

HANDBOK: BRA PRAXIS

DEN PROFESSIONELLA
INKLUSIONEN AV TREDJELANDS
MEDBORGARE

MIRAGE



Projektet – som delfinansieras av EU-kommissionen – består av ett partnerskap bestående av nio civilsamhällesorganisationer, en fackförening, ett yrkesutbildningscenter och en utbildningsleverantör. Totalt representeras åtta EU-länder.



Denna handbok medfinansieras av Europeiska unionens fond för asyl, migration och integration

Kontakt:

www.mirageproject.eu
info@mirageproject.eu

Sammanfattning

2 INTRODUCTION

3 1. ARBETSGIVARE

4 Magdas Hotel
(Österrike - Turisttjänster)

6 Cartiera coop. soc.
(Italien - Produktionsindustri)

8 Big Mama
(Frankrike - Matjänster)

10 A Lundi
(Frankrike - Rekrytering)

12 City Grill
(Rumänien - Matstjänster)

14 Mala Gasztro Ltd
(Ungern - Restaurang)

16 Östra Grevie folkhögskola
(Sverige - Utbildning/offentlig sektor)

18 Adecco
(Frankrike - Rekrytering)

21 2. EGENFÖRETAGARE

22 Aladin Foods
(Bulgarien - Restaurang)

24 Barako Kávéház
(Café - Ungern)

26 Kabulagna
(Italien - Restaurang)

28 SC Karema Fruct Srl
(Rumänien - Fruktaffär)

30 Taybat
(Österrike - Bageri)

32 3. PROJEKT

34 Cyperns informationsguide
för tredjelandsmedborgare
(Cypern - EU-projekt)

36 Swedish Work Environment
av Peers Bridge
(Sverige - Projekt)

38 Transformify
*(Global plattform - Programvara för
personalresurser)*

40 NATIONELLT RAMVERK

I denna handbok presenterar vi ett antal fallstudier från vår undersökning som beskriver situationen för utomeuropeiskt födda på den europeiska arbetsmarknaden. Fältstudien är utförd av partnererna i MIRAIGE – ett konsortium av tolv organisationer från åtta europeiska länder (Bulgarien, Sverige, Italien, Frankrike, Österrike, Cypern, Rumänien och Ungern) som alla på olika vis arbetar för att förbättra integrationen på respektive arbetsmarknad.

De sexton fallstudierna är utvalda för att de representerar **bra praxis som implementerats i olika sociala, ekonomiska och lagstiftande sammanhang**, med målet att främja anställningsbarhet eller förutsättningarna för företagande hos människor från utomeuropeiska länder. Vi vill visa exempel på olika lösningar och idéer som används för att överkomma svårigheter som tredjelandsmedborgare möter i de åtta medverkande länderna. Exempel som kan tjäna som inspiration för såväl arbetsgivare som arbetssökande och egenföretagare.

Fallstudierna **presenteras i tre kapitel**: I det första ser vi på bra praxis från olika arbetsgivare medan det andra kapitlet presenterar fallstudier av egenföretagare. I det tredje kapitlet presenteras nationella och europeiska projekt som vänder sig till arbetsgivare och egenföretagare och presenterar en verktygslåda för att skapa bättre förutsättningar för utomeuropeiska invandrare på arbetsmarknaden. Handboken inleds med en introduktion av de olika medverkande ländernas specifika ramverk, lagar och administrativa bestämmelser, samt ger läsaren länkar till ytterligare information om dessa.

Handboken har skapats som inspiration och stöd för arbetsgivare och egenföretagare, men ska även användas under under MIRAIGE-projektets utbildningsaktiviteter. Med det i åtanke lyfter vi speciellt fram exempel och metoder som kan peka ut nya och framkomliga vägar.



Arbetsgivare

Arbetsgivare som utnyttjat möjligheten att anställa utomeuropeisk arbetskraft till att positivt utveckla sina företag och göra verklig skillnad i de samhällen och miljöer de verkar.

Magdas Hotel

(ÖSTERRIKE - TURISTTJÄNSTER)

Magdas Hotel är ett socialt företag med mål att lösa sociala problem där det är möjligt och fördelaktigt.

Magdas grundades av Caritas of the Archdiocese of Vienna i april 2012 och ligger i hjärtat av Prater, Wien. Hotellet har 88 rum och drivs tillsammans av ett ledningsteam av hotellproffs och en personal med flyktningbakgrund. Hotellet är en del av ett större projekt - Magdas - där kommersiell framgång och socialt ansvar inte är en motsägelse. Syftet är att skapa meningsfulla jobb och möjligheter för individer som annars har liten chans att hitta försörjning.

Totalt arbetar 200 anställda inom Magdas Hotel, återvinningsverkstad, städtjänst och catering. Utöver dessa finns tio lärlingar i verksamheten. Totalt arbetar **14 nationaliteter** på Magda Hotell, något som skapar mängder av olika personliga livsberättelser. Magdas övertygelse är att immigranter kan stärka hotellbranschen, eftersom de tar med sig många färdigheter, talanger, språk och kulturella bakgrunder och därmed erbjuder något unikt för hotellmarknaden.

De flesta anställda har en flyktningbakgrund, en faktor som generellt gör det svårt för dem att hitta arbete i Österrike. Några av de utmaningar som de står inför är bristen på tyska språkkunskaper, fördomsfulla och fientligt inställda arbetsgivare och det faktum att flyktingar får bara arbeta efter att ha fått ett positivt svar på en asylansökan, vilket ofta kan ta månader eller år.

Varje anställd bidrar med sina unika erfarenheter och färdigheter till denna unika plats.

PROJEKTBEKRIVNING



På grundval av det första årets erfarenheter reviderade Magdas några av sina anställningskriterier, inklusive följande:

- Krav på grundläggande arbetslivserfarenhet.
- Att bli mer restriktivt gällande regler och förordningar.
- Erbjuder tyska språkkurser, ICT och interkulturell kompetensutbildning. Dessutom har personalen tillgång till två socialarbetare / terapeuter som stöder dem i de utmaningar de möter under integrationsprocessen.

NYCKELINFORMATION

90%

av anställda är av utomeuropeiskt ursprung

14

olika ursprungsländer

20

olika språk talas

BÄSTA PRAXIS

- 1 Två socialarbetare stöder personalen i integrationsprocessen
- 2 Interkulturell kompetensutbildning, som ger insikt i Österrikes kultur och traditioner
- 3 Gratis tyskaundervisning, ICT och interkulturell kompetensutbildning
- 4 Krav på grundläggande arbetslivserfarenhet

Cartiera coop. soc.

(ITALIEN - PRODUKTIONSINDUSTRI)

En start-up grundad i juli 2017 med det specifika målet att skapa nya sysselsättningsmöjligheter med en internationell prägel i lokalsamhället.

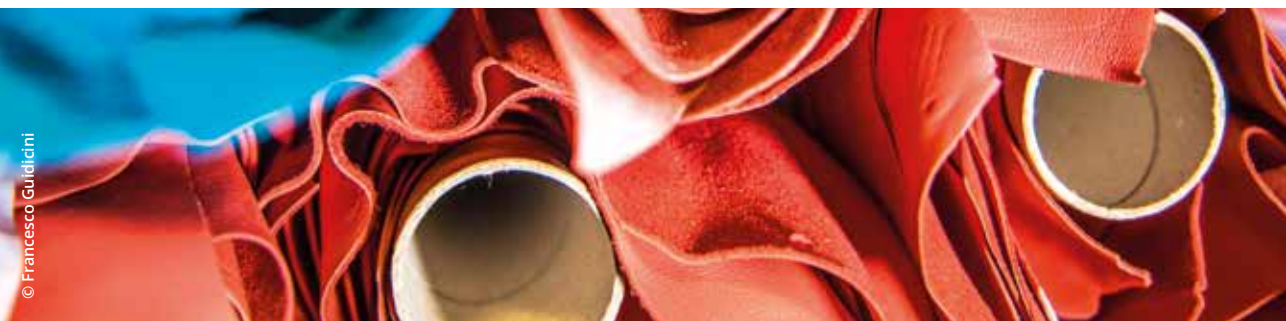
Grundat som start-up 2017 och etablerat som socialt kooperativt i maj 2018, producerar och säljer Cartiera **högkvalitativa modeaccessoarer** i läder och tyg, samt utvecklar **utbildningsprogram ledda av etablerade hantverkare**. Program som ger professionell kompetens och bidrar till integration av asylsökande, migranter och arbetslösa.

Cartiera grundades med det specifika målet att **skapa nya anställningsmöjligheter och integrera migranter och asylsökande** och ge dem chansen att utveckla sina färdigheter. Projektet ger en rad effekter; ekonomiska i lokalsamhället genom att erbjuda jobbmöjligheter till människor i ekonomisk svårighet, miljömässigt genom att använda produktionsrester som annars skulle ha slängts och socialt genom att gynna integrationen mellan infödda italienare och anställda med utomeuropeiskt ursprung, som genom att arbeta tillsammans kan dela Cartieras vision.

Det unika och styrkan i det arbete som utförs av Cartiera ligger i dess starka band till det lokala sammanhanget och den relevans det har på internationell nivå. Cartiera producerar och säljer hantverk till lokala och nationella företag. De ökar medvetenheten om vikten av professionell integration av migranter i Italien och främjar därmed en vision och inte bara en produkt. Samtidigt utbildar Cartiera de asylsökande via **Ethical Fashion Initiative** (ett FN-drivet program) och ger dem därmed bättre förutsättningar för en karriär i sitt ursprungsland om de bestämmer sig för, eller tvingas att återvända dit.

Cartiera har behållit en stark internationell framtoning samtidigt som man har skapat ett starkt nätverk med fokus på lokalsamhället och en lokal ledning.

Skapelserna gjorda av kooperativet Cartiera's Made in Italy ligger på en hög etisk standardnivå.



PROJEKTBESKRIVNING

CARTIERA
HANDMADE IN ITALY

Cartiera erbjuder konkreta lösningar på några av på vår tids utmaningar: Nya anställningsmöjligheter, ekonomisk integration av migranter och asylsökande och en ny renässans för kvalificerat hantverk.

NYCKELINFORMATION

3

anställda med utomeuropeiskt ursprung

4

praktikanter med utomeuropeiskt ursprung

SAMARBETE

med FN:s Ethical Fashion Initiative



BÄSTA PRAXIS

- 1 Starkt nätverk med lokalsamhället och myndigheterna
- 2 Cirkulär ekonomi med såväl lokalt som internationellt fokus
- 3 Professionell och specialiserad utbildning för asylsökande
- 4 Aktivt deltagande av utomeuropeiska anställda i skapandet av visionen
- 5 Professionell utbildning i partnerskap med FN:s Ethical Fashion Initiative-program

Big Mama

(FRANKRIKE - MATTJÄNSTER)

Big Mama är en grupp italienska restauranger som skapades 2015 och som fokuserar på att erbjuda autentisk italiensk mat av god kvalitet i Paris, Lille och London.

Big Mama är en grupp italienska restauranger som grundades 2015. **Utomeuropeiskt födda representerar cirka 15 % av personalen.** Big Mama har restauranger i Paris, Lille och London. Att anställa utomeuropeisk personal är inte bara ett val för Big Mama: vissa arbeten söks endast av utländsk arbetskraft. Gruppen strävar dock efter att garantera att alla anställda ska känna sig jämställda, och behandlas lika. För att nå dit arbetar man aktivt med att mixa arbetslagen. Målet är att alla ska veta vad de andra gör, att alla ska prata med varandra och se till att utrikesfödda aldrig utesluts ur arbetsgemenskapen. Big Mama har en tydligt uttalad värdegrund där **solidaritet är grunden**, en värdegrund som man kontinuerligt kommunicerar för att den utlandsfödda arbetsstyrkan ska känna sig integrerade.

För att uppnå sin vision använder Big Mama innovativa metoder. Detta börjar redan vid rekryteringsprocessen, där man hjälper kandidater att värdera sina färdigheter, speciellt de som av olika orsaker har problem att lyfta fram sina egna förmågor på grund av språkbarriärer eller annat. Mycket görs för att säkerställa att kandidaterna inte känner sig skrämde och för att skapa gott teamarbete och ömsesidig förståelse.

Integrering handlar också om sunt förnuft. Att värdera människor positivt är nyckeln till en låg personalomsättning som i sin tur är nyckeln till ett framgångsrikt företag.

BÄSTA PRAXIS

- 1 Blandade team för att underlätta att lära sig språket
- 2 "Live My Life"-övningar för att bygga solidaritet i teamen
- 3 Grupprekryteringspraxis för att lyfta fram individers färdigheter
- 4 Solidaritet och jämlikhet genomsyrar arbetsetiken



Bästa praxis vid rekrytering:

- Kandidater använder ett objekt genom vilket de gillar att presentera sig själva.
- Simulering av ett arbetsscenario och teamövning.

Bästa praxis efter rekrytering:

- **Första dagen är integrationsdag:** alla anställda gör en stadstur i blandade team och äter en måltid tillsammans med Big Mamas grundare.
- **Andra dagen är "Live my life":** alla anställda roterar bland arbetsuppgifterna under en dag så att de förstår alla jobb på en restaurang.

Det är chefernas uppgift att följa alla anställdas karriärvägar. Även om en anställd inte kan se sitt egen potential, bör chefen göra det!.

PROJEKTBSKRIVNING



Under de senaste fyra åren har 900 personer anställts på heltidskontrakt. 200 arbetar på restauranger i England och 700 i Frankrike. 93% av personalen arbetar på restaurangerna.



NYCKELINFORMATION

900

anställda i Frankrike och Storbritannien

15%

av personalen är av utomeuropeisk härkomst

A Lundi

(FRANKRIKE - REKRYTERING)

A Lundi är ett GEIQ-initiativ som hjälper människor hitta en väg till sysselsättning; i sina egna företag och andra, något som gynnar såväl arbetstagare som arbetsgivare.

A lund i är en GEIQ (Arbetsgivargrupp för integration och kvalifikation). En GEIQ rekryterar lågutbildade eller oerfarna individer till program som kombinerar jobb och studier för att öka deras kompetens och möjligheter på arbetsmarknaden.

A Lundi består av totalt tre olika GEIQ:er (en specialiserad på byggarbete, en inom metallurgi och en med mixade arbeten) samt två multisektoriella grupper av arbetsgivare. Dessa vägleder deltagarna till arbete i sektorer och företag. Fler än 300 personer anställdes förra året, av dem var cirka 15 % av utomeuropeiskt ursprung.

De anställda får stöd i såväl professionella som sociala frågor från olika supportchefer.



BÄSTA PRAXIS

- 1 Motivation värderas högre än formell kompetens under rekryteringen
- 2 Stöd ges för körkortsutbildning (intensivkurser och översatt studiematerial)
- 3 Speciella utbildningar i företags- och arbetslivskultur
- 4 Anställda har en handledare som tillhandahåller social hjälp och ekonomisk rådgivning
- 5 Rekryteringsprocessen är anpassad efter den sökandes behov (t ex språkbehov)

Som GEIQ vägleds A Lundi av värderingar avseende integration och kompetens. **Målet är att hjälpa människor långt ifrån arbetsmarknaden att tillgodogöra sig praktiska och teoretiska färdigheter som ger dem möjligheter till ett långsiktigt stabilt yrkesliv och en makt över den egna situationen.** A Lundi värderar **motivation högre än formella kvalifikationer.** Nätverket erbjuder skräddarsydda utbildningsvägar anpassade efter deltagarnas mål och med ambitionen att stärka deltagarnas självkänsla samtidigt som man bygger formell kompetens. Med en öppen rekryteringsprocess identifierar man såväl individernas som företagets behov och potential för att hitta bästa möjliga matchning.

Den anställda är alltid i centrum för A Lundis aktiviteter. Hur utomeuropeiskt födda stöds beror på deras behov. A Lundis garanterar dem samma chanser att bli anställda som nationella medborgare och likvärdiga rättigheter under anställningsprocessen och på arbetsplatsen.

Socialt stöd är viktigt för att behålla arbetskraft. Företaget har identifierat ett fokusområde som det skulle vilja arbeta mer på: att stärka medarbetarna, så att de kan bli mer självständiga.

PROJEKTBeskrivning



Värdet av integration och utbildning är kärnan i A Lundi. Målet är att hjälpa arbetslösa till de kunskaper de behöver för att säkerställa en stabil, egenvald yrkeskarriär.



NYCKELINFORMATION

44

anställda med
utomeuropeiskt
ursprung

367

anställda under de
senaste två åren

City Grill

(RUMÄNIEN - MATSTJÄNSTER)

City Grill-företaget grundades med 100% rumänskt kapital 2004. Det är det den största restaurangkedjan i Bukarest med 16 restauranger.

Företaget City Grill har anställt ett ökande antal utomeuropeer efter de första sex arbetarna från Nepal som anställdes 2017. **2019 representeras 10 % av företagets personal av utomeuropeiskt födda**, från länder som Nepal, Irak, Nigeria och Moldavien. Anställningsprocessen sköts av ett rekryteringsföretag, med vilket City Grill har en mycket nära och frekvent kontakt; en första tydlig signal om den investering som företaget gör i de utomeuropeiska anställda och den uppmärksamhet de ägnar åt deras integration och välbefinnande. Företaget bidrar med permanenta resurser, både vad gäller tid och ansträngning, för att stödja integrationen av dessa anställda eftersom man identifierat problemen som följer med att komma från en annan kultur och att inte känna till staden Bukarest, dess lokala seder, kultur och så vidare. Företaget vidtar åtgärder för att underlätta bland annat via informativa seminarier om allmänna beteendenormer.

För att underlätta mobiliteten erbjuder företaget initialt arbetsresor samtidigt som man informerar om hur kollektivtrafiken fungerar. Dessutom har företaget utsett personal som stöder gruppen dygnet runt och en WhatsApp-grupp har skapats på vilken medarbetarna kan uttrycka sina behov eller ventilera problem de står inför när de anpassar sig till livet i Rumänien. Utöver detta logistiska stöd garanterar City Grill att TCN-anställda får korrekt information **om sina rättigheter och skyldigheter som arbetare i Rumänien.**

Företaget lärde sig gradvis om och mötte behoven av integrationsstöd.

Vi har en permanent pågående process inom företaget för att säkerställa integrationen på arbetsplatsen. Vi har identifierat det som en framtida framgångsfaktor för att anställa fler och fler utomeuropeer när verksamheten växer.



NYCKELINFORMATION

10%

utomeuropeiska
anställda

16

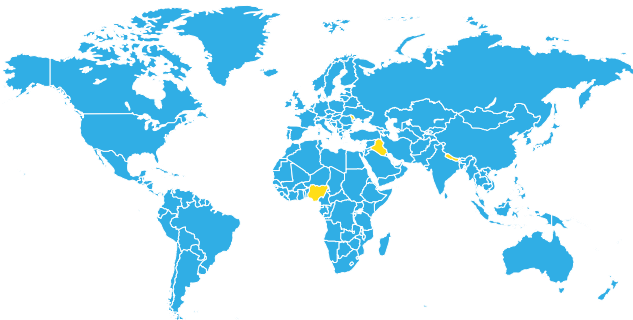
restauranger
i Bukarest

PROJEKTBSKRIVNING



City Grill startades med 100 % rumänskt kapital 2004 och det är den största restaurangkedjan i Bukarest med restauranger på 16 platser. Företaget började anställa utomeuropeisk arbetskraft 2017. I år (2019) är 10 % av företagets personal av arbetare med bakgrund utanför EU från länder som Nepal, Irak, Nigeria och Moldavien.

URSPRUNGLÄNDER



NIGERIA



IRAK



NEPAL



MOLDAVIEN

BÄSTA PRAxis

- 1 Tillhandahållande av boende, måltider och transport
- 2 Skapa en Whatsapp-grupp för att underlätta kommunikation
- 3 Dygnet-runt-access och hjälp från företagets personal
- 4 Tydliga metoder för att inkludera anställda
- 5 Informativa möten med fokus på rättigheter och skyldigheter för utomeuropeiska anställda

Mala Gasztro Ltd

(UNGERN – RESTAURANG)

Vi driver indiska restauranger på flera platser i landet, med ambitionen att ge ungerska arbetare och gäster en inblick i den indiska kulturen.

Mala Gasztro Ltd driver två indiska restauranger i Ungern. De har 20 anställda, varav 4 kommer från Indien eller Nepal. En av ägarna är från Indien och den andra från Ungern. Restaurangen fokuserar på måltider av hög kvalitet och på en atmosfär med tydlig mångfald. Därför **anställer man kockar direkt från Indien och Nepal**. Ägarna anställer själva kockarna i Indien. Kockarna arbetar i Ungern i 1 till 2 år och återvänder sedan hem till familjen igen. Att anställa tredjelandsmedborgare utgör kärnan i företagets filosofi och skapar ett betydande mervärde. Även om arbetsmiljön präglas av indisk kultur är de anställda inte tvingade att omfatta den. Det viktiga är att man visar varandra respekt.

Arbetsdagen inleds med en bön, en välsignelse över dagen. **De ungerska medarbetarna deltar inte men visar respekt genom att vara tysta**. Indiska högtider firas direkt på arbetsplatsen, precis som man ofta gör i Indien, men ägarna ger även de anställda en längre ledighet varje år: hinduer får ledigt under diwali (ljusets högtid) och ungrare under julen. De båda grupperna brukar inte umgås med varandra utanför arbetet.

För att de anställda ska kunna kommunicera över språkgränserna har man numrerat menyn.

Det förekommer inga konflikter mellan ungerska, indiska och nepalesiska anställda. De är snarare ganska ointresserade av varandras kultur.



NYCKELINFORMATION

25

års verksamhet

2

restauranger
(i Budapest och Szentendre)

20%

tredjelandsmedborgare

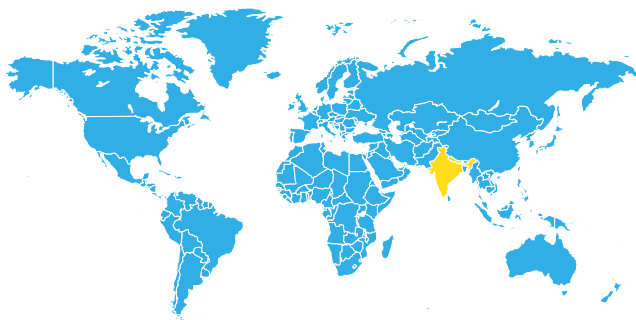
Restaurangen arrangerar regelbundet träffar med föreläsningar och presentationer av indisk kultur, och de ungerska medarbetarna deltar bara om det infaller under deras normala arbetstid. De anställda utsätts inte för något som helst tvång – allt som förväntas är att de har respekt för det indiska köket och den indiska kulturen

PROJEKTBSKRIVNING



Mala Gasztro Ltd driver 2 indiska restauranger: en i Szentendre (i provinsen Pest) och en i Budapest. Företaget har verkat i den ungerska cateringbranschen i över 25 år.

URSPRUNGLÄNDER



NEPAL



INDIEN

BÄSTA PRAXIS

- 1 Numrerar menyn för att underlätta kommunikation
- 2 Ger en längre ledighet utifrån religiös bakgrund
- 3 Värdesätter anställda från tredje land på grund av deras kulturkännedom
- 4 Främjar ömsesidig respekt för religiösa seder

Östra Grevie folkhögskola

(SVERIGE – UTBILDNING/OFFENTLIG SEKTOR)

Östra Grevie folkhögskola är Sveriges största folkhögskola med en lång historia och en stark konstnärlig och estetisk profil.

Utöver de ansedda konstnärliga utbildningarna erbjuder skolan idag allmänna förberedelsekurser för blivande poliser och lärare, utbildningar med fokus på service och turism samt ett utbildningsspår med kurser i svenska för invandrare. Skolan är känd för sina konstnärliga och estetiska kurser, och tidigare hade de flesta studenter och lärare en svensk eller europeisk medelklassbakgrund. För att ändra på detta arbetar skolan aktivt med konstprojekt i olika delar av Malmö för att locka en större och mer varierad målgrupp.

Skolan har flera anställda som är födda utomlands. Några tredjelandsmedborgare har anställts för projekt där deras språkkunskaper är viktiga, men de rekryteras också till tjänster som lika gärna kunde ha fyllts av svenskar, exempelvis matematiklärare, lokalvårdare, it-tekniker m.m. Omkring 15 procent av alla anställda kommer från tredje land. Anställda och studenter från utomeuropeiska länder har påverkat skolan positivt på flera sätt, vilket bekräftas av organisationens ledning.

*Organisationer med personal och studenter från olika kulturer blir **en mer trovärdig röst** i samhället.*



BÄSTA PRAxis

- 1 Arbetar aktivt för mångfald genom att anställa personer från tredje land
- 2 Har skapat ett manifest som främjar mångfald
- 3 Arbetar aktivt på att nå ut till perifera områden
- 4 Främjar en positiv syn på mångkultur

Skolan uttrycker sin starka etiska grundsyn i ett manifest som inleds med orden: "I tider av starka högervindar och växande främlingsfientlighet hotas också fundamentet för den fria och inkluderande utbildning som vi står för. Därför vill vi nu satsa på kommunikation som lyfter värdegrunden och verksamheten som en motvikt till krafter som motverkar ett öppet, kreativt samhälle som ger människor fler chanser att utvecklas."

Folkhögskolan har även nytta av de olika kulturella perspektiven när de presenterar sitt utbud av konstnärliga kurser. Resultatet blir en rikedom och ett djup i kunskapen om olika kulturer.



PROJEKTBSKRIVNING



Skolan har tagit fram ett manifest som beskriver hur man, bland annat genom att anställa tredjelandsmedborgare, aktivt agerar emot ett samhälle där högerpolitik och främlingsfientlighet sprider sig alltmer.



NYCKELINFORMATION

15%

anställda från tredje land (60 på heltid samt ett antal gästlärare, säsongsarbetare m.m.)

896

studenter

1914

Skolan öppnades

€6 miljoner

ca omsättning



Adecco

(FRANKRIKE – REKRYTERING)

Adecco Group är en stor fransk koncern som arbetar med personallösningar, bland annat inom rekrytering och bemanning. Några av koncernens företag rekryterar personer och sammanför dem med arbetsgivare.

Adecco har 900 filialer och kontor med cirka 6 000 anställda i Frankrike (huvudkontor och kärnverksamhet). Mindre än 2 % av de anställda i Frankrike är tredjelandsmedborgare. Varje vecka arbetar cirka 130 000 personer som uthyrda konsulter hos Adeccos kunder (500 000 årligen), och av dessa är 10 % från tredje land.

Adecco Group har startat "Adecco Insertion Network" för att sammanföra bemanningsföretag som vill arbeta för att inkludera personer som idag står utanför arbetsmarknaden. Detta gör man under flera varumärken: Humando, Idées Intérim och Janus. Dessa företag verkar inom IEA-sektorn (Integration through Economic Activity). Adecco står för kärnvärderingarna passion, entreprenörskap, ansvar, laganda och kundfokus. Mer specifikt betyder detta: icke-diskriminering och en verksamhet (inbegripet IEA-företagen) vars övergripande syfte är att hjälpa personer till anställning utifrån deras befintliga kunskaper och utbildning när detta är möjligt och därmed lägga grunden till en långsiktig etablering på arbetsmarknaden.

Adecco använder en rad metoder för att hjälpa personer som står långt från en anställning, däribland personer med icke-europeisk bakgrund, att komma in på arbetsmarknaden.

Några av dessa metoder har att göra med anställningsprocessen: workshoppar om att skriva CV och personligt brev, validering av tidigare erfarenheter genom ett video-CV där personen får berätta om sig själv och sitt arbetsliv ur sitt eget perspektiv. Andra metoder har att göra med integrationen på arbetsplatsen: kurser i franska för flyktingar; definiering av det egna professionella projektet; hjälp med körlektioner och samåkning; stöd vid bostads-sökande och i andra sociala frågor; samarbete med aktörer med särskild kompetens, t.ex. utbildningsinstitutioner, samt arbete som hjälper kunderna att utforma hållbara karriärvägar och effektiv placering.

Adecco Group behandlar inte tredjelandsmedborgare annorlunda än andra. Däremot är de medvetna om att det krävs särskild kompetens för att hjälpa vissa personer, exempelvis personer från tredje land, att etablera sig på arbetsmarknaden.

Dessutom deltar Adecco Group genom sina IEA-organisationer i HOPE-projektet (Housing, Orientation and Employment). Detta är ett program med särskilt fokus på flyktingar.

PROJEKTBSKRIVNING



Adecco använder en rad metoder för att hjälpa personer som står långt ifrån en anställning, däribland personer med icke-europeisk bakgrund, att komma in på arbetsmarknaden. Metoderna används både vid rekrytering och på arbetsplatsen.

NYCKELINFORMATION

900

kontor

130 000

arbetar för Adeccos kunder
som uthyrda konsulter

10%

av dessa är från tredje land

BÄSTA PRAXIS

- 1 Adecco Group Foundation håller workshoppar om CV, personligt brev och intervjuer för flyktingar
- 2 Hjälper till med körlektioner genom organisationen FAF TT och arrangerar samåkning
- 3 Håller kurser i franska för flyktingar i särskilda program
- 4 Ger hjälp med bostadssökande och andra sociala frågor
- 5 Deltar i HOPE-projektet (Housing, Orientation and Employment) för flyktingar (offentligt-privat samarbete)



2

Egenföretagare

Egenföretagare och företagsägare från tredje land utgör en betydande del av den nationella och europeiska ekonomin. De lyckas ofta vända utmaningar till sin fördel och skapa något positivt av dem.

Aladin Foods¹

(BULGARIEN - RESTAURANG)

En framgångsrik snabbmatskedja som startades i Bulgarien och nu har öppnat franchiserestauranger i Rumänien.

Aladin Harfan utvandrade från **Syrien** till Bulgarien, där han startade snabbmatskedjan Aladin Foods **1998**. Han blev bulgarisk medborgare 2004. Företaget driver för närvarande **32 snabbmatsrestauranger** över hela landet och fortsätter att expandera med sikte på utlandet. Företaget har **870 anställda**. Som en naturlig följd av framgången har man även startat en kycklingfabrik i närheten av Plovdiv där man drar nytta av innovativ teknik för att själva producera maten som serveras i restaurangerna.

Delvis beror den lyckade verksamheten på en omfattande CSR-strategi som innebär att man tar ett större socialt ansvar, särskilt för flyktingar. Företaget **samarbetar med icke-statliga organisationer** som tillhandahåller tjänster till flyktingar, och tillsammans med ideella samarbetspartners **utannonserar man lediga tjänster direkt för flyktingar och personer som söker humanitärt uppehållstillstånd**.

info@aladinfoods.bg

¹ - Baserat på Stana Iliev, *Where There is a Will, There is a Way: Private Sector Engagement in the Employment of Beneficiaries of International Protection*, UNHCR-Bulgaria, 2017





© www.facebook.com/AladinFoods



© www.facebook.com/AladinFoods

NYCKELINFORMATION

1998

Första restaurang-
en öppnades

32

snabbmatsrestaurang-
er i Bulgarien

870

anställda

BÄSTA PRAXIS

- 1 Bostad med rimlig hyra åt anställda från tredje land
- 2 Matkuponger ingår i lönen
- 3 Fri transport till nattskift
- 4 Rekryterar och anställer flyktingar från tredje land

Barako Kávéház

(CAFÉ – UNGERN)

Ett café och aktiebolag i distrikt II i Budapest som säljer specialkaffe från odlare i Filippinerna.

Ryan Andres, som själv kommer från Filippinerna, startade företaget 2014 när han öppnade caféet Barako Kávéház i Budapest. Han arbetar nu heltid i caféet tillsammans med 3 deltidanställda. Idag kommer alla anställda från Ungern, men under de 5 år företaget funnits har han strävat efter mångfald genom att anställa personer med olika etnisk och religiös bakgrund, t.ex. kristna, judar och muslimer, både från europeiska och icke-europeiska länder.

Ryan försöker skapa en multikulturell atmosfär genom att servera etniska rätter och kaffespecialiteter och genom att anställa personer med olika etnisk och religiös bakgrund som kommer både från EU-länder och från tredje land. Han vill uppnå så stor mångfald som möjligt och sammanföra människor. Detta försöker han uppnå genom att vara öppen för på det ungerska kulturen samtidigt som han lockar andra att smaka det filippinska köket.

Så här beskriver han själv sin företagsfilosofi: *”Detta är min bästa metod för att låta min kultur möta din: Jag ställer fram filippinska desserter och kaffesorter så att gästerna blir nyfikna på hur de smakar. När de väl har smakat kommer de såklart tillbaka, eftersom de gillar det. Det handlar alltså inte bara om god konfliktlösning för min del, det är också väldigt effektiv marknadsföring.”*

För mer information:

<https://www.facebook.com/BARAKOKAVEHAZ/>

Även om det är mest praktiskt att anställa ungersktalande anstränger jag mig medvetet för att välja personer med olika kulturell och religiös bakgrund för att främja mångfalden.

Jag försöker integrera den ungerska kulturen samtidigt som jag introducerar små delar av min kultur, särskilt när det gäller mat. Om det finns något som kan lösa kulturella konflikter så är det mat.



© www.facebook.com/BARAKOKAVEHAZ

NYCKELINFORMATION

3

deltidsanställda

1

café

BÄSTA PRAXIS

- 1 Har lärt sig sköta administrativa och ekonomiska arbetsuppgifter själv
- 2 Anställer personer från olika länder för att främja mångfald

Kabulagna

(ITALIEN - RESTAURANG)

Den första afghanska restaurangen och pizzerian i Bologna bidrar till social och yrkesmässig inkludering av flyktingar och migranter.

Kabulagna är en restaurang och pizzeria som specialiserar sig på det afghanska köket. Ägaren kommer själv från Afghanistan och har en italiensk partner. De öppnade restaurangen i mitten av februari 2019 och arbetar båda där. För tillfället har de en anställd och en praktikant, men de är också på gång med att ta in ytterligare två praktikanter, båda från tredje land.

Ägarnas mål är inte bara att skapa ett framgångsrikt företag, utan även en miljö som bidrar till social och yrkesmässig inkludering av personer från tredje land, särskilt migranter och flyktingar som anlänt till Italien som ensamkommande minderåriga. Tack vare att restaurangen är liten kan den drivas på ett sätt som låter dem hjälpa arbetare från tredje land att lära sig sådant de behöver veta för att kunna försörja sig på ett arbete.

För att aktivt inkludera personer från tredje land planerar Kabulagna att starta praktikantprogram, särskilt genom SPRAR-systemet (ett italienskt program för flyktingar och asylsökande som finansierar praktikantplatser på företag), som gör inkludering lättare och mer lockande.

Restaurangens ägare är noga med att uppmärksamma varje anställd individuellt utifrån dennes roll och arbetsområde. Eftersom ägaren själv har upplevt mottagningsystemet, både som gäst och arbetare, vet han hur svårt det är att bli ekonomiskt självständig och kan förstå och stötta anställda från tredje land.

Språket är en barriär som övervinns stegvis: de anställda får börja med att lära sig ord de behöver kunna i arbetet, och med hjälp av långsam och tydlig kommunikation får de sedan hjälp att förbättra språkkunskaperna.



NYCKELINFORMATION

2019

Restaurangen
öppnades

AFGHANSK ÄGARE

med italiensk partner

1

anställda från
tredje land

1

praktikant från
tredje land

PROJEKTBeskrivning



Kabulagna öppnade som Bolognas första afghanska restaurang och pizzeria med det uttalade målet att bygga ett framgångsrikt företag genom inkludering av ensamkommande minderåriga.



BÄSTA PRAXIS

- 1 Anställda från tredje land arbetar sida vid sida med någon av ägarna
- 2 Anställda från tredje land får hjälp att lära sig språket
- 3 Praktikantprogram lanseras genom SPRAR-systemet
- 4 Restaurangen drivs tillsammans med italiensk partner
- 5 En inkluderande arbetsmiljö skapas

SC Karema Fruct Srl

(RUMÄNIEN – FRUKTAFFÄR)

Sedan 1995 har Karema Fruct sålt frukt och grönsaker i Rumänien och även exporterat till Turkiet.

Företaget distribuerar frukt och grönsaker och har 47 anställda, varav 10 kommer från tredje land (Moldavien, Egypten och Turkiet). Affären ligger i Ilfov och öppnades av en turkisk medborgare 1995. När ägaren, själv tredjelandsmedborgare, öppnade affären var de rumänska reglerna för företagande enklare och mer gynnsamma för utländska investerare.

Tillväxten och utvecklingen av företaget bygger på ägarens egen erfarenhet och den starka affärsrelationen mellan Turkiet och Rumänien. Andra viktiga faktorer är hårt arbete, respekt för landets lagar och respekt för de anställda. Sist men inte minst har man haft nytta av att anställa personer med turkisk bakgrund (för närvarande 8).

Precis som företagets ägare vet de turkiska medarbetarna hur man kommunicerar och samarbetar med företag i Turkiet, det främsta exportlandet. Anställda med utländsk bakgrund är därför en stor tillgång för företaget.



NYCKELINFORMATION

47

anställda

20%

anställda från
tredje land

Egen transportflotta

"Kvalitetsstyrningssystem" tillämpas i hela företaget

Några av de främsta kunderna

är Metro Group, Rewe Group, Cora och Carrefour

BÄSTA PRACTIS

- 1 Anställer tredjelandsmedborgare för mervärde
- 2 Skapar en inkluderande arbetsmiljö
- 3 Nyanlända medarbetare från tredje land får stöd i integrationen genom mentorer som också kommer från tredje land men har arbetat längre på företaget



© Karema Fruct Romania

Taybat

(ÖSTERRIKE – BAGERI)

Taybat är ett syriskt bageri i Österrike som tillverkar och säljer levantinska bakverk i två butiker i Wien samt på nätet.

Mohammed Hisahm Hawat, Taybats ägare, började sälja syriska bakverk i egen butik 2017. När han träffade sin nuvarande affärspartner bestämde de sig för att utöka verksamheten genom att öppna en andra butik 2018 och börja tillverka bakverken själva. De ser sig som ett socialt företag och har fem syriska flyktingar bland sina anställda. De planerar också att anställa fler när de expanderar framöver. I bageriet arbetar endast män eftersom det är tungt att kavla ut degen. På säljsidan arbetar däremot kvinnor. Målet med företaget är att erbjuda högkvalitativa, sockersnåla produkter och visa upp Syriens "söta sida" i Österrike.

Hawat mötte finansiella och administrativa utmaningar när han försökte starta sitt företag 2017. Han kunde dock låna pengar av vänner och släktingar och fick råd av andra bagare och konditorer genom WKO, den österrikiska handelskammaren. Detta, tillsammans med mentorshjälp och coaching via två andra program, hjälpte honom att komma igång.

Hawats ekonomiska utbildning och hans erfarenheter från bankbranschen hjälpte honom att klara de ekonomiska aspekterna av att starta ett företag. Han letade aktivt upp möjligheter som ÖIF:s mentorsprogram, som han hittade och ansökte till på nätet. Hawat och Hassan-Imara planerar att expandera ytterligare i Österrike och Europa och erbjuda anställning åt fler av sina syriska landsmän.

Gör noggrann research innan du startar ett företag. Tro på din affärsidé och erbjud en unik, högkvalitativ produkt.

Var försiktig när du investerar och försök få så mycket förhandsinformation som möjligt så att du slipper otrevliga överraskningar. Jag hade också tur som träffade min affärspartner Hassan-Imara på Wirtschafsuniversität Wien (Wiens handelsuniversitet).



BÄSTA PRAXIS

- 1 Sök efter utbildningar och ekonomiska möjligheter på och utanför internet
- 2 Delta i coachnings- och mentorsprogram
- 3 Se till att synas och höras så att kunderna upptäcker dig

NYCKELINFORMATION

2:a

butiken öppnades inom ett år

5 flyktingar anställda

däribland två kvinnliga och en med funktionsnedsättning



3

Projekt

I och med att antalet tredjelandsmedborgare ökar i Europa investerar samhället, privata företag, nationella institutioner samt EU-institutioner mer och mer för att främja inkludering och anställningsbarhet.

Cyperns informationsguide för tredjelandsmedborgare

(CYPERN - EU-PROJEKT)

Informationsguide med allmän information om Cypern som ska underlätta integrationen av tredjelandsmedborgare i det cypriotiska samhället.

Cyperns informationsguide har tagits fram som en del av projektet "Upgrade of the Cyprus Information Guide" och medfinansieras av Europeiska kommissionens Asyl-, migrations- och integrationsfond (AMIF) och cypriotiska staten.

Guiden ger tredjelandsmedborgare allmän information om Cypern för att hjälpa dem att komma in i det cypriotiska samhället och etablera sig på arbetsmarknaden. Informationsguiden har utvecklats för att främja ömsesidig respekt mellan utländska medborgare och det lokala samhället och informera om grundläggande vardagsaktiviteter och rättigheter och skyldigheter. Det främsta syftet med guiden är att hjälpa invandrare att bli delaktiga i Cyperns ekonomiska, sociala och kulturella liv. Guiden finns på engelska, arabiska, filipino, hindi, moldaviska, rumänska, rys-



BÄSTA PRAXIS

- 1 Materialet bygger på relevanta och tillförlitliga källor
- 2 Främjar ömsesidig respekt mellan tredjelandsmedborgare och det lokala samhället
- 3 Hjälper invandrare att bli delaktiga i Cyperns ekonomiska, sociala och kulturella liv



CYPRUS INFORMATION GUIDE

ka, sinhala, tamil, ukrainska och vietnamesiska. Alla versioner ligger ute på webbsidan.

Guiden är indelad i olika teman och ger information om alla delar av det dagliga livet på Cypern för att underlätta integration och delaktighet i det ekonomiska, sociala och kulturella livet på ön. I synnerhet avsnittet *Employment and Labour Relations* ger information om uppehålls- och arbetstillstånd samt om anställdas rättigheter och skyldigheter på Cypern.

Mer information om projektet finns på: <http://cyprus-guide.org/en/>



NYCKELINFORMATION

9

språk

10

avsnitt med olika teman

MOBILAPP

Swedish Work Environment av Peers Bridge

(SVERIGE – PROJEKT)

En serie workshoppar där anställda från tredje land får information om det svenska arbetslivet.

Peers Bridge är ett socialt företag som arbetar med interaktiva och kreativa workshoppar och upplevelser för att främja ett inkluderande och mångfaldigt samhälle inriktat på hållbarhet.

Grundarna, som själva är invandrare med förstahandserfarenhet av integrationsprocessen, håller en serie kurser om social integration och workshoppar som fokuserar på en rad olika ämnen för att fylla kunskapsluckor och komplettera integrationsarbetet. Svenska normer och värderingar förklaras på deltagarnas modersmål och ur deras eget kulturella perspektiv, vilket är en unik och effektiv metod för att tackla kulturella barriärer och konflikter. Målet är att bidra till ett säkert och jämställt samhälle där alla har samma möjligheter att utvecklas och lyckas.

De som anländer till Sverige har ofta arbetat i väldigt annorlunda kulturer. Eftersom den svenska arbetskulturen är så pass unik uppstår ofta förvirring, särskilt i fråga om oskrivna sociala regler och normer. Peers Bridge syftar till att ge kursdeltagarna kunskap som gör dem rustade att växa och bli framgångsrika i en ny arbetsmiljö. Kurserna omfattar ämnen som platta organisationer, ledarskap, kommunikation och management samt sociala etikettsregler m.m.





© 2018 Peers Bridge

PROJEKTBSKRIVNING



Innehåll i kursen "Swedish Work Environment"

- Kärnvärderingar i organisationer
- Ledarskap, management och kommunikation
- Anpassning till svensk arbetsmiljö
- Rättigheter, skyldigheter och ansvar
- Första dagen på jobbet

BÄSTA PRAXIS

- 1 Erbjuder kurser om svenska normer för anställda från tredje land
- 2 Främjar inkludering av tredjelandsmedborgare i den nya arbetsmiljön
- 3 Ökar anställdas förståelse av sammanhanget de befinner sig i
- 4 Använder ett språk och språkligt register som är bekant för deltagarna

Transformify¹

(GLOBAL PLATFORM – PROGRAMVARA FÖR PERSONALRESURSER)

Företaget hjälper flyktingar att ha en inkomst redan innan de får öppna ett bankkonto i värdlandet.

Transformify är en global CSR-plattform som samarbetar med socialt ansvarstagande företag för att ge arbete åt personer i socialt utsatta positioner, även de som vill arbeta på distans. Transformify startades 2015 och hjälper flyktingar att arbeta på distans och ta emot betalning på ett virtuellt bankkonto som är kopplat till ett förbetalt bankkort. Organisationen samarbetar med Payoneer, en betaltjänst som erbjuder betalningsordrar via internet och elektroniska betalningar. Företaget gör det möjligt för flyktingar att ha en inkomst redan innan de får öppna ett bankkonto i värdlandet. Det är en allt-i-ett-lösning för rekrytering. Rekryterare från över 150 länder använder plattformen för att hitta toppkandidater, spåra sökande via ett ATS-system och överföra betalningar till frilansare och anställda världen över.

Transformifys rekryteringsplattform fungerar globalt och utnyttjar teknik (HR-tech, fintech och AI) för att hjälpa rekryterare att göra snabba anställningar, undvika felanställningar och spara stora belopp. Den kan användas både av arbetssökande, frilansare, och av företag som vill anställa.

Servicesen är gratis för flyktingar och ekonomiska migranter och betalas bara av arbetsgivare. Det finns lågkostnadsalternativ såsom "Marknadsinträde informationsservice för Startups", som hjälper startupföretag att komma in på nya marknader till en låg kostnad genom att anlita frilansare utomlands och sätta ihop team i coworkingkontor. Paketet är attraktivt för både startupföretag som letar efter anställda, däribland tredjelandsmedborgare, och för egenföretagare från tredje land.

www.transformify.org

1 - Baserat på Stana Iliev, *Where There is a Will, There is a Way: Private Sector Engagement in the Employment of Beneficiaries of International Protection*, UNHCR-Bulgaria, 2017

Hire highly-skilled freelancers
and consultants.
In-office or remote.



© 2018 Transformify Ltd.

NYCKELINFORMATION

150+

länder

130+

valutor

15+

CSR-program

100+

partner

PROJEKTBSKRIVNING



Transformify är en global CSR-plattform som samarbetar med socialt ansvarstagande företag för att ge arbete åt personer i socialt utsatta positioner, även de som vill arbeta på distans.

BÄSTA PRAXIS

- 1 Företagsansvar (CSR)
- 2 Låter flyktingar arbeta på distans
- 3 Allt-i-ett-lösning för rekrytering
- 4 Erbjuder budgetalternativ

Sverige

Integration av flyktingar och andra invandrare har varit en central prioritet i Sverige under de senaste decennierna. År 2018 fanns cirka 10 miljoner invånare i Sverige och ungefär **en femtedel av Sveriges befolkning är av invandrabakgrund** och arbetslösheten i den gruppen är större än bland infödda. Enligt Statistiska Centralbyråns undersökning år 2018 **var sysselsättningsgraden bland utlandsfödda svenskar mellan 20-64 år 70,1 %**, jämfört med 86,5% för svenskfödda i samma ålder. Sysselsättningsgraden för både infödda och utrikesfödda har ökat under de senaste tio åren, men skillnaden har bestått.

År 2015 fanns det nära 204 500 egenföretagare i åldrarna 25-64 i Sverige. Sammantaget var 23 % av dessa invandrare. De flesta av dessa företag är små och lokala företag (till exempel inom handel, restaurang- och tjänstesektorn). Av alla sysselsatta utrikes födda var 7 % egenföretagare, och motsvarande siffra för infödda 5 %. Företagande är alltså vanligare bland invandrade än infödda svenskar.

Den som anställer en person med utomeuropeisk nationalitet måste **kontrollera att individen har rätt att bo och arbeta i Sverige** (det vill säga att de har ett giltigt uppehållstillstånd eller motsvarande dokument) och arbetsgivaren är skyldig **att anmäla detta till Skatteverket**. Arbetsgivaren måste även annonsera sin position i Sverige och inom EU / EES och Schweiz i minst tio dagar på Arbetsförmedlingen.

Individer som kommer från ett icke EU-land och som vill bli egenföretagare och etablera sig i Sverige behöver inte något arbetstillstånd men behöver **ansöka om uppehållstillstånd**. För uppehållstillståndsansökan måste individen lämna specifika handlingar angående verksamhetens art (detaljerad affärsplan, bevis på kapital som krävs för att upprätta eller köpa ett företag, etc.). Ett uppehållstillstånd som beviljats egenföretagare gäller normalt för en tvåårig provperiod, om inte ansökan avser en kortare period än detta. Efter två år kan sökanden begära ett permanent uppehållstillstånd.

ANVÄNDBARA LÄNKAR:

Hur man startar ett företag som egenföretagare: www.verksamt.se

Ansökningar och tillståndsgivning: www.migrationsverket.se

Mi2AGE

Arbetskraftsintegration
för tillväxt i Europa