsliv- och destinationsutveckling Camilla Alfredsson, inköpschef Helsingborgs stad. Arbetsgruppen består (ursprungligen) av: Eva-Lotta Bergström, näringsliv- och destinationsavdelningen Ann Abrahamsson, projektledare, arbetsmarknadsförvaltningen Leverantörsombudspersonen, inköpsenheten, Helsingborgs stad

## Har de planerade målen/effekterna av projektet uppnåtts? 0=nej 1=några 2=ja

Svar 2

## Uppge vilka som uppnåtts och inte uppnåtts. Gör en analys - vad ligger bakom att effekter uppnåddes och/eller inte uppnåddes?

Det finns ett intresse hos företagare för att kunna ta del av de offentliga affärerna. Helst in en ekonomiskt sårbar tid. Vidare har även den sociala ekonomin & idéburen sektor börjat se möjligheter i att röra sig från bidragstagande till affären. Om man får kunskap om nya möjligheter och får verktygen kan man se möjligheterna i offentliga affären. Både internt och externt. Den stora utmaningen har varit målet att nå ut till många sociala företag. Efter en närmare undersökning har det varit svårt att hitta sociala företag och man har då lagt fokus på de effekter man kunnat uppnå med existerande sociala företag och samtidigt att föra in ett nytt perspektiv där aktörer från den idéburna sektorn kan börja se sig själva som affärspartner till staden och som leverantörer av varor och tjänster som staden behöver.

## Har parterna i projektet deltagit som planerat? 0=nej 1=delvis 2=ja

Svar 1

## Sammanfatta med ord hur deltagandet fungerat

En del omorganisationer har skett i samband med projektet och det kan vara anledningen till lägre deltagande.

## Har projektet kunnat hålla tidplanen? 0=nej 1=delvis 2=ja

Svar 2

## Gör en kort analys om svaret är Nej eller Delvis.

Svaranden hoppade över denna fråga

## Har projektet kunnat hålla budget? 0=nej 1=ja 2=ja+medel över

Svar 1

## Redogör kort för hur den ekonomiska projekthanteringen fungerat. Samt anledningar till att ni inte kunnat hålla budget?

Enligt budget.

## Ekonomisk redovisning

Ja, vi har skickat en ekonomisk redovisning för projektet på kontonivå till [info@familjenhelsingborg.se](mailto:info@familjenhelsingborg.se)

## Har projektet fått stor spridning i Familjen? 0=mindre 1=enligt plan 2=större

Svar 1

## **Gör en kort analys av varför spridningen inom Familjen lyckats eller inte lyckats.**

Kommuner i Familjen Helsingborg kan ha olika fokusområden. Det har även inom kommunerna skett omorganisationer. Projektet har även bedrivits under deltid. Det är även bra att ta hänsyn till att utveckling och nya arbetssätt tar tid.

## **Om projektet uppmärksammats utanför Familjen Helsingborg ska du sammanfatta det här. Inkludera gärna länkar eller skicka information i separat mail till [info@familjenhelsingborg.se](mailto:info@familjenhelsingborg.se)**

Genom deltagande i SKR- projektet har vårt arbete fått spridning och fångat ett intresse hos flertal kommuner. SVT har visat ett stort intresse av vårt arbete med sociala företag och det finns idag ett fortsatt arbete med Mölndal.

## **Hur kommer resultatet av projektet påverka framtiden? Det kan både handla om insatser som blir en del av den ordinarie verksamhet i kommunerna eller handla om en engångsinsats i projektet som kommer sätta avtryck framöver.**

Vi lever i en snabb och föränderlig värld där samhället har sett skiftningar i demografin, där digitaliseringen förändrar våra arbetssätt och där vi har stora informationsflöden. Vi ser ett ökat behov av sysselsättning, trygghet och kompetensbehov. Samtidigt finns där en större ekonomisk sårbarhet med minskade medel till offentlig sektor & ett näringsliv som ska kunna växa och utvecklas över tid. Inte minst för att vi ska kunna ha en god livskvalitet och leva i ett tryggt samhälle. Vi har utmaningar. Vi har även har stora möjligheter. Den offentliga affären står för ca 20% av Sveriges BNP. I Familjen Helsingborg gör vi affärer för ca 10 miljarder kronor per år vilket är ca 40% av en kommuns totala budget. Den offentliga affären kan stötta innovation, bidra till ökad sysselsättning, lokalt näringsliv och trygghetsaspekten. Det finns även en dynamik i offentlig köpkraft samt förflyttningen från bidrag till affären i det som avser arbetsmarknaden, den ideella sektorn och sociala företag. Vi kan använda våra resurser på nya och ekonomiskt effektiva sätt och använda affären som nyckeln för att kunna bidra till att lösa våra utmaningar.

## **Lärdomar! I sammanfattning, vad har ni lärt er av detta projektet? Både kring projektets innehåll och kring att driva test- och utvecklingsprojekt genom Familjen Helsingborg. Vad behöver vi ta med oss i Familjensamarbetet inför framtiden?**

Utveckling är en process och kan ibland ta tid. Det en fördel om projektet går i linje med Familjens fokusområden. Det skapas en motivation att hitta lösningar och ett engagemang.