

KOMMUNAL- OG REGIONALDEPARTEMENTET

Søknadsskjema for Bolyst.

1. Hva er navnet på prosjektet?	Vivilheim
2. Hvem er juridisk eier av prosjektet?	Mosjøen og Omegn næringssselskap KF
3. Søknadsbeløp:	1 000 000,-
4. Når skal prosjektet gjennomføres (fra – til)?	2011-2013
5. Hvem er kontaktperson(er)? Navn, adresse, telefonnummer og e-post.	Eirin Hørrigmoe (eirin.horrigmoe@mon.no) Trine Rimer (post@vivilheim.no)
6. Prosjekt- og/eller arbeidsgruppe(r) Gi en kort oversikt over organiseringen av prosjektet.	Vel 30 partnerbedrifter eier prosjektet. Det er etablert arbeidsgruppe i Vefsn og Rana. Styringsgruppen har det overordnede ansvaret for prosjektet, og består av partnere fra begge arbeidsgruppene; Vefsn kommune, Rana kommune, Sparebank1 Nord-Norge, Helgeland Sparebank, Helgelandskraft, Kunnskapsparken Helgeland, Mosjøen og Omegn næringssselskap, Mosjøen næringsforening, Rana næringsforening, Helgeland Arbeiderblad og Rana Blad. Vi jobber også med oppstart og etablering av arbeidsgruppe på Sør- Helgeland og i HALD- kommunene (Herøy, Alstahaug, Leirfjord, Dønna) Herøy kommune kom med i prosjektet i februar 2011.
7. Gi en kort omtale av prosjektet. Maks 250 ord. Forsøk å være så operativ som mulig. Jfr også punkt om gjennomføringsevne i utlysningsteksten.	Ideen til Vivilheim tok form ut fra erkjennelsen av at Helgeland i økende grad har behov for ny arbeidskraft og kompetansemedarbeidere. Et nettverk av 30 helgelandsbedrifter la 1,5 million i potten for å bidra til å øke regionens konkurransekraft. Høsten 2008 gikk med til å utvikle konseptet og nettsiden. Samtidig ble det jobbet med studentfordeler, grafisk profil og med å selge inn prosjektet til næringslivet. VIVILHEIM.NO ble lansert 22. desember 2008. Vi har pr. april i år 540 medlemmer. Over tid har vi opparbeidet oss et nettverk av bedrifter til bruk i kartleggingen av arbeidsmarkedet og til rådgivning vedrørende fag og prosjektoppgaver. Et nettverk som kan gi studentene et bedre beslutningsgrunnlag vedrørende valg av jobb og bosted.

8. Hvem er målgrupper for prosjektet?	Heltidsstudenter og unge i arbeid som bor utenfor regionen, med tilknytning til HELGELAND.
9. Hvordan skal målgruppen(e) informeres/involveres i prosjektet?	På nettsiden kan studentene melde seg inn, legge ut cv og få kjennskap til partnerne og regionen. Samtidig som partnerne kan søke opp potensielle nye medarbeidere og utlyse ledige stillinger. Vi deltar også med stand på karrieredagen i Trondheim (NTNU), arbeidslivsdagen i Tromsø, tilbyr prosjektoppgaver og inviterer til juletreff og egne studenttreff både i Vefsn og Rana. Til våren inviteres avgangselever i videregående med. Ungdommen følges opp med kampanjer, nyhetsbrev og lokalavis. Kjennskapen og interessen til Vivilheim er positiv, og en del medlemmer har allerede kommet heim, ref. markedsundersøkelse september 2010.
10. Hva er mål og eventuelt delmål for prosjektet?	Et overordna mål er å skaffe flere partnerbedrifter i prosjektet. Det er viktig å sørge for at vi er godt representert i ulike typer bedrifter/næringsliv på hele Helgeland. Vi har også mye som gjenstår med å implementere unge i arbeid utenbys, og utvikle konseptet på det området. Samtidig må vi sørge for å få inn nye medlemsfordeler, slik at det blir enda mer attraktivt å være med. I mediesammenheng er et delmål å være bevisst på å kommunisere ut "de gode historiene", slik at flere ønsker å komme heim - og slik at vi styrker selvfølelsen til innbyggerne i regionen.
11. Hvordan er målene forankret i lokale/regionale styringsdokumenter?	Målene er forankret i UPN for fylket, samt i partnerskapsavtalene med henholdsvis Helgeland Regionråd og Indre Helgeland regionråd, samt hos alle partnerbedriftene.

<p>12. Hva slags resultatindikatorer har prosjektet for måloppnåelse? Beskriv hvordan dere skal arbeide for å finne ut om dere når målene i prosjektet?</p>	<p>Markedsundersøkelsen fra september 2010, samt økende medlemstall. Innbetaling av årsavgift fra medlemmene. Prosjektevaluering og dokumentasjon må sees i forhold til mål og planer. I prosjektet dokumenteres og evalueres økonomi, fremdrift, kvalitet og måloppnåelse. Rapporteringsskjema fra Nordland fylkeskommune og partnerskapene behandles både ved tildeling av midler og i sluttrapporten. Her gjøres en grundig jobb mht. vurdering av prosjektet – om og i hvor stor grad, prosjektet har bidratt til utvikling i forhold til de områdene som er listet opp. Når det gjelder regnskap, vedlegges ei spesifisert oversikt over alle kostnadene i prosjektet, på en slik måte at den kan sammenlignes med kostnadsoverslaget i tilsagnet. Evaluering og rapporteringsdelen inneholder ei evaluering av prosjektets faktiske resultat vurdert opp mot forventa/planlagt resultat. Der fremgår også selve gjennomføringa av prosjektet og om evt. videreføring.</p>
<p>13. Beskriv kort hva dere tror vil ha størst læringseffekt for andre prosjekter/kommuner.</p>	<p>Visjonen til Vivilheim er å bidra til et mer attraktivt Helgeland, slik at flere får lyst til å jobbe og bo her. Utfordringen er at sentraliseringen til de store byene ikke ser ut til å stoppe, heller motsatt. Ønsker Helgeland og andre regioner som vi kan sammenligne oss med, å holde på sin egen ungdom kreves det en mer aktiv salgsinnsats og aktivitet fra heimstedet. Med mål å øke kunnskapen til ungdommen om jobbmuligheter og andre fordeler ved eget heimsted. Det finnes mange lignende "vivilheim-prosjekt" i Norge, men vi kjenner ingen som har klart å knytte så tett dialog. Det tror vi andre kan lære av.</p>
<p>14. Hvor geografisk konsentrert vil prosjektet ha effekt? (sett kryss)</p>	<p>Vivilheim gjelder for kommunene på Helgeland, men har overføringsverdi til å kunne gjelde hele fylket og gjerne også andre fylker i Norge, forutsatt lokalt engasjement og oppslutning.</p>

<p>15. Gi en kort omtale over hvordan arbeidet eventuelt er tenkt slutført/videreført etter prosjektets slutt. Maks 250 ord.</p>	<p>Etter prosjektets slutt ønsker vi å se på mulighetene til å få på plass en administrativ ressurs i samarbeid med næringslivet. Dette kan gjøres på flere måter. Vi ønsker også å forankre dette arbeidet i UPN (Utviklingsplan Nordland) og bruke fylkeskommunen som regional utviklingsaktør i arbeidet med å få kompetanse og arbeidskraft tilbake til Nordland. Vi jobber også med ideen om å selge våre tjenester til andre regioner/fylker. Flere regionråd har allerede vært i kontakt med oss for å få tilgang til "oppskrifta". Siden dette har overføringsverdi til andre regioner/fylker og problemstillinga er den samme, ser vi store muligheter til å kunne bistå i arbeidet med å etablere andre Vivilheim-prosjekter andre plasser i landet.</p>
<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> <ul style="list-style-type: none"> a) Stabilisere eller øke befolkningen b) Styrke, sikre eller etablere arbeidsplasser c) Opprettholde/videreutvikle eksisterende virksomhet eller bidra til nyetableringer d) Økt innovasjon eller innovasjonsevne e) Økt kompetanse (både realkompetanse og formalkompetanse) for målgruppen f) Økt tilgjengelighet (bedre veier, havner, andre transporttiltak og bredbånd) g) Styrke regionale sentra h) Å gjøre stedet/kommunen/området mer attraktivt som bosted eller lokaliseringsvalg for bedrifter? i) Å gjøre stedet/kommunen/området mer attraktivt som reisemål 	<p>Kunnskapsheving og omdømmebygging blant ungdommen er langsiktig jobbing, med mål om å få flere til å velge Helgeland når de skal etablere seg. Vår erfaring er at mange er åpne for innspill og mottakelig for gode argumenter – samtidig som det er et stort informasjonsbehov vedrørende jobbmuligheter i eget distrikt. Ved god informasjon og relasjonsbygging er det slik vi ser det mulig å gi ungdommen et bedre grunnlag for beslutninger om jobb og bosted, samtidig som vi øker vår egen rekrutteringskraft.</p> <p>Ved å sikre oss mennesker med høyere utdanning øker vi også næringslivets konkurransekraft. Nettverksbygging mellom partene av prosjektet, på tvers av by og bransjer, styrker også samhandlingen og næringslivet på sikt.</p> <p>En bonus er at vi styrer vår egen framtidstro og kunnskap om egen region. Og blir mer bevisst vår egen rolle som helgelandsambassadører og det å framsnakke hverandre.</p>

I tillegg til dette skjemaet, må søkere legge ved:

- Budsjett med kostnadsoverslag
- Finansieringsplan
- Framdriftsplan og milepælsplan
- Powerpoint-presentasjon av prosjektet med framdriftsplan og milepæler
- Informasjonsbulletin til næringslivet april 2011

Budsjett

Inntekter	2011	2012	2013	SUM
medlemsinntekter	70,000	110,000	150,000	330,000
partnerbedrifter	1,210,000	1,280,000	1,280,000	3,770,000
bolystmidler	450,000	280,000	270,000	1,000,000
div inntekter	10,000	15,000	20,000	45,000
SUM INNTEKTER	1,740,000	1,685,000	1,720,000	5,145,000

Kostander				
prosjektledelse	250,000	260,000	270,000	780,000
prosjekt Vefsn	50,000	50,000	50,000	150,000
prosjekt Rana	50,000	50,000	50,000	150,000
prosjekt kysten	50,000	50,000	50,000	150,000
abonnement	600,000	630,000	660,000	1,890,000
adm.kostnader	15,000	15,000	15,000	45,000
markedsføring inkl medlemsfordeler	550,000	530,000	530,000	1,610,000
reisekostnader	20,000	20,000	20,000	60,000
husleie og andre faste kostnader	30,000	31,000	32,000	93,000
konsulenttjeneste	50,000	10,000	10,000	70,000
møter styrings-/arbeidsgrupper	10,000	10,000	10,000	30,000
SUM KOSTNADER	1,675,000	1,656,000	1,697,000	5,028,000

RESULTAT/BUFFER	65,000	29,000	23,000	117,000
------------------------	---------------	---------------	---------------	----------------

Milepæler Vivilheim:

- 700 medlemmer innen desember 2011
- 70 % av medlemmene ønsker seg heim (Vi gjennomfører ny markedsundersøkelse høsten 2012)
- 150 medlemmer er kommet heim innen desember 2012
- 1000 medlemmer innen desember 2013
- Ytterligere 100 medlemmer er kommet heim innen desember 2013 (Vi gjennomfører ny markedsundersøkelse høsten 2013)

Kvalitative mål som vi bør ta tempen på underveis via dialog og kvalitative intervjuer med partnerne, politikere og innbyggere gjennom perioden:

- **Økt forståelse blant politikere, næringsliv og innbyggere for felles utfordringer vedrørende rekruttering av arbeidskraft og ungdom**

Erfaringen viser at de unge er bevisst på hva de ønsker av et godt liv. Å forstå hvilke krav ungdommen i framtida stiller til de steder hvor de vil etablere seg, er fremdeles viktig, men også en veldig kompleks problemstilling. Det er ikke lenger bare arbeidsplasser som er avgjørende for bostedsvalg, selv om variasjonsbredde og muligheter for å realisere seg selv i yrkeslivet og ta i bruk sin utdanning, trolig alltid vil være en viktig faktor. Sosialt og fysisk miljø, samt kultur- og annet tjenestetilbud synes å bli tillagt stadig større vekt. En regional analyse og dialog med de unge vedrørende flyttemotiv og karrierevalg, kan bli et viktig redskap for å forbedre kunnskapsgrunnlaget for beslutningene innen regional- og distriktpolitikken her på Helgeland. Noe som kanskje kan ha overføringsverdi til andre regioner med samme utfordringer. Sammen ønsker vi å skape en felles faglig plattform og forståelse for utfordringene, som vil lette koordineringen mellom nivåene.

- **Økt stolthet for eget heimsted og region**