

Frist: 24. april

Sendes til: postmottak@krd.dep.no

Årlig rapport BOLYST

Til: KRD

Fra: Vi vil heim

Dato: 23.april 2012

Kommune:	Kommunene på Helgeland
Prosjektnavn:	Vi vil heim
Prosjektleder:	Eirin Horrigmoe
Leder i styringsgruppen:	Trine Rimer
Kontaktperson i fylkeskommunen:	Ole Bernt Skarstein
Forankring av prosjektet (flere kryss er mulig)	a) Styringsgruppe <input checked="" type="checkbox"/> b) Forankring i befolkningen <input checked="" type="checkbox"/> c) Samarbeid med andre aktører lokalt, regionalt eller nasjonalt <input checked="" type="checkbox"/>
Mål og eventuelle delmål med prosjektet. I hvilken grad har prosjektet nådd eller er prosjektet på vei til å nå sine mål?	Vårt overordna mål er å skaffe flere partnerbedrifter i prosjektet. Det har vi lyktes med i byene (Mosjøen og Mo i Rana) Her har flere små- og mellomstore bedrifter sluttet seg til prosjektet. I de mindre kommunene opplever vi det som vanskeligere å komme inn. De mener i stor grad at de har nok med å få hverdagen til å gå opp, om de ikke skal engasjere seg og bruke ressurser på å ta et samfunnsansvar. Vi har også utarbeidet egen kampanje for å få med de som er i jobb i andre deler av landet (unge i arbeid utenbys) Når det gjelder nye medlemsfordeler har Helgelandkraft, som er partner i prosjektet, inngått en avtale som går ut på at nye medlemmer får gratis kraft første medlemsåret.
Målgrupper for prosjektet, når prosjektet frem til disse?	Studentene våre møter oss på ulike arenaer. Vi og flere av partnerbedriftene i prosjektet reiser rundt på karriere-/arbeidslivsdager i Trondheim, Tromsø, Bodø og Narvik, og på sommerjobbmesse i Lurøy, Mosjøen og Mo i Rana. Vi har også etablert samarbeid med russen i Mosjøen og Mo i Rana. Vi har invitert til juletreff og vært pådriver for å få utgitt karrierebilag. Vi vil heim har også utført ny markedsundersøkelse i 2011.
Resultat som er oppnådd i form av aktiviteter eller tiltak	<ul style="list-style-type: none">• Markedsundersøkelse• Nye partnerbedrifter• Juletreff Mosjøen og Mo i Rana• Samarbeidsavtale med russen• Pr. april i år 657 medlemmer (540 medlemmer pr. april 2010)• Nye medlemsfordeler

Vurdering av framdrift i forhold til opprinnelig plan	<ul style="list-style-type: none"> a) Følger opprinnelig plan x b) Forsinket pga. c) Det er foretatt følgende justering
Oppnådde resultater Hvor geografisk konsentrert har prosjektet hatt/vil ha effekt? (Kryss av)	<ul style="list-style-type: none"> a) Helt lokal effekt b) Effekten kommer innen flere kommune i regionen. x c) Effekten kommer i hele fylket d) Effekten kommer i eget og andre fylker e) Effekten kommer i eget fylke, samt andre fylker og/eller utenfor Norge f) Vet ikke/ikke relevant
Kort beskrivelse av metodikk i prosjektet (max 250 ord)	Etter evaluering av prosjektet ved utgangen av 2010, jobbes det nå med et strategidokument for prosjektets satsninger de neste to årene. Strategien setter rammer for hvilke mål som skal oppnås, hvordan målene skal angripes, og hvilke verktøy, metoder og kanaler som er mest hensiktsmessige å bruke. Videre tar strategien blant annet stilling til hvordan målene skal følges opp, hvem som har ansvaret og ser på grep som må gjøres organisatorisk for å kunne følge opp satsningen.
Overføringsverdi for eksempel til andre lokalsamfunn	Prosjektet har reell overføringsverdi til lokalsamfunn/regioner med samme utfordringer. Vår måte å samarbeide med næringsliv, utdanningsinstitusjoner og kulturliv på for å få ungdom med kompetanse tilbake til regionen, er noe andre kan lære av. Alle må ha samme fokus og jobbe mot samme mål! Lokalt næringsliv må se nødvendig heten av å ta en del av samfunnsansvaret for å få kvalifisert og kompetent arbeidskraft til sine bedrifter. Dette arbeidet er på mange måter holdningsskapende i den forstand at næringslivet blir svært bevisste på at de må gjøre seg attraktive for ungdommen, og på den måten selv spille en aktiv rolle i arbeidet
Ekstern kommunikasjon og deltakelse på samlinger med utgangspunkt i prosjektet	Hvilke samlinger har dere deltatt på i forbindelse med prosjektet? <ul style="list-style-type: none"> • Dialogkonferanse mellom kommuner og næringsliv på Helgeland. Arr: Helgeland Regionråd • Seminar om Regional Planstrategi for Nordland Arr: NFK i samarbeid med regionrådene på Helgeland • Konferanse om livskraftige lokalsamfunn
Regnskap (satt opp slik at det kan sammenlignes med budsjettpostene)	Se vedlegg!
Hvilke målsetninger i distrikts- og regionalpolitikken hører prosjektet inn under? (Sett kryss ved svaret,	<ul style="list-style-type: none"> a) Stabilisere eller øke befolkningen x b) Styrke, sikre eller eta c) d) blere arbeidsplasser x e) Opprettholde/videreutvikle eksisterende virksomhet eller bidra

<p>flere svar er mulig)</p>	<p>til nyetableringer x</p> <p>f) Økt innovasjon eller innovasjonsevne x</p> <p>g) Økt kompetanse (både realkompetanse (både realkompetanse og formalkompetanse) for målgruppen x</p> <p>h) Økt tilgjengelighet (bedre veier, havner, andre transporttiltak og breibånd)</p> <p>i) Styrke regionale sentra</p> <p>j) Å gjøre stedet/kommunen/området mer attraktivt som bosted eller lokaliseringssted for bedrifter? x</p> <p>k) Å gjøre stedet/kommunen/området mer attraktivt som reisemål?</p>
<p>Gi en kort omtal av hvordan arbeidet er tenkt videreført etter prosjektets slutt (maks 250 ord)</p>	<p>Arbeidet er tenkt videreført i samarbeid med kommunene og næringslivet på Helgeland. Det jobbes med de kommunene som i dag er partnere i prosjektet, for å se på hvordan vi i fellesskap kan finne finansiering til et vertskapsprosjekt/informasjonstjeneste som blant annet skal ha ansvaret for å ivareta flere av de oppgavene som Vi vil heim i dag utfører. Oppgavene kan blant annet være å ta imot nye tilflyttere, koordinere informasjon både til nye innbyggere og ungdommene våre som studerer andre steder i landet og være et bindeledd mellom studenter og næringsliv i regionen. Dette arbeidet mener vi det er viktig at både kommunene og næringslivet er bevisste på når man går ut og søker etter kompetansemedarbeidere. Skal ungdommen ønske å jobbe på Helgeland, må Helgeland selv ”selge seg inn”, og det er en jobb som ikke gjøres av seg selv! Vi må ikke glemme at vi konkurrerer med svært mange andre regioner i landet, der mange er flinke til å markedsføre seg og fortelle om sine fortrinn. Vi skal synliggjøre våre positive trekk og bidra til stolthet i vår region!</p>