

Remissvar: Norrtälje kommuns handlingsplan för näringslivsstrategi 2025–2030

Företagarna Roslagen har tagit del av Norrtälje kommuns **handlingsplan för näringslivsstrategin 2025–2030** och välkomnar kommunens ambition att stärka det lokala företagsklimatet. Handlingsplanen täcker in flera områden som är viktiga för våra medlemmar – från service och myndighetsutövning till kompetensförsörjning och dialog. Vi uppskattar att planen har tagits fram i samverkan med näringslivet och att den anknyter till kommunens övergripande mål att vara företagsvänlig. Nedan följer våra kommentarer punkt för punkt kring varje föreslagna åtgärd, strukturerat under respektive målområde. Vi lyfter det vi anser är positivt, samt ger konstruktiva förslag på förtydliganden, förbättringar eller kompletteringar där vi ser att något kan utvecklas ytterligare ur ett företagarperspektiv.

Målområde 1: Effektiv service och myndighetsutövning

- **Åtgärd 1.1 – Fortsatt utveckling av företagslotsen:** Det är **mycket bra** att kommunen stärker företagslotsfunktionen för att underlätta företagens kontakt med rätt tjänstepersoner. En samordnad lots kan minska frustration och väntetider, vilket gagnar företagsklimatet. Vi föreslår att man tydligt **marknadsför** den uppgraderade lotsen till företag i hela kommunen (inklusive landsbygd) så att fler känner till den. Säkerställ också att lotsen följer upp ärenden och återkopplar till företagen, så att ingen "faller mellan stolarna". Detta initiativ ligger helt i linje med Företagarnas rekommendationer om att kommunen ska ha ett **hjälpamt förhållningssätt** i myndighetskontakter – i mötet med kommunen formas mycket av företagens upplevelse av företagsklimatet.
- **Åtgärd 1.2 – Implementera regelbunden uppföljning av företagsärenden:** Vi **stödjer** förslaget att systematiskt följa upp inkomna företagsärenden. Att kontinuerligt identifiera förbättringsområden i handläggning och bemötande tyder på en sund självinsikt och vilja till förbättring. För att maximera nyttan föreslår vi att resultaten från uppföljningarna **kommuniceras** både internt och till företagen – visa att kommunen lyssnar och vidtar åtgärder. Detta ökar företagens förtroende. Koppla även uppföljningen till kommunens serviceindex (t.ex. NKI) så att insatserna kan mätas mot konkreta förbättringar. Företagarna påpekar att **tillsyn och tillståndshantering** är avgörande för företagsklimatet – det är i kontakten med kommunen som mycket av intrycket av ett gott eller dåligt klimat skapas. En strukturerad uppföljning av ärenden är därför en klok åtgärd för lärande och ökad

företagarna

ROSLAGEN

servicekvalitet.

- **Åtgärd 1.3 – Genomför handlingsplan för service genom intern utbildning:** Vi **välkomnar** kommunens satsning på intern utbildning för bättre bemötande av företag. En sådan gemensam utbildningsinsats signalerar tydligt från ledningens sida att god service ska genomsyra hela organisationen. För att lyckas bör utbildningen göras praktiskt inriktad med exempel från verkliga företagsärenden, så att medarbetarna känner igen situationerna. Vi föreslår också att serviceutbildningen integreras i introduktionen för nyanställda och att uppföljning sker (t.ex. genom att mäta NKI före och efter). Detta ligger i linje med goda exempel – i Markaryd har man under lång tid arbetat med attityd och service, med mantrat att *”hjälpa i stället för att stjälpa”* i myndighetsutövningen. Företagarna framhåller också vikten av **internutbildning av handläggare** för ett bättre bemötande av företagare.
- **Åtgärd 1.4 – Genomföra utbildningsserier för företag om upphandlingar:** Vi **anser det utmärkt** att kommunen vill öka lokala företags kunskap om offentlig upphandling. Många mindre företag drar sig idag från att lämna anbud på grund av upplevd komplexitet – faktum är att inte ens en tredjedel av småföretagen deltar i offentliga upphandlingar, och nästan hälften tycker att det blivit krångligare på senare år. Genom informationsinsatser och utbildning kan fler lokala företag känna sig trygga i processen, vilket i förlängningen både breddar konkurrensen och kan ge kommunen bättre inköp. Vi föreslår att kommunen vid dessa träffar även **samlar in feedback** från företagen om vilka hinder de upplever i nuvarande upphandlingsprocess, för att kunna förenkla sina rutiner. Parallellt med att utbilda företagen bör kommunen överväga att se över sin egen upphandlingspolicy – exempelvis genom att dela upp kontrakt eller använda direktupphandling strategiskt – så att tröskeln för små aktörer att lämna anbud sänks. På så vis kan vi få en högre andel lokala leverantörer i kommunens upphandlingar, vilket gynnar det lokala näringslivet.

Målnråde 2: Innovation och entreprenörskap

- **Åtgärd 2.1 – Samverka med aktörer för att erbjuda stöd och rådgivning för företag:** Vi **tillstyrker** satsningen på att i bred samverkan erbjuda mer stöd, rådgivning och nätverk till befintliga och nya företag. Det är positivt att kommunen tar en roll i att koordinera aktörer som Campus Roslagen, företagsföreningar, inkubatorer m.fl., så att företag enklare hittar rätt rådgivning och utvecklingsmöjligheter. Särskilt lovligt är fokus på innovation (t.ex. idéer om AI-hubb och innovationsutbildningar) och mentorskap för företagare – detta kan stärka företagets konkurrenskraft. Vi föreslår att när denna åtgärd genomförs, **involveras företagarna själva i utformningen** av stödinsatserna. Genom exempelvis en behovsenkät eller workshops med lokala företag kan man säkerställa att de erbjudna stöden faktiskt matchar företagets efterfrågan. Det är också viktigt att tydligt

företagarna

ROSLAGEN

kommunicera ut vilka stöd som finns att tillgå. Sammantaget bedömer vi att denna samverkansinsats kan bidra till fler växande företag i Roslagen, förutsatt att den genomförs i nära dialog med näringslivet.

- **Åtgärd 2.2 – Utveckla initiativ likt "starta eget-dagen" för tillväxtföretag:** Att kommunen vill fokusera på **tillväxtföretagen** genom en temadag är ett **bra initiativ**. Ofta läggs mycket kraft på start-ups, men scale-ups och etablerade företag med tillväxtambitioner behöver också uppmärksamhet och skräddarsytt stöd. En årlig "tillväxtdag" kan fungera som en plattform för att identifiera behoven hos dessa företag – t.ex. kompetens, exportstöd, kapital eller nätverk – vilket vi anser är värdefullt. Vi föreslår att man efter den första träffen **analyserar resultatet noga** och utifrån företagets feedback beslutar vilka uppföljande insatser som behövs. Kanske visar det sig att det finns behov av en specifik utbildningsinsats, ett forum eller mentorsprogram för tillväxtbolag – då bör kommunen tillsammans med företagsföreningar kunna initiera detta. Vi ser också gärna att man involverar *företag som redan vuxit snabbt* i regionen till att dela sina erfarenheter under temadagen, då peer learning är uppskattat bland företagare. Om intresset är gott bör man överväga att göra denna träff **återkommande** (exempelvis årligen), precis som planerat. Det skapar kontinuitet och signalerar långsiktigt stöd för företagets tillväxtresa.

Målområde 3: Strategisk samhällsplanering för näringslivets utveckling

- **Åtgärd 3.1 – Starta upp årliga infrastrukturträffar med företagsföreningar/råd:** Vi **ställer oss bakom** förslaget att införa en strukturerad dialog om infrastruktur. Infrastruktur (vägar, kollektivtrafik, bredband, elnät etc.) är en avgörande förutsättning för många företag, och en regelbunden dialog gör att företagets behov kan komma in tidigt i planeringen. Att dessa träffar kopplas till t.ex. trafikplaneringen (förslaget nämner trafikremissen) är klokt – det ger konkreta hållpunkter att diskutera kring och knyter dialogen till faktiska beslut. Vi föreslår att man breddar inbjudan till dessa möten så att **företag från olika branscher och kommundelar** finns representerade, inte bara via föreningarna utan även större industrier, logistikföretag, lantbrukare m.fl. som påverkas av infrastruktur. Även digital infrastruktur bör vara en stående punkt – tillgång till bredband och mobil täckning är idag lika viktigt som vägnät. Genom att dokumentera synpunkter och sedan **återkoppla** till företagen hur deras input används (t.ex. i form av en årlig sammanställning till trafikstrategen, enligt planen) skapas förtroende. Detta initiativ kan öka förståelsen för näringslivets behov hos kommunens planerare och leda till mer näringslivsanpassade infrastrukturprioriteringar. På sikt hoppas vi att detta bidrar till förbättrade resultat för Norrtälje i företagsklimatmätningar under kategorin *infrastruktur*, vilket kommunen själv anger som mål.

företagarna

ROSLAGEN

Målområde 4: Kompetensförsörjning och arbetsmarknad

- **Åtgärd 4.1 – Underlätta för företag att anställa med stöd:** Vi anser att detta är en **viktig åtgärd** då den adresserar två behov samtidigt – företagets behov av arbetskraft och samhällets mål att få fler i arbete. Genom att samla information om olika anställningsstöd (lönebidrag, nystartsjobb, etc.) och göra den lättillgänglig för företag, minskar tröskeln för att en företagare ska våga anställa någon som står långt från arbetsmarknaden. Bra är också att kommunen samverkar med Arbetsförmedlingen och enheten för ekonomiskt bistånd; detta ger en helhetssyn. Vi föreslår att kommunen skapar **en enkel guide eller checklista** för företag som visar vilka stöd som finns och hur man går tillväga för att använda dem. Kanske kan näringslivsenheten agera lots även här och direktkoppla intresserade företag med rätt kontakt på Arbetsförmedlingen. Uppföljning bör ske på hur många företag som utnyttjar stöden, så man ser effekten. Enligt Företagarna är det viktigt att kommunens egna arbetsmarknadsinsatser **koordineras löpande** med de lokala företagen, denna åtgärd ligger precis i linje med den principen. Genom att göra det enklare för småföretag att ta del av stöd sänker vi tröskeln för nyanställningar, vilket både minskar arbetslösheten och tillgodoser företagets kompetensbehov.
- **Åtgärd 4.2 – Kartlägg lokalt kompetensbehov:** Att kommunen genomför en **kartläggning av näringslivets kompetensbehov** är mycket positivt. Vi vet att brist på rätt kompetens idag är ett av de största tillväxthindren för företag – under 2023 misslyckades vart tredje småföretag med rekrytering utifrån sina behov. En faktabaserad kartläggning ger underlag för att exempelvis påverka utbildningsutbudet (gymnasie, vuxenutbildning, YH) eller initiera andra insatser för att fylla gapen. Vi föreslår att denna kartläggning görs i **nära dialog med företagen** själva, till exempel via enkäter och branschvisa rundabordssamtal, så att man får kvalitativa aspekter och inte bara siffror. Viktigt är också att resultaten **återkopplas** – både internt inom kommunen (skola/utbildningskontoret, politiker med flera bör få ta del av dem) och externt till företagen. Kanske kan man anordna ett seminarium där man presenterar de samlade kompetensbehoven i Roslagen. Vidare bör kartläggningen upprepas regelbundet (såsom planen anger) för att hållas aktuell. Vi ser gärna att kommunen därefter tar initiativ till lösningar utifrån kartläggningen – t.ex. särskilda utbildningsinsatser via Campus Roslagen eller matchningsprojekt – och vi bistår gärna i att koppla samman rätt aktörer. Sammanfattningsvis skapar detta en proaktiv approach till kompetensförsörjning som vi tror kommer vara mycket värdefull.
- **Åtgärd 4.3 – Undersök intresset för en rekryteringsmessa:** Förslaget att sondera intresset för en rekryteringsmessa i Norrtälje är **rimligt och klokt**. Det är bra att man först stödjer en mindre mässa tillsammans med Arbetsförmedlingen och utvärderar utfallet, istället för att dra igång något stort utan att veta om efterfrågan finns. Vi håller med om målet att matcha företag med potentiella medarbetare; en lokal mässa kan särskilt underlätta för mindre företag som kanske har svårt att synas bland

företagarna

ROSLAGEN

arbetssökande. Vårt råd är att man ser detta som ett **pilotprojekt**: marknadsför mässan ordentligt till både företag och arbetssökande/studenter för att maximera deltagandet, och samla strukturerat in synpunkter från utställarna (företagen) om upplägg och nytta. Om intresset visar sig svalt, kan man överväga andra former av match-making (t.ex. digital plattform eller branschspecifika träffar). Men om utfallet är positivt – vilket vi hoppas – bör kommunen planera för att göra rekryteringsmässan till ett **årligt inslag**. Kanske kan den då växa i omfattning eller inriktning (t.ex. separata sektioner för olika branscher eller för unga talanger). Det är också viktigt att involvera utbildningsaktörer (gymnasium, vuxenutbildning) i mässan om möjligt, så att även framtida arbetskraft finns på plats. Vi uppskattar kommunens pragmatiska angreppssätt här: testa, utvärdera och sedan besluta om fortsättning baserat på fakta.

- **Åtgärd 4.4 – Underlätta för företag att erbjuda praktikplatser:** Vi **ställer oss mycket positiva** till denna åtgärd som syftar till att öka antalet praktikplatser (PRAO, APL, LIA med mera) i samverkan med skolorna. Att fler elever och studenter får praktik ger dem värdefull erfarenhet **samtidigt som** företagen får möjlighet att forma framtida medarbetare och knyta tidiga kontakter. Företagarna Roslagen har länge förespråkat tätare samarbete mellan skola och näringsliv, och det här är ett konkret steg. För att underlätta för företagen är det bra att kommunen ser över **enkla lösningar** – exempelvis en digital matchningsplattform eller en dedikerad kontaktperson som hjälper till med det administrativa. Vi föreslår att man gör en genomgång tillsammans med skolorna för att identifiera vilka program och elever som har störst behov av praktikplatser, och sedan riktar information/kampanjer till företag inom relevanta branscher. Kanske kan man köra en "praktikplatskampanj" varje vår och höst där man uppmanar företagen att anmäla platser via en enkel webblösning. Företagarnas nationella guide påpekar att kommunerna bör samarbeta med näringslivet för att säkra en löpande tillgång på PRAO- och APL-platser – Norrtälje kommun tar här fasta på precis detta. Vi vill understryka att sänkta trösklar är avgörande: många småföretag har aldrig haft en praktikant tidigare, så ju enklare och mer *vägledd* processen är, desto fler kommer våga öppna dörren. Kanske kan goda exempel lyftas fram, t.ex. ett företag som berättar om sin positiva erfarenhet av att ta emot en praktikant. På sikt stärker detta både kompetensförsörjningen och relationen mellan utbildning och arbetsliv, något som är **mycket värdefullt** för ett hållbart företagsklimat.

Målområde 5: Hållbar och attraktiv plats

- **Åtgärd 5.1 – Etablera bransch-/klusterträffar för verksamma inom besöksnäringen:** Vi **tillstyrker** denna satsning på klusterträffar för besöksnäringen. Turism och besöksnäring är en viktig bransch i Norrtälje, inte minst med våra stora säsongsvariationer. Genom att skapa en långsiktig **plattform för dialog** inom branschen kan aktörerna samverka mer, dela erfarenheter och tillsammans utveckla

företagarna

ROSLAGEN

bättre produkter och tjänster för besökare. Det är positivt att detta redan finns med i destinationsutvecklingsplanen och nu integreras i näringslivsarbetet – det visar på helhetstänk. Vidare bör man säkerställa att även **små aktörer** inom besöksnäringen (t.ex. enskilda caféägare, B&B-värdar, guidföretag) känner sig välkomna och inkluderade, inte bara de större besöksmålen. Kanske kan träffarna rotera geografiskt i kommunen för att täcka in skärgård, stad och landsbygd över tid. Genom att dokumentera idéer och förslag från varje träff och följa upp dem till nästa möte visar kommunen att dialogen leder till konkreta steg, vilket sporrar engagemanget hos företagen. Vi ser även en koppling här till målområde 6 (dialog och samverkan) – besöksnäringens klusterträffar kan vara en del av den övergripande dialogstrukturen som ses över i åtgärd 6.1, så det är bra att samordna ansatsen.

- **Åtgärd 5.2 – Ta fram en sammanhållen strategisk kommunikations- och marknadsföringsplan (för platsen Norrtälje):** Vi anser att det är utmärkt att kommunen tar fram en helhetsplan för hur Norrtälje ska marknadsföras och kommuniceras som plats att bo, verka och besöka. Idag konkurrerar kommuner om både invånare, talanger, besökare och investeringar – då behövs en tydlig berättelse och samordnade insatser för att lyfta fram det bästa med Norrtälje. Det är bra att lokala aktörer ska involveras i framtagandet; företag, föreningar och invånare bär på viktiga perspektiv om platsens styrkor. Vi vill betona att denna plan inte bara bör fokusera på turister utan även på att **attrahera arbetskraft och entreprenörer** till kommunen. Företagarna påminner om att kompetensförsörjning inte bara handlar om utbildning – en kommuns totala attraktivitet är avgörande för att locka ny arbetskraft. Genom en stark marknadsföring av Norrtälje som en attraktiv livsmiljö kan vi underlätta rekrytering för företagen (folk vill flytta hit) och även locka fler att driva företag här. Vi föreslår att planen mynnar ut i **konkreta aktiviteter** (kampanjer, event, digital närvaro etc.) och att kommunen tidigt avsätter resurser för att genomföra dessa. Som nämnts i planen krävs troligen en separat budget för implementering – vi instämmer i att det är nödvändigt, och vi står gärna bakom kommunen i att motivera sådana satsningar politiskt. Det är bättre att ha en ambitiös plan med resurser bakom, än en hyllvärmare. Slutligen bör man koppla marknadsföringsplanen till mätbara mål, t.ex. ökad inflyttning, högre kännedomsgrad om Norrtälje, eller förbättrad attityd bland ungdomar att stanna kvar. På så vis kan man visa effekten av insatserna över tid. Vi ser fram emot att ta del av denna plan under framtagandet och bidra med företagarnas perspektiv på Norrtäljes "varumärke".

Målområde 6: Dialog och samverkan med näringslivet

- **Åtgärd 6.1 – Översyn av struktur för dialog och samverkan mellan kommunen och näringslivet:** Vi välkomnar att kommunen gör en översyn av sina forum för dialog med företagen. Idag finns flera olika kanaler – det är utmärkt att utvärdera vilka som fyller sin funktion och om något saknas. En tydlig och effektiv struktur

företagarna

ROSLAGEN

kommer att göra dialogen mer **förutsägbart och representativ**, så att både små och stora företag, från olika branscher och orter, kan göra sina röster hörda vid rätt tillfällen. Vi föreslår att man vid kartläggningen identifierar eventuella luckor: till exempel, finns det i nuläget någon formell dialog med *enmansföretagare* eller unga företagare? Om inte, kanske man behöver nya kanaler för dem. När den långsiktiga planen tas fram är det viktigt att **förankra den med näringslivet**, exempelvis genom att skicka ut förslaget till företagsföreningarna för synpunkter innan beslut. Vi tycker också det är klokt att ha mätbara mål, som i planen (t.ex. att förbättra upplevelsen av dialog i Svenskt Näringslivs ranking). När den nya strukturen är beslutad bör kommunen tydligt **kommunicera ut** till alla företag hur de kan göra sin röst hörd – vem de kan kontakta, vilka råd eller möten som finns, och hur ofta. På så sätt blir dialogen inte bara något för “insatta” utan öppnas upp för fler. Sammanfattningsvis bedömer vi att en översyn och uppstramning av dialogstrukturen kommer att stärka samverkan mellan kommun och näringsliv ytterligare, vilket båda parter vinner på.

- **Åtgärd 6.2 – Översyn av företagarrträffar:** Det är **bra** att kommunen kritiskt utvärderar sina företagarrträffar (t.ex. frukostmöten, nätverksträffar) för att säkerställa att de ger nytta. Sådana möten är värdefulla för att skapa relationer och utbyte mellan kommun och företag, men formatet kan behöva förnyas över tid. Vi föreslår att kommunen **inhämtar feedback** från de företagare som brukar delta – vad uppskattar de mest, vad saknar de, varför kommer vissa inte? Kanske efter varje träff kan man göra en kort digital enkät om temat och upplägget. Utifrån en sådan utvärdering kan man sedan justera teman, frekvens, tid på dygnet eller formen (fysiskt/digitalt). Exempelvis kanske vissa träffar kan vara mer workshop-inriktade kring ett visst ämne, istället för enbart informationsmöten. En **mix av olika typer** av företagarrträffar kan attrahera en bredare målgrupp: allt från informella nätverksmingel till djupare dialogmöten om specifika frågor. Viktigt är att träffarna upplevs som relevanta och tidsnyttiga för företagen – då ökar engagemanget. Vi ser positivt på att målet är att höja kvaliteten och engagemanget; en förbättrad dialog genom relevanta forum kommer att öka företagets känsla av delaktighet. Detta ligger i linje med behovet av att dialogen ska vara **meningsfull** – anpassad efter företagets behov och med tydliga syften. Kommunens initiativ att genomföra denna översyn och sedan **implementera förbättringar** visar en lyhördhet som vi uppskattar.
- **Åtgärd 6.3 – Utveckla ett sätt att samla och kommunicera information som är relevant för näringslivet:** Vi ser mycket positivt på intentionen att förbättra hur kommunen **samlar och sprider information** till företagen. I dagsläget kan information komma via många kanaler – webb, nyhetsbrev, sociala medier, direktmejl, annonser etc. – vilket riskerar att viktig information missas av målgruppen. Ett mer samlat grepp, t.ex. en förbättrad företagssida på kommunwebben kombinerat med ett regelbundet nyhetsbrev, skulle öka tillgängligheten. Planen nämner att webbplatsens struktur och innehåll ska förbättras, vilket är bra. Vi föreslår att man också tittar på **andra kommunikationsytor**: kanske en gemensam kalender för företagsevenemang, eller en “företagarportal” där allt från tillståndsinformation till

företagarna

ROSLAGEN

stöd och nyheter finns samlat. Nyckeln är att informationen är aktuell, relevant och lätt att hitta. Att skapa en rutin för kontinuerlig uppdatering och utskick, som åtgärden beskriver, är klokt – och vi rekommenderar att ansvar för detta tydligt definieras (t.ex. att näringslivsenheten ansvarar för att månadsvis sammanställa och skicka ut vad som är på gång). Mätning av trafik och engagemang (som nämnt med visningar, klick, etc.) bör ske för att justera metoderna. Genom att företag **snabbt och enkelt** kan få tag på rätt information minskar risken för missförstånd och frustration, och känslan av öppenhet och transparens ökar – faktorer som är centrala i ett gott företagsklimat.

- **Åtgärd 6.4 – Se över och uppdatera innehållet på näringslivssidorna på kommunens hemsida:** Detta framstår som en **grundläggande men viktig** insats. Ofta är kommunens webbplats den första kontaktytan för en företagare som söker information – allt från hur man startar företag i kommunen, till vilka tillstånd som krävs eller vilka stöd som finns. Att då ha uppdaterade, korrekta och lättnavigerade **näringslivssidor** är av största vikt. Vi stödjer att en genomgripande översyn görs av struktur och innehåll. En bra metod kan vara att låta några företagare testa att hitta viss information på webbplatsen och fånga upp vad de tycker är svårt eller enkelt – detta användarperspektiv kan ge värdefulla insikter till förbättringsarbetet. Vi föreslår att man tydligt **prioriterar information** utifrån vad företag oftast söker; kanske ska de mest efterfrågade tjänsterna (som registrera livsmedelsverksamhet, ansöka om bygglov för lokal, hitta lediga industrimarker etc.) få extra synlighet eller genvägar. Rensa bort inaktuella sidor och håll språkbruket enkelt och direkt. Planen nämner mätning via NKI-frågan om information på webbplatsen, vilket är bra – det ger ett kvitto på om uppdateringen gett resultat i användarnas ögon. Vi instämmer i att en **tydlig, uppdaterad och användarvänlig** webbplats är en viktig grund för ett modernt företagsklimat. När denna översyn är genomförd kan kanske en liten informationsinsats ut mot företagen göras, t.ex. "Nu har vi förbättrat våra företagsidor – gå in och titta", för att uppmärksamma förbättringen. Vi ser detta som "långt hängande frukt" som relativt snabbt kan ge en bättre serviceupplevelse för företagen.

Sammanfattning

Sammanfattningsvis anser Företagarna Roslagen att handlingsplanen för näringslivsstrategin 2025–2030 innehåller många viktiga och väl avvägda åtgärder. Vi ser särskilt positivt på fokuset kring att förbättra **servicekulturen och myndighetsutövningen**, då bemötande och effektiv handläggning lägger grunden för företagets förtroende för kommunen. Även satsningarna inom **kompetensförsörjning** är helt nödvändiga – bristen på arbetskraft är en av företagets största utmaningar, och här visar kommunen en vilja att ta ansvar och vara proaktiv. Vidare uppskattar vi den röda tråden av **samverkan och dialog** som löper genom planen: flera åtgärder bygger på att kommunen och näringslivet gör saker tillsammans, vilket vi menar är rätt väg att gå. Om vi tillsammans kan stärka företagsklimatet

företagarna

ROSLAGEN

genom bättre service, rätt kompetens, bra infrastruktur, en attraktiv kommun och god samverkan – ja, då blir det också lättare att attrahera både nya företag och nya talanger till Norrtälje, vilket gynnar alla.

Företagarna Roslagen ser fram emot att fortsätta den **goda samarbetsandan** med Norrtälje kommun i genomförandet av dessa åtgärder. Vi bidrar gärna med företagarperspektivet i det fortsatta arbetet, till exempel i arbetsgrupper, uppföljningar och framtida dialogmöten. Planen är ambitiös och täcker in de väsentliga områdena; våra förslag ovan syftar till att ytterligare tydliggöra eller förstärka vissa delar. Vi vill tacka för möjligheten att ge synpunkter och hoppas att våra kommentarer tas emot i den konstruktiva anda de är skrivna. Tillsammans, med en öppen dialog och konkreta handlingar, kan vi skapa ett ännu bättre företagsklimat i Roslagen – ett klimat där **myndigheter och företag jobbar i takt**, där fler företag startar, växer och stannar kvar, och där Norrtälje verkligen lever upp till visionen om att vara en plats där människor och entreprenörskap utvecklas.

Med vänlig hälsning,

Alexander Hall

Ordförande, Företagarna Roslagen