SME Instrument – O schemă de finanţare mult prea puţin cunoscută în România

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

- La prima rundă de finanţare SME Instrument, niciun proiect românesc nu a fost declarat câştigător în urma evaluării
- SME Instrument este o schemă la care se aplică uşor şi la care se primeşte răspunsul rapid

Creditul bancar rămâne în continuare cea mai importantă sursă de finanţare pentru companiile româneşti, dar interesul pentru finanţarea bancară a înregistrat o tendinţă descrescătoare în 2014 faţă de 2013, conform studiului EY *Accesul antreprenorilor români la finanţare 2014*.

Finanţarea prin fonduri europene, însă, înregistrează aproape o dublare a interesului din partea antreprenorilor români, conform aceluiaşi studiu. În ciuda acestui interes, unele scheme de finanţare prin astfel de fonduri nu sunt suficient cunoscute, deşi 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 finanţare europeană nerambursabilă Horizon 2020 – SME Instrument (iunie şi septembrie) s-au încheiat, dar acestea mai au o şansă în decembrie. 17 decembrie este termenul limită de depunere a aplicaţiilor pentru această

schemă în anul 2014.

Este vorba despre bani europeni alocaţi unor idei inovatoare care să ajute companiile de tip mic şi mijlociu să facă trecerea de la idee la produs şi la introducerea acestuia pe piaţă. 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 susţinerii cu 50 mii EUR pentru fiecare idee câştigătoare. Banii vor fi acordaţi strict pentru realizarea studiului de fezabilitate pentru ideea de afaceri respectivă. Pentru a obţine aceşti bani, e nevoie însă de o idee cu adevărat inovatoare, de tip *disruptive innovation*, şi de completarea unei aplicaţii de maximum 15 pagini.

Astfel, IMM-urile românești intră în competiție cu celelalte proiecte europene. Pentru a avea o imagine asupra concurenţei care a aplicat la această fază, în runda desfăşurată 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 şi Polonia au avut câte un proiect câştigător. România a avut 42 de aplicaţii în runda din luna iunie 2014 şi 23 de aplicaţii în luna septembrie.

În prima rundă desfăşurată în luna iunie, proiectele spaniole au avut cel mai mare succes, 39 dintre proiectele câştigătoare provenind din Spania. Pe locul al doilea ca număr s-au clasat proiectele din Marea Britanie şi 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 aplicaţii, numărul total al aplicaţiilor în primele două runde crescând la peste 4600. Rezultatele celei de a doua runde vor fi publicate spre sfârşitul lunii noiembrie.

Evaluatorii au transmis după prima rundă de proiecte 6 lecţii extrase din aplicaţiile primite, care vor fi folositoare companiilor care se pregătesc să aplice în decembrie sau în anii următori:

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

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

– Se aplică direct la nivel european, ceea ce înseamnă că IMM-urile vor avea parte de competiţie la nivel european, dar şi faptul că vor lucra direct cu funcţionarii Comisiei Europene;

– Se aplică online;

– Aplicaţia nu este stufoasă şi birocratică;

– Se acordă o sumă de 50.000 EUR într-o singură tranşă, 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 inovaţie disruptivă produse precum iPad-ul, fotografia digitală, telefonul mobil, Skype;

– Pot aplica doar IMM-urile;

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

După prima fază, IMM-urile care au traversat-o pot aplica și pentru faza a doua şi a treia. Dacă pentru prima fază aplicaţia conţine schiţarea unui model de afaceri, în a doua fază aplicaţia 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 asistenţa în accesul la capital de risc şi comercializarea produsului.

****

Despre EY România

EY este una dintre cele mai mari firme de servicii profesionale la nivel global, cu 190.000 de angajaţi în peste 700 de birouri din 150 de ţări şi venituri de aproximativ 27,4 miliarde de USD în anul fiscal încheiat la 30 iunie 2014. Reţeaua noastră este cea mai integrată la nivel global, iar resursele din cadrul acesteia ne ajută să le oferim clienţilor servicii prin care să beneficieze de oportunităţile din întreaga lume. În România, EY este unul dintre liderii de pe piaţa serviciilor profesionale încă de la înfiinţare, în anul 1992. Cei peste 500 angajaţi din România şi Republica Moldova furnizează servicii integrate de audit, asistenţă fiscală, asistenţă în tranzacţii şi servicii de asistenţă în afaceri către companii multinaţionale şi locale. Avem birouri în Bucureşti, Cluj-Napoca, Timişoara, Iaşi şi Chişinău. 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 identităţii vizuale vine să reflecte noua strategie a companiei, Vision 2020. Pentru mai multe informaţii, vizitaţi pagina noastră de internet: www.ey.com.