

# SME Instrument – O schemă de finanțare mult prea puțin cunoscută în România



*Autor: Mihaela Matei, Coordonator proiect Antreprenorii vorbesc: Barometrul antreprenoriatului românesc, EY România*

- La prima rundă de finanțare SME Instrument, niciun proiect românesc nu a fost declarat câștigător în urma evaluării
- SME Instrument este o schemă la care se aplică ușor și la care se primește răspunsul rapid

Creditul bancar rămâne în continuare cea mai importantă sursă de finanțare pentru companiile românești, dar interesul pentru finanțarea bancară a înregistrat o tendință descrescătoare în 2014 față de 2013, conform studiului *EY Accesul antreprenorilor români la finanțare 2014*.

Finanțarea prin fonduri europene, însă, înregistrează aproape o dublare a interesului din partea antreprenorilor români, conform aceluiași studiu. În ciuda acestui interes, unele scheme de finanțare prin astfel de fonduri nu sunt suficient cunoscute, deși se pot dovedi foarte atractive pentru unele companii. Acesta e cazul schemei Horizon 2020 – SME Instrument.

Primele două runde în care IMM-urile puteau aplica pentru schema de finanțare europeană nerambursabilă Horizon 2020 – SME Instrument (iunie și septembrie) s-au încheiat, dar acestea mai au o șansă în decembrie. 17 decembrie este termenul limită de depunere a aplicațiilor pentru această

schemă în anul 2014.

Este vorba despre bani europeni alocați unor idei inovatoare care să ajute companiile de tip mic și mijlociu să facă trecerea de la idee la produs și la introducerea acestuia pe piață. Iar bugetul nu e deloc mic: 3 miliarde de EUR sunt alocate de Uniunea Europeană pentru 3 faze ale schemei până în anul 2020.

Prima fază este cea a susținerii cu 50 mii EUR pentru fiecare idee câștigătoare. Bani vor fi acordați strict pentru realizarea studiului de fezabilitate pentru ideea de afaceri respectivă. Pentru a obține acești bani, e nevoie însă de o idee cu adevărat inovatoare, de tip *disruptive innovation*, și de completarea unei aplicații de maximum 15 pagini.

Astfel, IMM-urile românești intră în competiție cu celelalte proiecte europene. Pentru a avea o imagine asupra concurenței care a aplicat la această fază, în runda desfășurată în iunie 2014, au aplicat 2666 de companii din care au fost selectate doar 155. Niciun proiect din România nu a fost selectat, în timp ce Bulgaria, Ungaria, Estonia, Slovenia și Polonia au avut câte un proiect câștigător. România a avut 42 de aplicații în runda din luna iunie 2014 și 23 de aplicații în luna septembrie.

În prima rundă desfășurată în luna iunie, proiectele spaniole au avut cel mai mare succes, 39 dintre proiectele câștigătoare provenind din Spania. Pe locul al doilea ca număr s-au clasat proiectele din Marea Britanie și pe locul al treilea cele din Italia.

În total, în anul 2014, vor fi selectate aproximativ 645 de proiecte. Pentru a doua rundă, încheiată în septembrie, s-au primit 1944 de aplicații, numărul total al aplicațiilor în primele două runde crescând la peste 4600. Rezultatele celei de a doua runde vor fi publicate spre sfârșitul lunii noiembrie.

Evaluatorii au transmis după prima rundă de proiecte 6 lecții extrase din aplicațiile primite, care vor fi folosite de companiile care se pregătesc să aplice în decembrie sau în anii următori:

1. Cele mai multe proiecte necâștigătoare s-au concentrat prea mult asupra descrierii proiectului și prea puțin asupra oportunității de business;
2. Au fost prea puțin convingătoare în argumentarea de ce compania care propune proiectul și nu competiția va reuși să implementeze proiectul;
3. Nu s-au concentrat suficient asupra soluțiilor competitive;
4. Au avut un nivel prea scăzut de inovare, propunându-și să dezvolte un produs deja existent;
5. Au propus doar o idee, fără să detalieze ce implică și comercializarea acestuia;
6. Doar și-au încercat norocul, din care evaluatorii au extras concluzia la care se pare că unii dintre aplicanți nu s-au gândit: Instrumentul SME nu este o loterie.

Ce ar fi de reținut din acest program de finanțare – prima lui fază, cea a studiului de fezabilitate:

- Se aplică direct la nivel european, ceea ce înseamnă că IMM-urile vor avea parte de competiție la nivel european, dar și faptul că vor lucra direct cu funcționarii Comisiei Europene;
- Se aplică online;
- Aplicația nu este stufoasă și birocratică;
- Se acordă o sumă de 50.000 EUR într-o singură tranșă, reprezentând 70% din costurile eligibile ale proiectului;
- E nevoie, într-adevăr, de o idee foarte bună, cu adevărat inovatoare. Comisia Europeană dă exemple de idei care

intră în categoria de inovație disruptivă produse precum iPad-ul, fotografia digitală, telefonul mobil, Skype;

– Pot aplica doar IMM-urile;

– Răspunsul la aplicație este dat de evaluatori în aproximativ două luni.

După prima fază, IMM-urile care au traversat-o pot aplica și pentru faza a doua și a treia. Dacă pentru prima fază aplicația conține schițarea unui model de afaceri, în a doua fază aplicația va fi un model de afaceri mult mai detaliat, bazat pe studiul de fezabilitate realizat în prima fază. În această a doua fază, companiile vor putea aplica pentru sume între 500.000 EUR – 2.500.000 EUR. Această fază va avea ca rezultat un produs beta. Se poate aplica direct pentru această a doua fază, fără trecerea prin prima. În faza a treia nu se mai acordă ajutor financiar, ci servicii precum asistența în accesul la capital de risc și comercializarea produsului.

\*\*\*\*

### **Despre EY România**

EY este una dintre cele mai mari firme de servicii profesionale la nivel global, cu 190.000 de angajați în peste 700 de birouri din 150 de țări și venituri de aproximativ 27,4 miliarde de USD în anul fiscal încheiat la 30 iunie 2014. Rețeaua noastră este cea mai integrată la nivel global, iar resursele din cadrul acesteia ne ajută să le oferim clienților servicii prin care să beneficieze de oportunitățile din întreaga lume. În România, EY este unul dintre liderii de pe piața serviciilor profesionale încă de la înființare, în anul 1992. Cei peste 500 angajați din România și Republica Moldova furnizează servicii integrate de audit, asistență fiscală, asistență în tranzacții și servicii de asistență în afaceri către companii multinaționale și locale. Avem birouri în București, Cluj-Napoca, Timișoara, Iași și Chișinău. De la 1 iulie 2013, Ernst & Young a devenit EY, logo-ul s-a schimbat

pentru a răspunde acestei modificări, iar noul tagline al companiei este "Building a better working world". Această redefinire a identității vizuale vine să reflecte noua strategie a companiei, Vision 2020. Pentru mai multe informații, vizitați pagina noastră de internet: [www.ey.com](http://www.ey.com).