

**Søknadsskjema for Bolyst.**

1. Hva er navnet på prosjektet?	Omdømmebygging i Nord-Troms
2. Hvem er juridisk eier av prosjektet?	Nord-Troms Regionråd DA org. nr 979470452
3. Søknadsbeløp:	2.577.000 kroner over 3 år
4. Når skal prosjektet gjennomføres (fra – til)?	01.09.2011 – 31.08.2014
5. Hvem er kontaktperson(er)? Navn, adresse, telefonnummer og e-post.	Berit Fjellberg Nord-Troms Regionråd, Hovedveien 2, 9151 Storslett Tlf: 77770586 E-post: berit.fjellberg@halti.no
6. Prosjekt- og/eller arbeidsgruppe(r) Gi en kort oversikt over organiseringen av prosjektet.	<p>Vi har gjennomført et skreddersydd pilotprosjekt (forprosjekt) i samarbeid med Universitetet i Tromsø, Norgesuniversitetet og Troms Fylkeskommune: "Omdømmebygging i Nord-Troms". Forprosjektet vurderes som vellykket. Det har:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Skapt interesse og engasjement blant befolkningen i 6 kommuner</li><li>▪ Skapt forankring i kommunale og regionale organer</li><li>▪ Etablert et sterkt samarbeid med Universitetet i Tromsø/bygd et fagmiljø på omdømmearbeid i regionen</li><li>▪ Synliggjort en felles identitet i regionen – "tre stammers møte"</li><li>▪ Prøvd ut ny teknologi for dialogkonferanser</li><li>▪ Skapt forventninger om konkrete resultater</li><li>▪ Resultert i en hovedprosjektbeskrivelse med handlingsrettede aktiviteter</li><li>▪ Resultert i positive vedtak i regionråd og kommuner om videreføring i et hovedprosjekt</li></ul> <p>Organisering etter samme modell som forprosjektet:</p> <p><u>Prosjekteier</u> Nord-Troms Regionråd DA ( De 6 kommunene i Nord-Troms: Kvæningen, Nordreisa, Skjervøy, Kåfjord, Storfjord og Lyngen)</p> <p><u>Styringsgruppe</u> Rådmannsutvalget (Rådmenn fra de 6 kommunene)</p>

	<p><u>Prosjektleder</u> Leder og koordinerer prosjektet</p> <p><u>Prosjektmedarbeidere</u> Deltid/frikjøp av en person i hver kommune som driver aktivitetene</p> <p><u>Referansegruppe</u> En fra hver kommune (De som i forprosjektet deltok i prosjektgruppa)</p>
<p>7. Gi en kort omtale av prosjektet. Maks 250 ord. Forsøk å være så operativ som mulig. Jfr også punkt om gjennomføringsevne i utlysningsteksten.</p>	<p>Nord-Troms er lite kjent utover egne grenser og mangler et tydelig omdømme. Det gir oss muligheter til å skape et!</p> <p>Vi vil finne det unike ved å gå på jakt blant våre kultur – og identitetsuttrykk og velge ut noen som vi presenterer på et profesjonelt vis for omverden. Eksempler: Urfolksfestivalen Riddu Riddu, Nasjonalparklandbyen Storslett, Lyngsalpene, Nordkallotsenteret, elvebåten, historien om Mor Lyng og Skjervøykongen, Siidasamfunnet på Spildra, Halti kvenkultursenter og 3 stammers møte.</p> <p>De bildene som skapes av Nord-Troms skal være basert på det genuine og ekte, men samtidig ta inn i seg framtidens visjoner om regionen.</p> <p>Utvelgelsen skal bygge på en nordtroms-identitet som befolkningen kan kjenne seg igjen i og være ambassadører for og presenteres gjennom for eksempel film og videosnutter, skriftlige historier, utstillinger, digitale medier etc.</p> <p>Forprosjektet tydeliggjorde en felles identitet: "Tre stammers møte" ( det historiske møtet mellom nordmann, kven og same).</p> <p>Om det er et begrep som har tolkningstoleranse nok til å kunne inkludere ulike forståelser, vil være en del av bearbeidingsprosessen i hovedprosjektet. Ungdom er en slik gruppe som trolig vil ha andre referansepunkt og gi begrepet nytt meningsinnhold.</p> <p>Hovedaktiviteter som vil bidra til å skape identitet og omdømme:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Velge 10 profileringsprodukt basert på identitetsuttrykk fra regionen. Valg av budskap i forhold til målgruppe og pakking i verbale eller visuelle virkemidler.</li> <li>2. Formidling av budskap gjennom valgte kommunikasjonskanaler (distribusjon)</li> <li>3. Kunnskap om unge i Nord-Troms sin forståelse av regionens identitet og attraktivitet, særlig knyttet til bolyst og entreprenørskap for å målrette tiltakene mot ungdom særskilt. Dialogseminar og forskning – grunnlag for handlingsplan</li> <li>4. Læring og spredning</li> </ol>

<p>8. Hvem er målgrupper for prosjektet?</p>	<p>På bakgrunn av at regionen preges av nedgang i folketall og aldersskjevhet i befolkningen, har vi valgt å prioritere flere segment, og ha et spesielt fokus på <u>ungdom</u> innenfor alle disse:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Potensielle tilbakeflyttere</li> <li>▪ Potensielle innflyttere</li> <li>▪ Regionens innbyggere og næringsliv</li> <li>▪ Potensielle næringsetablerere</li> </ul>
<p>9. Hvordan skal målgruppen(e) informeres/involveres i prosjektet?</p>	<p>Hver kommune har en prosjektmedarbeider som har den lokale kontakten med befolkningen, politikere, administrasjon og næringsliv i egen kommune. Målgruppene involveres ved deltakelse på dialogseminar, inspirasjonssamlinger og gjennom hjemmesider til samarbeidsaktørene; kommunene, Nord-Troms Næringsforum, Nord-Troms Nett (<a href="http://www.nettnord.no">www.nettnord.no</a>) Prosjektet oppretter sider på sosiale medier (face book etc.) og etter hvert via den regionale nettportalen som skal utvikles. Vi vil også benytte vår lokalavis som dekker de 6 kommunene som medspiller for å nå målgruppene.</p>
<p>10. Hva er mål og eventuelt delmål for prosjektet?</p>	<p><b>Visjon: Nord-Troms skal fremstå som attraktiv og nytenkende</b></p> <p><u>Hovedmål:</u> Styrke <i>felles regional identitet</i> og samtidig bygge et <i>positivt omdømme utad</i></p> <p><u>Aktivitetsmål:</u> Intern mobilisering av regionens innbyggere (identitetsbygging): Gjennomføre tiltak som skaper stolthet og øker bevissthet om regionens muligheter Eksternt fokus (omdømmebygging) : En felles forståelse og profilering av regionens fortrinn. Finne fram til de unike "prosjekter" som kan danne basis for omdømmebygging / profilering av regionen</p> <p>Tiltakene skal øke bolyst og boglede og stimulere til entreprenørskap og grunderutvikling</p> <p><u>Delmål:</u> HA 1: Finne felles identitetsuttrykk("skatteboks" / markedsførings-elementer) som kan danne grunnlag for både identitetsbygging og omdømmebygging.</p> <p>HA 2: Lage en felles nettportal for Nord-Troms der regionen presenteres og der man bruker erfaringer og materiale fra de andre delmålene til å lage en attraktiv portal.</p> <p>HA 3: Unge i Nord-Troms. Finne mer ut om hvordan ungdom identifiserer seg med regionen og hvordan de beskriver</p>

	<p>nordtromsidentiteten. Hvordan ønsker de at Nord-Troms skal framstå for å gi et godt inntrykk som bidrar til godt omdømme. Dette skal konkretiseres i hva som skal til for å øke bolyst og entreprenørskap – at man vil slå seg ned her og ser muligheter for å skape noe for seg sjøl.</p> <p>HA 4: Læring og erfaring – spredning</p>
<p>11. Hvordan er målene forankret i lokale/regionale styringsdokumenter?</p>	<p>Prosjektet er forankret i Strategisk plan for Nord-Troms Regionråd – "Nord-Troms Strategier" 2007-2016 , og er et av 5 innsatsområder i planen.</p> <p>Visjon: <b>Nord-Troms skal fremstå som attraktiv og nytenkende</b></p> <p>For innsatsområde 5 "Profilering av Nord-Troms" er det satt følgende mål:  <b>- "felles profilering og merkevarebygging for å skape bolyst og være en livskraftig region"-</b></p> <p>For å realisere målet er det utformet ulike strategier, hvorav "omdømmebygging – styrke felles regional identitet og samtidig bygge et positivt omdømme av regionen" er en av strategiene.</p> <p>I 2009 – 2010 ble det gjennomført et forprosjekt som hadde følgende overordnede mål :  <b>Det skal utvikles konkrete tiltak som styrker felles regional identitet og samtidig bygger et positivt omdømme av regionen utad.</b></p> <p>Rådsforsamlingen (regionrådets høyeste organ) som består av 3 politikere og ordførerne fra hver kommune, anbefalte å videreføre satsingen i et hovedprosjekt. Regionrådet gjorde vedtak 11. januar 2011 om videreføring av et hovedprosjekt i henhold til prosjektskisse. Alle kommuner har vedtatt en videreføring med et hovedprosjekt over 3 år fra 2011 - 2014.</p>
<p>12. Hva slags resultatindikatorer har prosjektet for måloppnåelse?</p> <p>Beskriv hvordan dere skal arbeide for å finne ut om dere når målene i prosjektet?</p>	<p>Hovedprosjektet er meget aktivitetsrettet basert på utredninger og vurderinger gjort i forprosjektet. Det er kun for målgruppen unge vi mener det må gjøres mer utredningsarbeid.</p> <p>Det er utarbeidet milepælsplan for alle hovedaktiviteter, som er et nyttig verktøy for å vurdere framdrift og måloppnåelse ( se prosjektbeskrivelse)</p> <p>HA 1: Måltall angitt</p> <p>HA 2: Realisering av nettportal</p>

	<p>HA 3: Gjennomføring av dialogkonferanser /antall deltakere Utarbeide handlingsplan</p> <p>HA 4: Sluttrapport / evalueringsseminar</p> <p>Prosjektet samarbeider med Universitetet i Tromsø om følgeevaluering . I henhold til avtale vil UiT følge opp lokal implementeringsprosess, der ferdigheter og kunnskaper fra studiet under forprosjektet skal tas i bruk. Følgeevalueringen vil både rette seg mot organiseringen og samarbeidsformer og mot analyse og virkninger av de valgte tiltakene.</p> <p>Etter hvert prosjektår skal det utarbeides rapporter. God dokumentasjon underveis i prosessen er avgjørende for å trekke konklusjoner i slutfasen. Spredning til interesserte via et evalueringsseminar ved prosjektslutt.</p>
<p>13. Beskriv kort hva dere tror vil ha størst læringseffekt for andre prosjekter/kommuner.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erfaring om hvordan man kan benytte kompetanseutvikling som en kraft i utviklingsprosesser. Kompetanse knyttes direkte til de utfordringer man står overfor og anvendes i praksisfeltet.</li> <li>▪ Kompleks prosjektmodell med mange aktører som jobber medstrøms for felles måloppnåelse – medvirkning og rasjonell samhandling og bruk av ny teknologi</li> <li>▪ Omdømmebygging av regioner, - mer kompleks enn omdømmebygging av organisasjoner eller steder</li> </ul>
<p>14. Hvor geografisk konsentrert vil prosjektet ha effekt? (sett kryss)</p>	<p>a) helt lokal effekt</p> <p>b) effekten kommer i flere kommuner i regionen <b>X</b></p> <p>c) effekten kommer i hele fylket</p> <p>d) effekten kommer i eget fylke og i andre fylker</p> <p>e) effekten kommer i eget fylke, samt i andre fylker og/eller utenfor Norge</p>
<p>15. Gi en kort omtale over hvordan arbeidet eventuelt er tenkt slutført/videreført etter prosjektets slutt. Maks 250 ord.</p>	<p>Tiltakene er av en slik art at de dekker et behov kommunene og regionrådet har, og prosjektets arbeid vil naturlig implementeres i deres virksomhetsområder. Kommunene har allerede et etablert IKT - samarbeid og en felles ungdomssatsing. Innenfor reiseliv er det også samarbeidskonstellasjoner og man har et regionalt næringsforum. Alle disse vil bli brukere av de markedsføringselementene som utvikles.</p>

	De tiltak som iverksettes vil forankres i kommunenes og regionrådets plandokumenter.
<p>16. Hvilke effekter av prosjektet ser dere for dere at prosjektet skal føre til?</p> <p>Gi gjerne egne beskrivelser av effekter, og begrunn hvordan prosjektet kan føre til disse.</p> <p>Eksempler på effekter kan være:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Stabilisere eller øke befolkningen</li> <li>Styrke, sikre eller etablere arbeidsplasser</li> <li>Opprettholde/videreutvikle eksisterende virksomhet eller bidra til nyetableringer</li> <li>Økt innovasjon eller innovasjonsevne</li> <li>Økt kompetanse (både realkompetanse og formalkompetanse) for målgruppen</li> <li>Økt tilgjengelighet (bedre veier, havner, andre transporttiltak og bredbånd)</li> <li>Styrke regionale sentra</li> <li>Å gjøre stedet/kommunen/området mer attraktivt som bosted eller lokaliseringsvalg for bedrifter?</li> <li>Å gjøre stedet/kommunen/området mer attraktivt som reisemål</li> </ol>	<p><b>Identitetsbygging og omdømmebygging</b></p> <p>Vi tror tiden for en felles omdømmesatsing i vår region er riktig. Regjeringen har gjennom sin nordområdestrategi <i>Nye byggesteiner i nord</i> erklært nordområdene som Norges viktigste strategiske satsingsområde i årene som kommer. Slik oppmerksomhet kan medvirke til et mer positivt selvbilde (økt stolthet og tro på seg selv) for folk i regionen, i tillegg til de mange mulighetene i nord som er pekt på i strategidokumentet. I tillegg foreligger det spennende planer for videre utvikling av samarbeidet mot øst gjennom <i>Tornedalsrådet</i>, hvor tre av kommunene i Nord-Troms deltar.</p> <p>Omdømme refererer til omgivelsenes oppfatning av et sted, og vi tenker at dersom man greier å skape et positivt bilde av Nord-Troms i andres øyne, vil dette påvirke forståelsen stedets innbyggere har av stedet og egen identitet. Samtidig skjer en motsatt prosess, der den styrkede felles identiteten kan bidra til å forsterke og synliggjøre omdømmet utad.</p> <p>Hvis vi både skaper identitet og godt omdømme, vil vi kunne ha følgende effekter:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fokus på regionens kvaliteter og det unike</li> <li>- Økt attraktivitet</li> <li>- Større synlighet – felles identitet, merkevare og profilering</li> </ul> <p>Dette vil igjen føre til at regionen kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- være attraktiv for unge som skal etablere seg</li> <li>- tiltrekke seg talenter og entreprenører</li> <li>- gi boglede for befolkningen</li> <li>- bli mer attraktiv som lokaliseringsted for bedrifter</li> <li>- utvikle natur - og kulturbasert reiseliv som er prioritert satsingsområde i regional næringsplan</li> </ul>

**Vedlegg:** Prosjektbeskrivelse med budsjett, finansieringsplan, milepælsplan  
 Resultat fra forprosjektet er presentert i prosjektbeskrivelsen