

Frist: 25.mai

Sendes til: [postmottak@krd.dep.no](mailto:postmottak@krd.dep.no)**Årlig rapport BOLYST**Til: **KRD**Fra: **Nord-Troms regionråd DA**Dato: **14.05.14**

<b>Kommune:</b>	<b>Kvænangen, Nordreisa, Skjervøy, Kåfjord, Lyngen og Storfjord</b>
<b>Prosjektnavn:</b>	<b>Omdømmebygging i Nord-Troms</b>
<b>Prosjektleder:</b>	Silja Karlsen
<b>Leder i styringsgruppen:</b>	Einar Pedersen/ Ellen B. J. Lundberg Saksrådmann: Reidar Mæland/ Einar Pedersen
<b>Saksordfører</b>	Torgeir Johnsen
<b>Kontaktperson i fylkeskommunen:</b>	Gunnar Davidsson
<b>Forankring av prosjektet</b> (flere kryss er mulig)	X a) Styringsgruppe X b) Forankring i befolkningen X c) Samarbeid med andre aktører lokalt, regionalt eller nasjonalt
<b>Mål og eventuelle delmål med prosjektet. I hvilken grad har prosjektet nådd eller er prosjektet på vei til å nå sine mål?</b>	<p>Delmål:</p> <p>HA 1: Skattejakt: Det er samlet inn flere hundre skatter i Nord-Troms som skal brukes i forbindelse med valg av hvordan regionen skal profileres. I jakten på det unike i regionen, har man møtt på utfordringer i hvordan man skal jobbe videre. Det er derfor innhentet kompetanse fra et PR-byrå for å jobbe videre med dette. Prosjektgruppa har brukt tid på å forankre dette arbeidet i regionrådet. Det er forventet at jobben med å finne regionens "posisjon" ferdigstilles tidlig på nyåret 2014.</p> <p>HA 2: Felles nettportal: Noe forsinket i forhold til den opprinnelige prosjektplanen. Dette er justert i oppdatert milepælsplan. Det forventes at nettportalen skal være ferdigstilt tidlig på nyåret 2014. Dette ses i sammenheng med regionens valg av posisjon i HA1.</p> <p>HA 3: Unge i Nord-Troms. Det er gjennomført dialogseminar i alle kommunene rettet mot unge i regionen. De tydelige felles funnene er presentert for rådsforsamlingen i Nord-Troms regionråd. Rapporten fra dette arbeidet er under utarbeidelse. Det er laget en tiltaksplan med basis i innspillene fra disse seminarne. Tiltaksplanen inneholder forslag til tiltak som kommunene bør jobbe videre med. Her kan spesielt nevnes boligsituasjonen i kommunene.</p> <p>HA 4: Læring og erfaring –spredning. Prosjektet har bidratt til erfaringsutveksling. Det planlegges å lage en egen oppsummering av ulike tiltak i sluttfasen av prosjektet.</p> <p>Annet:</p> <p>Næringsgruppe: Prosjektet har bidratt til å sette fokus på næringsmedarbeiderne sin rolle i regionalt utviklingsarbeid. Det jobbes</p>

	<p>godt for å etablere en fastere ramme for dette arbeidet mellom næringskonsulentene i kommunene. Dette har man gjennom prosjektfasen ment er viktig for å kunne utvikle regionalt utviklingsarbeid i større grad.</p>
<p><b>Målgrupper for prosjektet, når prosjektet frem til disse?</b></p>	<p>Prosjektet skal ha et spesielt fokus på ungdom innen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Potensielle tilbakeflyttere</li> <li>• Potensielle tilflyttere</li> <li>• Regionens innbyggere og næringsliv</li> <li>• Potensielle næringsetablerere</li> </ul> <p>I denne omgang kartlegger prosjektet hva som skal til for å rekruttere flere til regionen. Gjennom lokale media og egen Facebook-side når prosjektet innbyggere og næringsliv. Det viser seg likevel vanskelig å nå ut med informasjon fra prosjektet. Et eget nyhetsbrev bidrar til informasjon ut.</p> <p>Det har vært nødvendig å spesifisere ytterligere målgrupper i tilflyttingsarbeidet. Unge, spreke jenter utpeker seg som ei gruppe regionen må jobbe for å rekruttere.</p> <p>Prosjektet har gjort undersøkelser i deler av det private næringslivet og i det offentlige for å finne ut behovet for arbeidskraft de 10 neste årene. Resultatene herfra danner også grunnlag for hvilke grupper man må jobbe for å rekruttere til regionen.</p> <p>Gjennom aktiviteter som eksempelvis studenttreff, arbeidslivsdagen på Universitetet i Tromsø, Yrkes- og utdanningsmessa på videregående skole og kontakt med skolene i forbindelse med arbeidet med ungt entreprenørskap når prosjektet ut til målgruppa.</p>
<p><b>Resultat som er oppnådd i form av aktiviteter eller tiltak</b></p>	<p><b>HA 1:</b> Det pågår en <b>skattejakt</b> i regionen. Prosjektmedarbeiderne gjennomfører møter med etablerte strukturer (frivillige lag og foreninger etc.) i den enkelte kommune for å få tips/ideer til hvilke skatter som er viktige for profilering i forhold til målgruppene. Det er totalt sett innhentet flere hundre små og store skatter. Prosjektgruppa har benyttet møter, infoskriv og e-post for innhenting av skatter i "Jakten på det unike". Lokalavisa Framtid i Nord og Skjervøy nærradio er viktige samarbeidspartnere. Disse danner grunnlag for hva man forteller fra regionen, og ulike "profileringselementer" man planlegger. Dette må ses i sammenheng med regionens valg av posisjon. Det har vært en bred prosess i regionen rundt dette arbeidet. Samtidig har prosjektgruppa sett at det har vært nødvendig å jobbe med tilhørighet til regionen. Dette har prosjektgruppa jobbet mer med enn først antatt, bl.a. gjennom felles annonsering av "Hva skjer i Nord-Troms"-sommer. I tillegg har prosjektet arrangert fotokonkurranse med tema på folk og aktiviteter i Nord-Troms. Over 100 bidrag kom inn. Det er laget en egen presentasjonsfilm fra Nord-Troms som aktører som skal ut å presentere regionen kan bruke i markedsføringssammenheng. <a href="http://www.youtube.com/watch?v=wVwwuWzFMg">http://www.youtube.com/watch?v=wVwwuWzFMg</a></p> <p><b>HA 2:</b> Det er jobbet godt for å finne ut hvilken mal man ser for seg på <b>nettportalen</b>. Gjennom etablering av arbeidsgruppe er det jobbet fram tekst som skal publiseres på de ulike sidene. I tillegg har arbeidsgruppa gjennomgått kommunenes hjemmesider, da felles nettportal vil bygge mye og linke mye til disse. Det er systematisk gjennomgått de sidene som er aktuelle å linke til. Kommunene har hatt varierende grad av prioriteringer for å bruke hjemmesidene sine til informasjon ut. Gjennom arbeidet gjort i arbeidsgruppen har kommunene fått</p>

tilbakemelding om endringsforslag. Disse har vært mottatt med ulik respons. Derfor har det vært nødvendig å ta opp dette som egen sak i regionrådet. Det er utarbeidet tekst for de sidene/informasjonen prosjektgruppa ser er aktuelle. Arbeidet med felles nettportal henger tett sammen med valg av posisjon (altså hva Nord-Troms vil være kjent for), siden dette arbeidet har tatt lengre tid enn antatt, er arbeidet med ferdigstillelse av nettportalen også forsinket.

**HA 3: Unge i Nord-Troms.** Det første året ble det gjennomført 6 dialogseminar, et i hver kommune. Totalt deltok 120 unge på dialogseminarene. Innspillene herfra er presenteret i Rådsforsamlingen til Nord-Troms regionråd. Materialet er systematisert og presentert for interessentene (kommunene, næringslivet, andre). Rapporten for arbeidet er under ferdigstillelse. Det er besluttet å ikke søke om et forskningsprosjekt som en forlengelse av den kunnskapen man har innhentet. Entreprenørskap: Prosjektet har jobbet med hvordan entreprenørskap bør bli en del av satsingen i grunnskolene i Nord-Troms. I tillegg har prosjektet spilt inn at dette må satses på til næringskonsulentene i kommunene. Dette arbeidet har tatt med tid enn forventet. Troms fylkeskommune har satt i gang arbeid med Nærings- og utviklingsplan for Nord-Troms. I sammenheng med oppstartsseminaret fikk Omdømmeprosjektet spilt inn at et viktig tema var entreprenørskap. Dette temaet ble satt opp på oppstartsseminaret for Nærings og utviklingsplanen. Dette har ført til at flere kommuner ser betydningen av dette arbeidet og at flere grunnskoler jobber bevisst med denne satsingen.

**HA 4: Læring og spredning.** Det er god dialog med Universitetet i Tromsø. De har spilt inn forslag til organisering og bidratt sterkt i forhold til spørsmålsstillingen i dialogseminarene. Distriktssenteret har bestemt seg for å kartlegge prosjektet og de er benyttet for erfaringsutveksling. Prosjektet har deltatt på flere arenaer for å fortelle om det som gjøres og for å sette omdømmebygging på agendaen. Det oppleves at det i flere og flere sammenhenger og i flere og flere miljøer snakkes om bolyst og omdømmebygging. Dette er en positiv trend.

Annet:

**Næringsgruppe:** De som jobber med næringsutvikling i kommunene har hatt et bedre samarbeid dette året enn tidligere. Det er besluttet å lage en fastere ramme for dette arbeidet, og prosjektet har brukt tid og ressurser på dette arbeidet. Dette fordi det er en viktig arena og fordi regionen vil vinne på å skape utviklingskraft sammen. Det jobbes med å lage en organisasjonsform som skal fremlegges rådmannsutvalget og regionrådet til behandling.

Prosjektet **har kartlagt det fremtidige behovet for arbeidskraft** i de største bedriftene i her av de 6 kommunene og hos kommunene selv. Dette danner bakgrunn for hvilke arenaer kommunene skal delta på for å jobbe med rekruttering. Resultatet av denne kartleggingen viser hvor det er behov for fremtidig arbeidskraft, og på hvilket nivå dette er. Dette danner grunnlag for felles rekrutteringsinnsats.

**Felles rekrutteringsinnsats:** Gjennom de siste 4 -5 årene har Nord-Troms kommunene deltatt på Arbeidslivsdag på UiT sammen med Halti næringshage. Dette året har Omdømmeprosjektet satt mer fokus på at vi skal opptre samlet som en region og at det er Nord-Troms som skal profileres, ikke de enkelte kommunene. Dette arrangementet ble en suksess med tanke på å profilere Nord-Troms. Kommunene var

	<p>samlet om dette og samarbeidet fungerte veldig bra. Det ble utarbeidet egen Nord-Troms brosjyre til dette arrangementet.</p> <p>Kommunene deltok også på Yrkes- og utdanningsmessa på Nord-Troms videregående skole. Også her opptrådte kommunene sammen. Det ble utarbeidet egen Nord-Troms folder til dette arrangementet.</p> <p><b>Boligutfordringer:</b> Prosjektet har satt fokus på boligsituasjonen i kommunene i forbindelse med tenkt rekrutteringsarbeid. Troms fylkeskommune har satt i gang arbeid med Nærings- og utviklingsplan for Nord-Troms. I sammenheng med oppstartsseminaret fikk Omdømmeprosjektet spilt inn at et viktig tema var boligsituasjonen. Dette temaet ble satt opp på oppstartsseminaret for Nærings og utviklingsplanen. Dette har ført til at flere kommuner ser på modeller med boligutbygging fra andre deler av landet. Prosjektet har igangsatt arbeidet med en egen skisse for boligutfordringer i Nord-Troms. Arbeidet med denne ventes ferdigstilt i 2014.</p>
<p><b>Vurdering av framdrift i forhold til opprinnelig plan</b></p>	<p>a) Følger opprinnelig plan</p> <p>X b) Forsinket pga. litt senere ansettelse av prosjektleder enn først antatt.</p> <p>X c) Det er foretatt følgende justering: Prosjektet skal opprettholde opprinnelig tidsramme, men milepælsplanen er endret.</p>
<p><b>Oppnådde resultater</b> <b>Hvor geografisk konsentrert har prosjektet hatt/vil ha effekt?</b> (Kryss av)</p>	<p>a) Helt lokal effekt</p> <p>X b) Effekten kommer innen flere kommune i regionen.</p> <p>c) Effekten kommer i hele fylket</p> <p>d) Effekten kommer i eget og andre fylker</p> <p>e) Effekten kommer i eget fylke, samt andre fylker og/eller utenfor Norge</p> <p>f) Vet ikke/ikke relevant</p>
<p><b>Kort beskrivelse av metodikk i prosjektet</b> (max 250 ord)</p>	<p>Hver kommune har en prosjektmedarbeider som den lokale kontakten med befolkningen, politikere, administrasjon og næringsliv i egen kommune. Prosjektgruppa (prosjektmedarbeidere og prosjektleder) har faste månedlige møter (fysiske, lyd/bilde eller annet). Det gjennomføres møter med interessenter. Dialogseminarene har vært en effektiv måte å innhente mye informasjon på og samtidig fått forankret prosjektet og aktivitetene. Prosjektet har god dialog med lokal media. Det er opprettet nyhetsbrev som informasjonskanal. Man har jobbet på tvers av kommunegrensene for å drive utviklingsarbeid. Samarbeidet med næringskonsulentene i regionen har vært prioritert og nyttig. Dialogen med næringsforeningene i regionen har gitt mer fokus på regional næringsutvikling.</p>
<p><b>Overføringsverdi</b> for eksempel til andre lokalsamfunn</p>	<p>Dialogseminarene: I forhold til spørsmålsstillingen og bearbeidelse av materialet er dette nybrottsarbeid. Systematiseringen og måten man har gjennomført dette på kan overføres til andre.</p> <p>Skattejakt: Jakten på det unike som kan brukes som markedsføringselementer kan overføres til andre.</p> <p>Samarbeidet med Universitetet i Tromsø er unikt og kan overføres til andre utviklingsprosjekter.</p> <p>Samarbeid med lokalavisa er viktig i arbeidet og dette kan man med fordel også bruke i andre utviklingsprosjekter.</p> <p>Samarbeidet som innledes med Ungt Entreprenørskap Troms kan overføres til andre.</p>

	<p>Utviklingen av regionalt næringsråd kan overføres til andre.</p> <p>Arbeidet med boligutfordringer kan overføres til andre.</p>
<p><b>Ekstern kommunikasjon og deltakelse på samlinger med utgangspunkt i prosjektet</b></p>	<p>Hvilke samlinger har dere deltatt på i forbindelse med prosjektet?</p> <p>UE programmet ”Vårt lokalsamfunn”, Storfjord, feb. 2013</p> <p>Møte Nord-Troms regionråd, Olderdalen, mars 2013</p> <p>Inspirasjonsseminar medarrangør Distriktssenteret mars 2013</p> <p>Arrangert kurs for tilflytterverter, mars 2013</p> <p>Arrangert kurs UE program, mars 2013</p> <p>UE programmet ”Vårt lokalsamfunn”, Skjervøy, april 2013</p> <p>Møte næringsarb. forum, Olderdalen, mars 2013</p> <p>Møte næringsarb. forum, lyd/bilde, april 2013</p> <p>Bedriftsbesøk hos reiselivsbedrift i Kvænangen juni 2013</p> <p>Møte næringsarb. forum, Nordreisa, aug. 2013</p> <p>Spørreundersøkelse til deler av næringslivet og kommunene ang. behov for fremtidig arbeidskraft, aug. 2013</p> <p>UE programmet ”Vårt lokalsamfunn”, Kåfjord, sept. 2013</p> <p>Studenttreff Tromsø, sept. 2013</p> <p>Arbeidslivsdag Universitetet i Tromsø, sept. 2013</p> <p>Gründercamp Lyngen, sept. 2013</p> <p>Yrkes- og utdanningsmesse videregående skole, sept. 2013</p> <p>Møte næringsarb. forum, Storslett, okt. 2013</p> <p>Seminar nærings- og utviklingsplan for Nord-Troms, okt. 2013</p> <p>Oljeseminar ”Grip sjansen Nord-Troms”, okt. 2013</p> <p>Inspirasjonsdag om "Mat som opplevelse", Lyngen, okt. 2013</p> <p>Tromskonferansen 2013, nov. 2013</p> <p>Skjervøy næringsforening, nov. 2013</p> <p>Møte Nord-Troms regionråd, Skjervøy, okt. 2013</p> <p>Nordreisa næringsforening, des. 2013</p> <p>Seminar om Omdømmebygging, Storslett skole, des. 2013</p> <p>Velkomstkveld for nye tilflyttere i Storfjord og Lyngen.</p> <p>Utover dette møter med bygdelag lokalt.</p>
<p><b>Møter i styringsgruppa</b></p>	<p>Flere avklaringer har vært gjort på e-post.</p> <p>19.03.13: Olderdalen, rådhuset</p> <p>29.11.13: Skjervøy, Hotell Maritim</p>
<p><b>Møter i prosjektgruppa</b></p>	<p>15.01.13: Nettmøte, Elluminate</p> <p>19.03.13: Olderdalen, Kultursenteret</p> <p>09.04.13: Storslett, Halti næringshage (også lyd/bilde)</p> <p>07.05.13: Nettmøte, Elluminate</p> <p>10-11.06.13: Kvænangen, Gildetun</p> <p>25.06.13: Mandalen, Senter for nordlige folk</p> <p>27.08.13: Olderdalen, Olderdalen skole</p> <p>01.10.13: Nettmøte, ClassLive</p> <p>28-29.10.13: Skjervøy, Hotell Maritim</p> <p>05.11.13: Nettmøte, ClassLive</p>

	<p>03.12.13: Telefonmøte</p> <p><b>Arbeidsgruppa nettportal:</b></p> <p>12.04.13: Olderdalen, Rådhuset</p> <p>14.05.13: Olderdalen, Rådhuset</p> <p>15.08.13: Storslett, Halti næringshage</p> <p>17.12.13: Olderdalen, Rådhuset</p> <p><b>Arbeidsgruppa boligseminar:</b></p> <p>02.05.13: Nettmøte, Elluminate</p>
<b>Regnskap</b> (satt opp slik at det kan sammenlignes med budsjettpostene)	Påløpte kostnader for perioden er satt opp i hht. godkjent budsjett. Det har ikke påløpt ekstraordinære kostnader. Grunnet et omfattende oppstartsarbeid kom prosjektet senere i gang med de planlagte aktivitetene enn fremdriftsplanen tilsier. Det har medført mindre utgifter enn opprinnelig budsjettet i prosjektår 1 – vi ber derfor om at prosjektår 1 og 2 blir sett i sammenheng. Aktivitetene vil bli gjennomført i prosjektperioden. Det er mulig man vil søke forlengelse av prosjektperioden.
<b>Hvilke målsettinger i distrikts- og regionalpolitikken hører prosjektet inn under?</b> (Sett kryss ved svaret, flere svar er mulig)	<p>X a) Stabilisere eller øke befolkningen</p> <p>X b) Styrke, sikre eller etablere arbeidsplasser</p> <p>X c) Opprettholde/videreutvikle eksisterende virksomhet eller bidra til nyetableringer</p> <p>c) Økt innovasjon eller innovasjonsevne</p> <p>d) Økt kompetanse (både realkompetanse (både realkompetanse og formalkompetanse) for målgruppen</p> <p>e) Økt tilgjengelighet (bedre veier, havner, andre transporttiltak og breibånd)</p> <p>f) Styrke regionale sentra</p> <p>X h) Å gjøre stedet/kommunen/området mer attraktivt som bosted eller lokaliseringssted for bedrifter?</p> <p>X i) Å gjøre stedet/kommunen/området mer attraktivt som reisemål?</p>
<b>Gi en kort omtal av hvordan arbeidet er tenkt videreført etter prosjektets slutt</b> (maks 250 ord)	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 etablert IKT-samarbeid og en felles ungdomssatsing. Innenfor reiseliv er det også samarbeidskonstellasjoner og man jobber med å utvikle den regionale næringsgruppa. Alle disse vil bli brukere av de markedsføringselementene som utvikles. Den regionale næringsgruppa vil bli en viktig arena der mye av arbeidet i prosjektet tas videre. I tillegg jobbes det for å få etablert ei mer robust næringsforening i regionen.

**Merknad:**

*Silja Karlsen, 19.05.14*