

”My conclusion was that rather than being driven exclusively by companies, economic growth was occurring in places that were tolerant, diverse and open to creativity - because these were places where creative people of all types wanted to live”

- Richard Florida, ”The rise of the creative class”

Så blir vi

”NORDENS BÄSTA

HAMARREGIONEN Hamar Stange Løten Ringaker

INLANDSREGIONER år 2020”

FALUN BORLÄNGE - REGIONEN Falun Borlänge Gagnef Ludvika Smedjebacken Säter

FÖRDJUPAD
PROJEKTBSKRIVNING



Innehållsförteckning

Sammanfattande projektbeskrivning.....	4
Analys.....	4
Livsmiljö	4
Profilerings	4
Bakgrund	5
Europa.....	5
Hamar- och Falun Borlänge-regionen	5
Teoretisk plattform	6
Floridamodellen - Richard Florida	6
Triple Helix	7
Nyskapande	7
Inledning.....	8
Syfte med projektet.....	9
Syftets bakgrund.....	9
Vision	9
Övergripande mål.....	10
Resultatmål.....	10
Målgrupper och avnämare Den kreativa klassen.....	11
Projekttid.....	11
Projektorganisation	11
Projektägare	11
Projektledare	11
Styrgrupp	11
Referensgrupper.....	11
Antal tjänster	11
Arbetssätt	11
Projektaktiviteter/genomförande.....	12
Strategiskt omvärldsarbete	12
Fördjupad analys av nuläget – ”Regionernas kreativa status”	12
Kommunikationsplan.....	13
Seminarieserie	13
Nätverk – ”Kreativ region 2020”	13
Insatser för att locka talanger - Talent	13
”Ny karriär, nya möjligheter och nytt liv”	14

"Ung utblick"	14
"Attraktivaste arbetsplatsen"	14
Insatser för ett öppnare klimat - Tolerance	15
Värdskap	15
"Inflyttarnätverk"	15
"Värdar för nyinflyttade"	15
"Värdskapsutbildning"	16
"Erfarenhetsutbyte inom värdskap"	16
Insatser för ökad innovationskraft - Technology	16
"Utbildning i företagsetablering på olika språk"	17
Insatser för att profilera och utveckla regionspecifika kvalitéer – Territorial assets.....	17
Insatser	17
Tid- och aktivitetsplan	19
Projektets gränsregionala mervärde.....	19
Projektavgränsning.....	19
Viktiga samarbetspartners för projektets genomförande.....	20
Koppling till andra projekt/insatser	21
Förankring i regionala mål och handlingsplaner	22
Koppling till Dalastrategin	22
Forankring i regionale og kommunale strategier og planer i Hamarregionen.....	22
Information och Resultatspridning	23
Uppföljning och utvärdering	24
Risikanalys	24
Projektekonomi.....	25
Svensk projektbudget (SEK).....	25
Norsk prosjektbudsjett (NOK)	25
Svensk finansieringsplan.....	26
Norsk finansieringsplan	27

Sammanfattande projektbeskrivning

För att Falun Borlänge-regionen och Hamarregionen ska växa och utvecklas krävs fler attraktiva livsmiljöer som lockar kreativa människor. Vi behöver bli bättre på att utveckla öppna, välkomnade och mångsidiga stads- och ortsmiljöer. Fokus i detta projekt är att *”forma en hållbar och tydlig identitet där regionernas kreativa livsmiljö synliggörs på ett nyskapande sätt, som signalerar möjligheter för människor som vill ta ett steg till....”*. Regionernas vision är att bli *”Nordens bästa inlandsregioner 2020”*

Vi kommer i projektet att arbeta på ett sätt som gör det möjligt att kapitalisera våra erfarenheter och kunskaper till andra regioner. Vi vill bli en modell och ett studieobjekt för andra. Den teoretiska plattformen i projektet är Floridamodellen och Triple Helix.

Projektet består av tre delar; analys, livsmiljö och profilering. Alla tre delarna är starkt beroende av varandra och nära sammankopplade.

Analys

Olika studier och analyser har över tid gjorts i båda regionerna när det gäller innovativa miljöer, företagsklimat etc. Vår gemensamma bedömning är att dessa behöver fördjupas och i större utsträckning fokusera på regionernas kreativa kapacitet. Resultatet av detta arbete är en grundbult för genomförandet av hela projektet.

Livsmiljö

Alla insatser i projektet kommer att värderas och genomföras utifrån Floridamodellens fyra områden; Talent, Tolerance, Technology, Territorial assets. Gemensamt för alla aktiviteter är att de ska bidra till ett mer öppet, välkomnande och mångsidigt klimat i regionerna. Det handlar bland annat om att öka förståelsen för vad som attraherar den kreativa klassen, stärka och utveckla värdskapet och plantera en ökad framtidstro hos befintliga och nya invånare och inte minst ungdomarna i regionerna. I projektet kommer också insatser att göras som syftar till att nyinflyttade snabbare kommer in nya sociala sammanhang.

Profilering

Profileringsarbetet ska bidra till attitydförändring och ökad kunskap om regionernas arbets- och livsmiljöer, näringsliv och karriärmöjligheter. Grundbulten i profileringsarbetet är analysen av regionernas kreativa kapacitet och det fördjupade omvärldsarbetet. Målsättningen med profileringen är att den ska bidra till att regionerna på sikt blir ett självklart nordiskt alternativ för människor i den kreativa klassen.

Allt vi gör inom projektet utgår från ledorden *”Attrahera och Behålla”*.

Bakgrund

Europa

Selv om utviklingsgapet mellom regioner i Europa syntes å minske har EU sett behovet av å forbedre konkurransen i alle regioner, ikke minst i regioner som slår etter i utviklingen. EU:s sammanhållningspolitikk ble gitt mye oppmerksomhet i EU kommisjonens femte rapport om økonomisk, sosial og territoriell sammanhållning. I sin rekommendasjon til EUs 2020 strategy fremhever rapporten behovet for å arbeide på regionalt nivå for å støtte regionenes evne til å styrke sin robusthet og attraktivitet, og dermed konkurranseskraft. Utviklede regioner er attraktive og vinner kampen om kompetansen og får økt tilflytting.

Hamar- og Falun Borlänge-regionen

De europeiske trender og bosettingsmønstre gjelder også for Indre Skandinavia. De kompetente unge velger karriere i bedrifter som har plassert seg i sentrale og urbane miljøer der de kan tilby god infrastruktur og et mangfoldig kultur- og fritidstilbud til sine ansatte. Landsbygden og de rurale områdene stiller svakt i konkurransen om de kompetente arbeidstakerne. Mange regioner i Indre Skandinavia sliter med en voksende eldre befolkning, svak tilflytting og kompetansearbeidsplasser som alltför få kanner till. Falun Borlänge-regionen og Hamarregionen er to regioner i Indre Skandinavia som gjennom Interreg-prosjektet ”Kompetansetilførsel for regional vekst og kompetanseskraft” har oppdaget at de har mye felles, også når det gjelder utfordringer knyttet til regional utvikling og utviklingstrekk.

Den generationsvæxling som vi idag står mitt oppe i har varit känd sedan i början av 1990-talet. En hel del har gjorts för att möta utmaningen, men mycket återstår. I det pågående projekt ”Kompetansetilførsel for regional vekst og kompetanseskraft” är ett av fokusområdena att öka intresset och förståelsen för hur den demografiska kurvan ser ut i respektive region och vilka utmaningar det medför när det gäller att rekruttera kompetent personal. Det stod tidigt klart i projektarbeidet att förutsättningarna för att företagen ska kunna rekruttera rätt kompetens handlar lika mycket om den livsmiljö som regionen kan erbjuda som tjänsten och företaget i sig.

Falun Borlänge-regionen och Hamarregionen tävlar mot andra regioner, städer och orter på en global arena. En tävling som förr, framför allt, fokuserade på att locka till sig kapital, företag, besökare, evenemang etc., men som idag har bytt fokus till förmågan att locka till sig människor. Det finns tydlige skillnader i hur vi ser på regioners konkurranseskraft idag jämfört med för 20 år sedan. Då pratade vi om företagens konkurranseskraft og vikten av ett bra företagsklimat. Idag handlar det mer om regionens konkurranseskraft og den livsmiljö som staden og platsen kan erbjuda. Ett ökat fokus på bemötande og att befolkningen kännetecknas av mångfald är idag andra viktige ingredienser i attraktivitetsarbeidet. Detta ställer samlat krav på regioner, städer og orter att identifera og kommunisera de specifikke kvalitéer som varje plats har i samklang med utviklingen av nye attraktive miljøer.

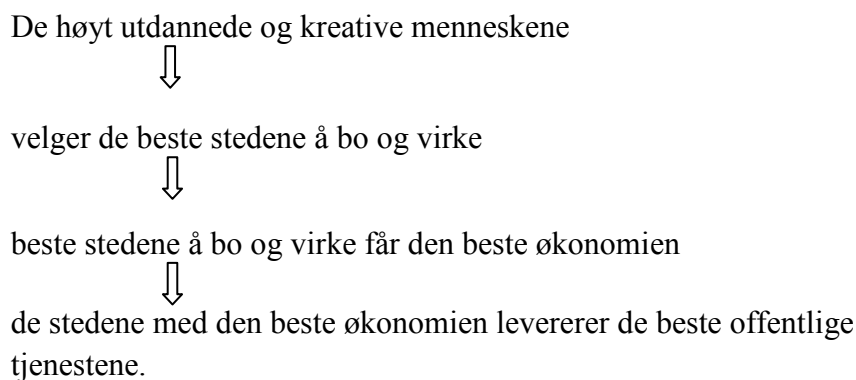
Teoretisk plattform

Floridamodellen - Richard Florida

I dette prosjektet vil vi ta i bruk forskning som tar utgangspunkt i det faktum at vi hatt en langvarig overgang fra primærnæringer og industri til tjenesteproduksjon. Mye av denne tjenesteproduksjonen er personrettet og tilbys der folk bor. Samtidig har humankapitalen overtatt som den viktigste innsatsfaktoren i mange voksende næringer. Med økt etterspørsel etter kompetent arbeidskraft vil rekrutteringsmuligheter bli en av de viktigste lokalisering-faktorer og næringsliv vil som resultat i økende grad flytte dit de kan få tak i arbeidskraft og kompetanse. Oppsummert betyr dette at bosetting kan være minst like viktig for å få til næringsutvikling i en region som næringsutvikling er for å få til bosetting.

Richard Florida er en av de sentrale forskerne som over de senere år mener at fokus må flyttes fra å arbeide med ”business climate” til ”peoples climate”. En av Richard Floridas hovedteser er at de stedene som er mest attraktive å bo i, har en overrepresentasjon av mennesker som tilhører det han kaller ”den kreative klassen”. Dette er mennesker med høy utdanning, talent og kreativitet, og kanskje det aller viktigste: De er åpne for nye ideer, livsformer, og vil gjerne prøve ut nye ting. Florida menar at det er den menneskelige kapital, den kreative klassen som er den viktigste driveren i økonomien.

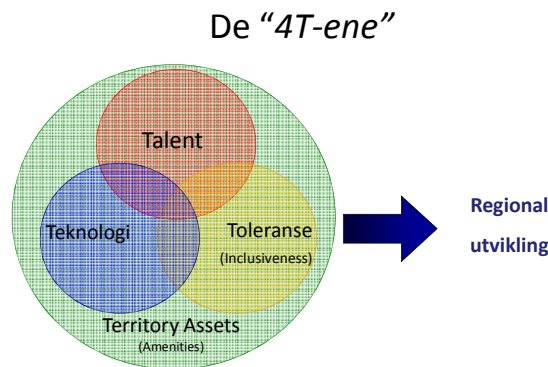
Richard Florida har gjennom sine studier vist at de steder som syntes å lykkes med å få tilflytting og høy vekst er steder som har en stor andel av høyt utdannet og kreative mennesker. Floridas argumentasjonsrekkefølge er som følger:



Ut i fra Floridas og andres forskning ser man dermed at et rammeverk man kan bruke for å styrke sin attraktivitet omhandler om 4T. De 4T står for Talent (kompetanse), Technology (”infrastruktur”, politiske og administrative strukturer og modeller, høyteknologiske virksomheter), Tolerance (toleranse, vertskap) og Territorial assets (regionale fortrinn).

Videre følger at 4T har en gjensidig positiv innflytelse på hverandre, og alle fire må være til stede for å sikre dynamisk utvikling. Ved å jobbe systematisk med de 4T kan man altså styrke sin regionale robusthet og regionale attraktivitet. Denne teoretiske tilnærmingen har fått en sentral plass i EUs

policydokumenter og er ment som et egnet rammeverk for å jobbe med vekst og utvikling også i Falun-Borlänge-regionen og i Hamarregionen.



MARTIN
ProsperityInstitute

Figur : The "4Ts"

Kilde: Stolarick 2008 (foredrag holdt på Hamar 4.11.08)

I dette prosjektet vil Hamarregionen og Falun-Borlänge regionen i samarbeid jobbe med regional utvikling med utgangspunkt i de 4T. Gjennom gjensidig utbytte av metode og erfaringer på tvers av grensen vil regionene jobbe for et felles mål om å legge til rette for en bærekraftig vekst og utvikling og sikre at våre regioner blir de beste innlandsregioner i Norden 2020.

Triple Helix

Förklaringarna till varför vissa regioner utvecklas medan andra avfolkas är en komplex materia där många olika faktorer spelar in. Exempel på faktorer som ofta tas upp är det regionala ledarskapet, näringslivets beskaffenhet, tillgång till FoU, entreprenørskapet, eldsjälur etc.

"En modell for å beskrive samspelet mellom politik/samhälle, forskning og næringsliv är den så kallade Triple Helix-modellen. Modellen bygger på ett aktivt deltagande og samspele mellom regionala aktörer inom forskning, politik og næringsliv.

Genom å utveckla en gemensam vision og samordna de utvecklingsresurser som satsas inom en region är syftet å få till stånd en ökad innovationsförmåga og större avkastning på insatserna". (Tillväxtverket)

Modellen används i allt högre utsträckning i olika regionala utvecklingsprojekt, inte minst när det gäller uppbyggnaden av innovationssystem og kluster.

Projektet og dess delprocesser kommer å utgå från Triple Helix-modellen. En grund for ett lyckat resultat är å de tre olika delarna; politiken, forskningen og næringslivet, dels utvecklas väl i sina egna respektive utmaningar og dels deltar aktivt i projektet.

Nyskapande

I projektet vender vi på begreppen og tänker på nya sätt for å åstadkomma regional utveckling. Vi utgår från existerande forskning genom å använda oss

av Richard Florida's undersökningar av vilka mekanismer som styr regional utveckling. Florida m.fl. har skapat en modell, 4T, som vi genomgående använder oss av i projektet, där fokus för vårt attraktivitetsarbete ligger på "peoples climate" istället för det mer traditionella "business climate".

I projektet ska vi utveckla och arbeta med nya metoder utifrån 4T-modellen. Vi vet att det finns andra städer och regioner som har gjort mätningar och analyser baserade på denna modell. Vi känner dock inte till någon region som har skapat nya metoder baserade på 4T för sitt attraktivitetsarbete på det övergripande sätt som vi **tillsammans** tänker göra inom Falun Borlänge-regionen och Hamarregionen.

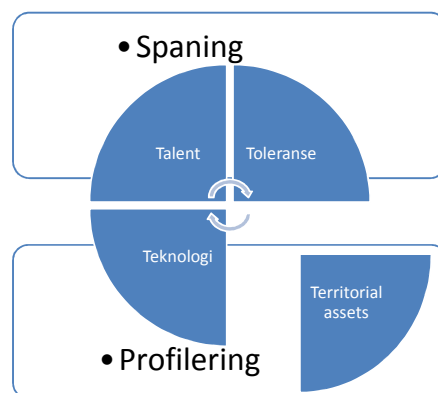
Inledning

Projektet tar avstamp i följande utmaningar:

- *Många regioner i inre Skandinavien kämpar med en växande äldre befolkning och begränsad inflyttning*
- *Generationsväxlingen i näringslivet*
- *Företagens framtida kompetensförsörjning som är en förutsättning för konkurrenskraft och överlevnad*
- *Regionerna har ett välfungerande näringsliv med ett stort urval av kvalificerade arbeten som är okända för den breda allmänheten.*
- *Föråldrade föreställningar om bruksorter, glesbygd och landsbygd.*

Projektet kommer att komplettera kommunernas ordinarie arbete genom att lyfta frågor till ett regionalt perspektiv och arbeta med att tydliggöra lokala egenskaper och kvaliteter i ett större sammanhang. I båda regionerna är de enskilda kommunerna för små för att attrahera den kreativa klassen.

Da prosjektet vil ha fokus på utvikling av verktøy og metoder, kombinert med erfaringsutveksling for å sikre ny kunnskap, vil prosessene som skal gjennomføres være minst like viktige som den endelige verdiskapning man på kort sikt kan forvente som resultat av prosjektet.



Projektet bygger på två övergripande delar - "Profilering" och "Spaning". Strukturen för genomförandet av projektet följer Richard Floridas 4T, där

”Territorial assets” är en del av ”Profilering”. Syftet med profileringsarbetet är att det ska bidra till attitydförändringar, ökad kunskap om regionernas livsmiljö, näringsliv och karriärmöjligheter. Arbetet inom ”Spaning” är ett stöd i navigeringen av projektet i såväl det kommunikativa arbetet som i val av aktiviteter och delprocesser.

Det interregprojekt som bedrivits gemensamt av Hamar-regionen och Falun Borlänge-regionen sedan våren 2008 har varit en av inspirationskällorna till föreliggande projekt. Projektets aktiviteter, samtal och processer har kompletterats med förankring och dialog med politiska företrädare, företagare, innovationssystem/ kluster och andra organisationer som arbetar med närliggande frågor. De aktiviteter och processer som anges som exempel på vad vi vill göra och åstadkomma i projektet har således utformats genom idéer och konkreta förslag som kommit fram i denna ”förstudieprocess”. Planeringen av de olika aktiviteterna och processerna har kommit olika långt, men vi tycker att det är viktigt att fånga upp alla goda idéer som finns för att utveckla regionernas attraktionskraft. Vi utesluter inte heller att helt nya idéer kommer upp under projektets genomförande.

Tanken är att genomförandet i sin helhet ska bygga på ett nära samarbete med målgruppen och att vi ska vara lyhörda och välkomnande inför de kreativa förslag som de olika aktörerna föreslår. Projektet ska präglas av lyhördhet, nytänkande och öppenhet. Inga idéer ska uteslutas utan att verifieras och värderas. Samtidigt har projektet begränsade resurser så det blir också en viktig uppgift för projektet att mäkla idéer och lotsa förslag till andra aktörer i det regionala utvecklingssystemet.

Syfte med projektet

Projektet syftar ytterst till att forma en hållbar och tydlig identitet där regionernas kreativa livsmiljö synliggörs på ett nyskapande sätt, som signalerar möjligheter för människor som vill ta ett steg till....

Syftets bakgrund

Regionernas möjligheter till karriär och företagande behöver tydliggöras och kommuniceras, utifrån ett regionalt perspektiv. De kreativa miljöer, bomiljöer och arbetsmarknad som finns måste göras mer kända om vi ska kunna öka regionens attraktionskraft. En annan viktig del är att på sikt bryta ner föråldrade föreställningar om bruksorter, landsbygd, glesbygd etc.

Vision

Nordens bästa inlandsregioner 2020.

Övergripande mål

Utveckla och testa arbetssätt, metoder och aktiviteter som leder till att stärka regionernas attraktionskraft genom att:

- Profilera de livs-, arbets- och utvecklingsmiljöer som finns i våra regioner
- Stärka och utveckla värdskapet i våra regioner
- Plantera framtidstro hos våra ungdomar och deras föräldrar

Resultatmål

Projektets resultatmål	Egna resultatindikatorer
Inom projektperioden ha tagit fram en ny modell för regionalt utvecklings- och attraktivitetsarbete, där stad-/landperspektivet lyfts fram	- Testa och implementera minst tre nya metoder för regional utveckling samt utvärdera dessa
Öka befintliga och nya invånares intresse för och kunskap om regionernas livs- och utvecklingsmiljöer.	- Genomfört minst tre profileringsaktiviteter utanför regionen med syfte att locka den kreativa klassen till regionen - Genomfört minst två aktiviteter inom regionen som kommunicerar möjligheterna i regionen på ett otraditionellt sätt.
Tillsammans med andra aktörer (forskning, utbildning, företag) arbeta för att hitta en nisch där vi tar en ledande position och som bidrar positivt till regionens attraktivitet	- Sätta regionerna på kartan genom att bli den plats i respektive land som årligen, med start år 2013, står som arrangör för en nationell konferens inom området ”Attraktiva arbetsplatser”
Forma en hållbar och tydlig identitet	- Utarbeta en profileringsplan för Hamarregionen och en för Falun Borlänge-regionen. Planen föregås av ett omfattande arbete med kartläggning och kreativa möten för att tydliggöra och utveckla regionernas specifika egenskaper.
Utveckla en modell som syftar till att nyinflyttade snabbare kommer in i nya sociala sammanhang	- Genomfört minst 2 ”vårdskapsprogram” - Initierat eller utvecklat minst 6 mötesplatser/nätverk för nyinflyttade och de som har bott här en tid.
Öka kunskaperna om bemötande och värdskap hos personer i företag och organisationer som i ett tidigt skede kommer i kontakt med inflyttare. Politiker och beslutsfattare ska också ha ökat sina kunskaper inom detta område.	- Genomfört minst fyra värds-kapsutbildningar - Genomfört minst en Erfa-träff, där kommunerna i Hamar- och Falun Borlänge-regionen lär av varandras värds-kapsarbete.

Målgrupper och avnämare

Den kreativa klassen

Prioriterade målgrupper inom den kreativa klassen är;

- Ungdomar 15 – 24 år
- Entreprenörer
- Politiker och beslutsfattare
- Yrkeskompetenser inom den kreativa klassen som regionerna behöver rekrytera

Den självklara avnämaren för projektets resultat är alla invånare som redan bor i, eller som väljer att flytta till, Falun Borlänge- respektive Hamarregionen. Insatserna i projektet mot utpekade målgrupper ska göra att regionerna utvecklas och blir attraktiva.

Projektetid

1 maj 2011 – 31 december 2013 (32 månader)

Projektorganisation

Projektägare

Huvudprojektägare är Falun Borlänge-regionen AB och Hamarregionen. Utvikling svarar för genomförandet på den norska sidan.

Projektledare

Monica Rönnlund, Falun Borlänge-regionen AB

Styrgrupp

Projektet kommer att ha en styrgrupp som består av 6 personer, som representerar Triple Helix-modellen.

Referensgrupper

Projektet kommer att ha flera referensgrupper utifrån projektets olika delområden.

Antal tjänster

I Hamarregionen kommer 1,4 tjänster att aktivt arbeta med projektet och i Falun Borlänge-regionen är motsvarande siffra 2,4 tjänster.

Arbetsätt

Regionalt utvecklingsarbete innehåller många olika delar. Det måste dessutom vara lokalt och regionalt anpassat. Under senare år har det skett en tydlig förflyttning från att tidigare fokuserat på att utjämna skillnader mellan regioner till ett tillväxtperspektiv. En följd av detta är också ett större fokus på näringslivet och de så kallade tillväxtföretagen. I vårt projekt har vi valt att gå

den motsatta vägen, dvs. att fokusera på människorna och specifikt den ”kreativa klassen”. Vi kommer att hämta inspiration och vägledning från en fördjupad omvärldsbevakning och löpande följa upp och dokumentera projektets aktiviteter och ”experiment”.

Projektet läggs upp på ett sätt som skapar förutsättningar för att de erfarenheter och kunskaper som genereras lätt ska kunna kapitaliseras till andra regioner. Vi vill bli en modell och studieobjekt för andra regioner, inte bara i Sverige och Norge, utan även i ett europeiskt perspektiv. Med det menar vi inte att alla verktyg, metoder och experiment som genomförs kommer att lyckas. Men vi måste både våga oss på helt nya sätt att profilera och kommunicera våra regioners styrkor och samtidigt utmana regionernas svagheter.

Vårt arbetssätt bygger på Triple Helix-modellen och vi kommer att värna om representation från politiken, näringslivet och FoU i projektets organisation och när det gäller deltagandet vid projektets olika aktiviteter och processer. På samma sätt kommer vi att värna jämställdhet och mångfald.

Projektaktiviteter/genomförande

Insatser för regionernas kreativa förmåga

Strategiskt omvärldsarbete

För att på allvar kunna skärpa regionernas konkurrenskraft behöver vi en fördjupad omvärlds- och framtidskarta att orientera oss efter. En karta som beskriver de faktorer, trender och osäkerheter som starkast påverkar våra förutsättningar att bli en riktigt attraktiv region för den kreativa klassen.

I projektet kommer vi att ha fokus på erfarenhetsutbyte för att säkra att båda regionerna får ny kunskap om hur man driver frågan om attraktivitet. Resultatet av arbetet kommer också att ligga till grund för vägval och aktiviteter både under och efter projektiden. Huvudsyftet med insatsen är att få fler beslutsfattare, företagare etc. att bidra till beslut som behöver tas för att regionerna ska kunna locka kreativa människor och företag till sig.

Fördjupad analys av nuläget – ”Regionernas kreativa status”

Olika studier har över tid gjorts i båda regionerna när det gäller innovativa miljöer, företagsklimat etc. *Vår gemensamma bedömning är att dessa behöver fördjupas och i större utsträckning fokusera på regionernas kreativa kapacitet. Resultatet av studien är en grundbult för genomförandet av hela projektet.*

Syftet med denna analys är att få en bild av nuläget och förutsättningarna för att locka den kreativa klassen till regionen. De tre huvudfrågorna är ”Hur kan vår region attrahera den kreativa klassen?”, ”Hur attraktiv är vår region jämfört med andra regioner i Sverige, Norge och Europa?”, ”Vilka styrkor och svagheter har vår region när det gäller att attrahera kreativa människor och företag?”

Resultatet av studien förväntas visa skillnaden mellan regionerna och övriga Europa samt mellan de enskilda kommunerna och landet i övrigt. Utöver det

ska även studien visa hur kreativitet och tolerans hänger samman med inkomst- och utbildningsnivå, näringslivsstruktur, arbetslöshet etc. Erfarenhet och kunskap kring arbetet med att kartlägga en regions kreativitet kommer att hämtas från bland annat Hamarregionen som har tillgång till studierna "Hamaras rolle som regionsenter" och "Hamar-Florida T/R" som bygger på Richard Floridas 4T och som genomfördes våren 2010.

Kommunikationsplan

Parallellt med omvärldsarbetet och den fördjupade nulägesanalysen kommer en plan att tas fram som beskriver hur resultatet av arbetet ska spridas, användas, dokumenteras och utvärderas. En viktig del i det arbetet är att på ett smart sätt skapa positiv PR kring regionernas arbete och ambition samt locka nya människor att bidra till att kreativa livsmiljöer utvecklas. I det kommunikativa arbetet kommer vi också att sträva efter att använda nya verktyg och metoder, kombinerat med mer beprövade, för att hämta hem nya kunskaper och nya erfarenheter. Det betyder att vi kommer att fokusera mer på den kommunikativa processen och vinsten av nya erfarenheter än det kortsiktiga resultatet.

Seminarieserie

Under omvärldsarbetet och analysen av "Regionernas kreativa status" kommer också en seminarierie att genomföras i regionerna med efterföljande erfarenhetsutbyte. Innehållet i seminarierna kommer att vara en mix av Richard Floridas teorier om den kreativa klassen, andra städers och regioners erfarenheter av att arbeta med attraktionskraft osv. Exempel på tema är "*Hur man attraherar kreativa människor till en regionen*", "*Hur städer kan arbeta aktivt för att uppfattas som kreativa och attraktiva*", "*Vad ska mindre orter med pendlingsavstånd till centralorten satsa på för att locka den kreativa klassen*". En viktigt målgrupp för seminarierna är personer i respektive region som tillhör den kreativa klassen. Andra viktiga grupper är politiker, samhällsintresserade ungdomar, etablerade invandrare och entreprenörer i alla åldrar.

Nätverk – "Kreativ region 2020"

Utöver detta kommer båda regionerna att starta ett varsitt nätverk för unga entreprenörer och politiker i syfte att stimulera intresset för en kreativ region år 2020, alternativt bygga vidare på befintliga nätverk.

Insatser för att locka talanger - Talent

Inom ramen för "Talent" vill vi skapa aktiviteter för att attrahera och behålla attraktiva kompetenser. Erfarenheterna från vårt pågående Interreg-projekt "Kompetensförsörjning för regional tillväxt och konkurrenskraft" är att många arbetsgivare har behov av stöd i arbetet med att rekrytera bristkompetenser och även att inspirera ungdomar till att satsa på "rätt" utbildningar. Företagen inser att de var för sig inte har tillräckligt med muskler för att jobba ensam med frågan, utan efterfrågar samlade aktiviteter för att profilera sig både inom och utom länet. Exempel på sådana aktiviteter är:

”Ny karriär, nya möjligheter och nytt liv”

Projektet kommer tillsammans med en del av näringslivet att besöka ett antal städer utanför våra regioner, där vi vet att många av de kompetenser som vi vill nå bor och verkar idag. Vid aktiviteten kommer vi att kommunicera alla de intressanta alternativ som finns i våra regioner som underlättar livspusslet och ger möjligheter till ”Ny karriär, nya möjligheter och nytt liv”. Flera företag har redan visat intresse för denna aktivitet.

”Ung utblick”

En aktivitet där ungdomar får möjlighet att besöka olika företag och få information om arbetsmarknadsläget och framtidsutsikterna i båda regionerna. Det är viktigt att våra ungdomar känner till vilka möjligheter som finns på hemmaplan, oavsett om de väljer att stanna kvar här direkt efter sina studier eller om de väljer att flytta iväg. Både ungdomar och föräldrar behöver få bättre kännedom om de kreativa arbets- och livsmiljöer som finns i regionerna.

Aktiviteten innehåller också samarbeten mellan näringsliv och högskolor/universitet för att få studenter med bakgrund från Hamar- och Falun Borlänge-regionen och som idag studerar vid högskolor och universitet i Norge och Sverige att göra sina magister- och kandidatuppsatser tillsammans med näringslivet i våra regioner. Här pågår redan insatser inom UNISKA-projektet, vilket vi avser etablera ett samarbete med.

”Attraktivaste arbetsplatsen”

I kampen om kompetenserna ökar betydelsen av att vara och uppfattas som en attraktiv arbetsgivare. Det är också en viktig del i utvecklingen av en attraktiv region. Vi vill utveckla frågan till att handla om ”Attraktiv arbetsplats” för att signalera det gemensamma ansvaret för arbetsgivare och arbetstagare att vara med och bidra till arbetsplatsens utveckling.

För att stimulera fler företag och anställda att aktivt arbeta med sitt arbetsgivar- och medarbetarskap ska tävlingen ”Dalarnas Attraktivaste Arbetsplats” respektive ”Hamarregionens Attraktivaste Arbetsplats” instiftas. Tävlingen ska vara en del av ett helt koncept där seminarier, föreläsningar etc. kommer att erbjudas. Bakom idén finns ett av Falun Borlänge-regionens framgångsrikaste företag som betonar att utvecklingsarbetet i sig är viktigare än själva tävlingen. Målsättningen är att företagen både ska sporra varandra och lära av varandra och syftet med aktiviteten är att stärka regionernas arbetsgivarvarumärke. Konceptet i sin helhet kommer att arbetas fram och vidareutvecklas inom ramen för projektet. Aktiviteten bygger på ett nära samarbete med Högskolan Dalarnas ”Tema Arbetsliv”.

”Årlig nationell konferens”. Ambitionen är vidare att ytterligare sätta våra regioner på kartan genom att bli den plats i respektive land som årligen, med start år 2013, står som arrangör för en nationell konferens inom området ”Attraktiva arbetsplatser”. Viktiga samarbetspartners i den här frågan är bl.a. Högskolan Dalarna och Östlandsforskning.

Insatser för ett öppnare klimat - Tolerance

Florida menar att städer och regioner har mycket att vinna på att vara öppna, välkomnande och mångsidiga. Genom att erbjuda de tre T som krävs för ekonomisk utveckling tillsammans med det fjärde; Territorial assets, så finns mycket goda förutsättningar att lyckas.

Ett huvudområde som vi vill arbeta med inom ramen för projektet under rubriken "Tolerance" är Värdskap. Om vi lyckas få människor att känna sig välkomna ökar förutsättningarna både för att de vill komma hit, återvända och stanna kvar.

Värdskap

Region Siljan genomförde för ett antal år sedan en studie av personer som flyttat till regionen och som några år senare flyttade därifrån. Studien visade att en stor anledning till varför man inte blir kvar är att man inte kommer in i det sociala sammanhanget. Att arbeta med att få människor att känna sig välkomna känns därför som en mycket viktig parameter för att utvecklas till en mer attraktiv region.

Vi arbetar redan idag utifrån ett värdskapsperspektiv inom vissa branscher i båda våra regioner. I Hamarregionen har t.ex. Hamarregionen Reiseliv precis påbörjat ett 3-årigt projekt med fokus på värdskapets rollen för turism- och handelsföretag. Nu behöver vi ta ett större grepp för att våra regioner (Hamar och Falun Borlänge) skall uppfattas som varma och välkomnande.

Aktiviteter, som ligger inom värdskap är:

- Inflyttarnätverk och värdar för nyinflyttade
- Värdskaputbildning
- Seminarier och erfarenhetsutbyte inom Värdskap

"Inflyttarnätverk"

Vi har vid flera tillfällen fått signaler om att många nyinflyttade känner behov av mötesplatser där de kan lära känna nya människor. Flera av dem som har rekryterats av något företag och som är nyinflyttade har uttryckt att det skulle vara intressant att träffa andra i regionen, inte bara de personer som de arbetar tillsammans med. Här planerar vi för olika insatser både för helt nyinflyttade personer och de som har bott här en tid. Projektet kommer också att på olika sätt stödja privata initiativ. I Falun finns t ex. Facebookgruppen "Häng i Falun", startad av inflyttare och hemvändare. Ett initiativ som har lett till nya bekansksaper för många.

"Värdar för nyinflyttade"

Avsikten är att både Falun Borlänge-regionen och Hamarregionen ska lära sig av de aktiviteter som projektet "Stanna i Dalarna" planerar att genomföra för högskolestudenter som studerar och bor i Dalarna. En av dessa aktiviteter är att rekrytera värdar bland lokalbefolkningen till inflyttade studenter. Det för att de ska få en kontakt och känna sig välkomna i sitt nya hemlän och för att värdarna samtidigt ska känna att de gör en viktig insats för att få nya invånare att trivas

och stanna. Det här konceptet kan utvecklas inom vårt projekt, så att det omfattar även andra inflyttare än studenter. Vi avser därför att ha ett nära samarbete med ”Stanna i Dalarna” för att täcka in flera målgrupper än enbart studenter.

I arbetet med en utvecklad inflyttarservice kan vi hämta erfarenheter och inspiration från både Samarkand i Ludvika/Smedjebacken och från Gjövik-regionen. Dessa båda har var för sig påbörjat ett arbete där man tittar på hur man ska kunna attrahera och behålla nyckelkompetenser genom en utvecklad inflyttarservice. En dialog pågår om hur vi kan komplettera och stärka varandras insatser.

”Vårdskapsutbildning”

Investeringar i ”flytta hit”-kampanjer kan snabbt vara bortkastade om de personer som vi har lyckats fånga ett intresse hos inte får ett positivt bemötande när de sedan kommer i kontakt med den kommun de kan tänka sig att flytta till. Utbildningar och/eller seminarier i värdskap till tjänstemän i kommunerna planeras inom projektet. Kommunens tjänstemän kommer att ges möjlighet att delta i aktiviteten och den primära målgruppen är personer som kommer i kontakt med inflyttare, t.ex. inom barnomsorgen, växel/reception, bygglov m.m. Men även chefer, politiker och företagare kommer att erbjudas att delta.

Vi kommer att hämta erfarenheter från Orsa kommun i norra Dalarna, som har arbetat med värdskap för alla anställda i hela kommunen och från Hamarregionen Reiseliv, som precis har inlett ett värdsvarsarbete.

”Erfarenhetsutbyte inom värdskap”

Erfa-träffar genomförs där kommunerna i Hamar- och Falun Borlänge-regionen lär av varandras värdsvarsarbete, hur man med hjälp av värdsvars arbetar för att få ökad inflyttning, hur man välkomnar sina nya invånare, hur man synliggör och marknadsför sin kommunala service mm.

Insatser för ökad innovationskraft - Technology

Technology handlar om att näringslivsstrukturen ska vara kunskapsintensiv. En mångfald av högteknologiska företag (små och stora) är ytterligare en viktig faktor för att en region ska generera innovation och tillväxt.

På samma sätt som att det är viktigt med låga inträdesbarriärer för inflyttande människor - att nya individer snabbt blir accepterade och välkomnade i olika sammanhang, är det lika viktigt att företag som ska starta eller flytta till regionen snabbt kan få den hjälp de behöver och känner sig välkomna.

Projektet ska komplettera den verksamhet och de tjänster som redan idag tillhandahålls av kommunernas näringslivskontor och se till att en bra infrastruktur finns som underlättar för företag att växa och etablera sig i regionerna.

Kluster och innovationssystem är viktiga delar inom området teknologi. Regionerna skiljer sig till viss del åt inom detta område och detta ger utrymme

för ett bra erfarenhetsutbyte och idéer för hur klusterarbetet kan utvecklas. Några av klustren i regionerna är Trehusklyngen, Triple Steelix, ITS Sweden, Bioteknologi, Livsmedelsproduktion samt High Voltage Valley.

Rapporten ”Värdering av utveckling i nätverk, kluster och innovationssystem” från Region Dalarna (2010) visar att medverkande företag i klustren till närmare 90 % hade tagit fram nya eller förbättrade produkter och tjänster tack vare samarbetet inom klustren. Detta visar på en ökad kreativitet och innovationstendens.

Inom ramen för projektet ska vi erbjuda innovationssystemen och klustren kunskaper i Floridamodellen. Vi kommer också internt att utbyta erfarenheter från arbete med kluster samt att profilera befintliga kluster som finns i regionerna.

”Utbildning i företagsetablering på olika språk”

For å legge til rette for at flere av våre nye landsmenn velger å etablere seg har erfaring fra Oslo vist at det er viktig at kommunene også tilbyr opplæring i bedriftsetablering i store grupperes morsmål. I Hamarregionen er det stor etterspørsel etter bedriftsetableringsopplæring på språk som Polsk, Tyrkisk, Persisk, etc. Antall kurs vil være avhengig av etterspørsel på de gitte tidspunkt, og erfaringsutveksling vil bli gjort med andre regioner som har gjennomført liknende tiltak for å få opp etableringsfrekvensen blant nye innvånere.

Insatser för att profilera och utveckla regionspecifika kvalitéer – Territorial assets

Platsen är en del av vår identitet som blir allt viktigare enligt Richard Florida. Allt fler människor identifierar sig idag med vad de gör och var de bor jämfört med förr då många identifierade sig med sitt arbete och det företag de arbetade för. Många av de kreativa människor som varit föremål för Richard Floridas forskning uttrycker en önskan om att få engagera sig i sin närmiljö. Det både för att etablera sin egen identitet och bidra till utveckla platser som speglar deras egen identitet.

Alle regioner, städer och orter har elementer ved sin egenhet som vanskelig lar seg kopieres. Dette er kvaliteter som geografisk beliggenhet, kulturlandskap, stedspezifiske kulturelle kvaliteter, lokale tradisjoner, kunst, mat og musikk, regionspesifikk næringsstruktur, lokale lag- og foreningers rolle i samfunnsutviklingen, etc. Flere av disse faktorene er viktig trekke frem for å synliggjøre regioners særtrekk og attraktivitet. Formågen til å bruke stedspezifiske kvaliteter for å skape attraktivitet krever en felles oppfatning og kunnskap om hva disse kvalitetene består av. Ofte blir det slik at man ser kun det man selv er opptatt av, og helheten og mangfaldet av kvaliteter blir utydeliggjort.

Insatser

Arbetet med att stärka regionernas identitet står i fokus i detta projekt. Det handlar om att öka intresset för befintliga kompetens- och boendemiljöer i

regionerna, men också om att locka människor att utveckla nya miljöer och verksamheter.

För att en stad ska fungera som motor för utvecklingen i regionen krävs bl.a. att serviceorterna har bra samhällsservice, att det finns boendeformer för olika åldrar samt att orten har en eller flera naturliga mötesplatser som knyter ihop människorna. Genom projektet vill vi inspirera kommunerna till att dra fördel av sina specifika kvaliteter och att de ingår i en större helhet med olika miljöer som kompletterar varandra.

Genom att ta tillvara det engagemang och den utvecklingskraft som finns på landsbygden skapas förutsättningar för tillväxt i hela regionen. Landsbygderna är rika på naturresurser och på kunniga och företagsamma människor. Här erbjuds goda boendemiljöer och natur- och kulturvärden som uppskattas av den kreativa klassen. Nyttänkande och modern teknik skapar nya möjligheter för boende, företagande och av flexibelt arbetande. Detta leder till en större valfrihet var man vill utgå ifrån oavsett val av karriärväg.

Andelen små företag är hög på landsbygden. Dessa företag är en viktig resurs för hållbar tillväxt och omvändning av näringslivet. Ett ökat företagande i landsbygdsområden leder till en breddning av näringslivet och ny sysselsättning, vilket i sin tur förbättrar underlagen för kommersiell och offentlig service. Härigenom blir det mer attraktivt att bo och att driva företag på mindre orter, vilket i förlängningen kan påverka befolkningsutvecklingen i många landsbygdsområden positivt.

En viktig del i projektet är därför ett nära samarbete med kommunerna och företagen i regionerna för att tillsammans utveckla och marknadsföra de kvaliteter som finns.

Profileringsarbetet kommer att ta sin utgångspunkt i regionernas, städernas, orternas och landsbygdens specifika kvalitéer. Att kommunicera mångfalden och helheten i regionerna är en viktig del eftersom både Falun Borlänge- och Hamarregionen består av kommuner med både urbana och rurala kvaliteter som alla önskar ökad utveckling. Ett förslag till aktivitet inom profileringsarbetet är en kultur- och näringslivstidning som innehåller information om projektet och synliggöra regionens unika kvaliteter och möjligheter.

För att lyckas fånga regionernas specifika egenskaper i profileringsplanen kommer en rad olika insatser att genomföras för att identifiera och utveckla regionernas kvalitéer. Exempel på insatser som kan komma att genomföras är årliga möten med regionernas styrelser med olika teman som knyter an till den kreativa klassen, ”coffee-table” workshops i samverkan med andra aktörer, där en mix av människor ges möjlighet att vara med och samtala om den aktuella platsens unika kvaliteter etc. I samma spår kommer vi att initiera ett årligt regionalt kulturarrangemang med mål att skapa en känsla av den kulturella mångfalden och kompetensen i regionen.

Regionala arrangemangs roll i regional profilering är en annan aktivitet som projektet kommer att undersöka. Vi kommer att genomföra seminarier där betydelsen av events, konferenser etc som verktyg för att skapa regional stolthet kommer att diskuteras. Både Falun Borlänge- och Hamarregionen har flera stora arenor och arrangemang som bidrar till att sätta dessa regioner på kartan. Frågeställningar som kommer att diskuteras är t ex; *Vilka arrangemang bidrar till att skapa en positiv bild av våra regioner?, Hur kan man använda arrangemang för att skapa attraktivitet?*

Tid- och aktivitetsplan

Se bilaga.

Projektets gränsregionala mervärde

Vi har en direkte grenseoverskridende nytte av hverandre gjennom å utvikle felles verktøy og metoder som tar utgangspunkt i Floridamodellen for å utvikle et mer robust struktur for å jobbe med regional utvikling. I prosjektet vil man hente ut grenseoverskridene merverdi både gjennom a) å gjennomføre aktiviteter sammen med deltakere fra to land, b) kjøre aktivitetene parallelt på norsk og svensk side, og c) bruke hverandres erfaringer i planleggingen og gjennomføringen av aktiviteter. Verktøy og metoder som brukes i Hamarregionen vil bli tilpasset utfordringene i Falun-Borlänge Regionen, og tilsvarende vil erfaringer, metoder og verktøy testet ut i Falun-Borlänge regionen bli brukt som bollplank for nye tiltak og aktiviteter i Hamarregionen.

Likheterna mellom de två regionerna såsom näringsstruktur, generationsväxling och geografi skapar en gemensam grund att stå på. Att organisationerna dessutom under snart 3 år arbetat tillsammans i ett interreg-projekt har också skapat ett naturligt och väl fungerande samarbetsklimat med högt i tak och gemensamt arbetssätt. En viktig erfarenhet under dessa tre år är att de regionala innovationssystemen på norsk respektive svensk sida ser väldigt olika ut. På svensk sida finns många organisationer som arbetar med regional utveckling och många projekt bedrivs. På så sätt har på den svenska sida utrymme skapats för specialisering men också att projekt/organisationer överlappar varandra.

På norsk sida är det ett fåtal aktörer som står för det regionala utvecklingsarbetet, i Hamarregionen, vilket innebär en struktur som är tydlig och överblickbar. Det finns styrkor och svagheter, möjligheter och hot på båda sidor men de ser olika ut, vilket skapar grund till intressanta erfarenhetsutbyten och lärande. Som ett exempel kan nämnas – Vad kan vi på svensk sida lära av norskt utvecklingsarbete inför utmaningen att EU:s programperiod tar slut 2013 och vi sannolikt inte kommer att ha lika stora resurser för regional utveckling? Från svensk sida kan vi mäkla erfarenheter och kunskaper från utvecklingsarbeten som bedrivits på svensk sida med strukturfondsmedel.

Projektavgränsning

Projektet studerar och profilerar regionen och baseras på utveckling av nya metoder för att skapa en attraktiv region. Processerna som ska genomföras

bygger på att övriga aktörer i regionen tar ansvar och utvecklas inom sina egna verksamheter medan projektet ska se till att dessa aktörer möts och mobiliserar till gemensamma insatser.

Det finns en tydlig avgränsning mot ordinarie verksamhet inom organisationerna då arbetet med attraktiv region enligt modellen med Floridas 4T blir ett nytt angrepps- och arbetssätt. Fördjupad omvärldsbevakning, profilering och kompetensförsörjning i det här perspektivet är inget den ordinarie verksamheten har möjlighet att fokusera på men som ändå är avgörande faktorer för att få en attraktiv region.

Projektet kan inte ta ansvar för kommunernas jobb utan ska vara ett stöd till verksamheten och initiera utvecklings- och förbättringsförslag inom områden som ingår i projektet, vidare tar projektet avstamp i det regionala perspektivet och inte det kommunala.

Eftersom projektet kommer att ha fokus på utveckling av verktyg och metoder, kombinerat med erfarenhetsutbyten för att säkra ny kunskap kommer processerna som ska genomföras vara minst lika viktiga som värdeskapandet man på kort sikt kan förvänta som resultat av projektet.

Viktiga samarbetspartners för projektets genomförande

Regionrådet för Hamarregionen
Hamarregionen Reiseliv (HARR), Visit Falun Borlänge
Kommunene Hamar, Stange, Løten, Ringsaker, Borlänge, Falun,
Gagnef, Ludvika, Smedjebacken och Säter
Næringslivet i Hamar- och Falun Borlänge-regionen
Högskolan Dalarna
Höyskolen i Hedmark
Östlandsforskning
Rekryteringslots Dalarna

Koppling till andra projekt/insatser

Vi kan se tydliga kopplingar till en rad olika projekt/insatser som pågår inom våra regioner. Speciellt bör nämnas:

Projektnamn	Koppling
Hamarregionen Reiselivs vertskapsprojekt	Erfarenhetsutbyte värdskap
Hamarregionen Utviklings interreg-projekt "Næringslivet som motor for inkludering	Vi kan hämta erfarenheter från detta när vi arbetar med aktiviteter inom både Tolerance och Talent.
High Voltage Valley, Triple Steelix, DalaBit, Trehusklyngen	Erfarenhetsutbyte innovativa och kreativa miljöer samt kunskapsöverföring Floridas 4T
UNISKA	Erfarenhetsutbyten examensarbeten
Flytta till Dalarna	Erfarenhetsutbyte och ev. samarbeten när det gäller utåtriktade aktiviteter inom framförallt Talent
Stanna i Dalarna	Erfarenhetsutbyte och samverkan när det gäller aktiviteter för att behålla invånare. Framförallt inflyttarnätverk och värdar för nyinflyttade.
Kreativa näringar	Erfarenhetsutbyten i analyser och omvärldsbevakning
PADIMA	Erfarenhetsutbyte, attraktivitetsarbete för glesbygd
Regional kompetensplattform Dalarna	Erfarenhetsutbyte kompetensförsörjning, framförallt för aktiviteter inom Talent och synliggörande av ungdomars möjligheter i våra regioner.
Falun Borlänge-regionens Mål 2 projekt "Driv Eget – Next Generation"	Generationsväxlingsfrågan i näringslivet
Innowent (Stiftelsen Teknikdalen och Högskolan Dalarna)	Erfarenhetsutbyten i det internationella perspektivet. Flera av dessa ligger inom vårt arbete med Floridas "Technology".
Rekryteringslots Dalarna	Projektet kommer att arbeta tätt samman med föreningen och dess medlemsföretag framförallt när det gäller aktiviteter inom "Talent", t.ex. "Attraktivaste Arbetsplatsen"

Förankring i regionala mål och handlingsplaner

Koppling till Dalastrategin

Projektet kommer i flera avseenden att stödja Dalastrategin. Tydligast koppling mellan projektet och Dalastrategin finns i utmaningarna -

Kompetensförsörjning och Dalarnas särskildhet. Projektet ska genom att tydliggöra den attraktiva livsmiljön i regionen och storstadsalternativet Falun Borlänge attrahera människor att flytta till regionen och att stanna kvar här. Den kommunikation som projektet kommer att bedriva tar avstamp i varumärket Dalarna och kommer konkret att bidra till att vårt centrum tydliggörs.

Projektet har kopplingar till de flesta av Dalastrategins målbilder, men vi har valt att nämna de 4 målbilder där sambandet är störst:

- Dalarna 2016 är en region där Falun/Borlänge fungerar som en sammanhållen tvåkärnig stadsregion som skapar tillväxt och nya möjligheter för hela Dalarna
- Dalarna 2016 är en välkomnande, nydanande och dynamisk region som gör att många söker sig till just Dalarna för att leva här, men också för att etablera och driva verksamheter av olika slag
- Dalarna 2016 är en region där jämställdhet och mångfald också ses som drivkrafter för utveckling och tillväxt
- Dalarna 2016 är en region som tar vara på alla delars attraktionsvärden och tillväxt-potential och som ser sina natur- och kulturmiljöer som en unik tillgång för både lokal och regional utveckling

Insatserna och aktiviteterna i projektet kommer aktivt att bidra till Dalastrategins vägval:

Det attraktiva Dalarna, där det goda livet och Dalarnas särskildhet lyfts fram och det handlar om att ta tillvara Dalarnas möjligheter att erbjuda attraktiva miljöer att bo och verka i. Här betonas också kulturen och mångfalden som utvecklingskraft.

Det välkomnande Dalarna, som betonar betydelsen av att vi bör bli fler och betydelsen av ett gott mottagande av människor, kompetens och kapital för att dessa ska känna sig välkomna. Här används det starka varumärket Dalarna som drivkraft.

Forankring i regionale og kommunale strategier og planer i Hamarregionen

Prosjektet har en sterk forankring i Hedmark Fylkeskommunes fylkesplan for perioden 2009-2012(20) der målet er ”Attrktive lokalsamfunn og næringsmiljøer som skaper identitet, bo-, utdanings- og etablererlyst”. I forhold til fylkesplanene er det spesielt politikkområdene ”næringsutvikling, nyskaping og FoU” samt ”Kompetanse og livslang læring” som berøres direkte selv om prosjektet også berører politikkområdene ”senterstruktur og stedsutvikling”, ”kultur” samt ”samferdsel og infrastruktur”. Handlingsplanen til fylkesplanen er for perioden 2010 – 2011(13) formalsiert i ”Samarbeidsprogrammet for Hedmark”. Prosjektet har en målsetting og en

aktivitetesplan som er forankret og knyttet direkte opp mot tre av de fire tematiske satsingsområdene i Samarbeidsprogrammet for Hedmark. Prosjektaktivitetene berører stasjonsområder som er ment adressert både under Samarbeidsprogrammets satsing på Verdiskapning, Kompetanse, og Konkurransedyktige by og steder. På fylkeskommunalt nivå har prosjektet også bæring mot satsingen på opplevlesnæringer som er under utvikling i Hedmark.

Regionrådet for Hamarregionen har en strategi- og handlingsplan med en visjon som heter ”Hamarregionen 100 000 – det mest attraktive boområdet i Innlandet”. Prosjektet som skal gjennomføres her har blitt utviklet i tett samarbeid med regionrådet og adresserer flere av satsingsområdene regionrådet har ambisjon om å adressere i tiden fremover innenfor tematikken *kompetanse, næringsutvikling*, og ikke minst, området *stortettstedets rolle som motor for utvikling*.

På kommunalt nivå har man sett at kommunene må ta et ansvar for å egge til rette for attraktive livsmiljø, og alle kommunene i Hamarregionene har gjennom sine respektive kommuneplaner synliggjort sine satsinger innen dette området. Dette prosjektet har derfor tatt utgangspunktet i kommunenes egne planer og prøver på et regionalt nivå å løfte frem satsingsområder kommunene selv har signalisert at de ønsker å arbeide med. Prosjektet har dermed god forankring i de fire kommunens strategiske planer. Arbeid med bolyst, kommunen som vertskap og lokal attraktivitet er i Løten forankret gjennom en kommuneplan som har visjonen ”Løten – midtpunkt med mangfold”. Visjonen Hamar kommune har vagt for perioden 2005-2016 er ”Hamar skal være sentrum for det mest attraktive boområdet i Innlandet”. Stange kommune har valgt visjonen ”Vekstkommunen der jord og himmel møtes” for sitt arbeid med bolyst. Ringsaker kommune har ”Ringsaker – vekst og utvikling!” som visjon for sitt arbeidet med å legge til rette for en bærekraftig samfunnsutvikling. Fellesnevnerne i alle kommunenes respektive kommuneplaner er ønske om å jobbe strategisk med lokal- og regional attraktivitet i bred forstand for å sikre kompetansetilførsel, tilflytting og befolkningsvekst. Dette prosjektet er et godt bidrag til kommunenes felles behov og strategisk orientering.

Information och Resultatspridning

En informationsplan kommer utarbeides som en del av profilerings/kommunikasjonsplanen. Kommunikation är en stor del av projektets innehåll, liksom utvecklingen av metoder och verktyg. Lärande och kapitalisering kring resultaten av de metoder vi utvecklar och de ”tester” som genomförs beskrivs under profileringsavsnittet.

Förutom sedvanlig EU-profilering genom att interreg och EU:s logotyp tydligt framgår av all skriftlig kommunikation kommer vi att lägga upp information på nätet samt nyttja sociala medier.

Uppföljning och utvärdering

Projektet har för avsikt att upphandla en extern utvärderare mot slutet av projektet. Avsikten är att projektets medarbetare ska arbeta löpande med utvärderingar av aktiviteter och processer. Lärande och kapitalisering är viktiga ingredienser i projektet och förutom extern utvärderare och de insatserna som medarbetarna gör själva kommer vi att undersöka möjligheterna att med hjälp av högskolestudenter genomföra studier av ett antal av de processer som genomförs.

Vi har övervägt följeforskning som ett alternativ och anser att den metoden för uppföljning och utvärdering egentligen är den optimala. Men det finns ingen möjlighet att finansiera en sådan insats inom befintlig budget. Däremot kommer vi i inledningen av projektet att undersöka möjligheterna att hitta extern annan finansiering för en sådan resurs. Skulle vi lyckas med detta kommer följeforskning att ersätta insatsen ”Extern utvärdering”.

Riskanalys

I projektet har vi valt att ”spänna bågen”. Målen är högt ställda och utmaningarna många, vilket självklart gör att riskerna blir större. Samtidigt är vi övertygade om att det är nödvändigt att ha höga mål för att våra regioner ska bli konkurrenskraftiga och klara kampen om de kompetenser vårt näringsliv behöver, locka människor att bosätta sig och stanna här och på sikt helt enkelt för att regionerna ska utvecklas. Konkurrenten är stenhård och även om våra förutsättningar är goda så har större städer många fördelar som det inte går att bortse ifrån.

Projektet kommer att arbeta med nya oprövade metoder, vilket det ligger stora osäkerheter i. Slutligen bör nämnas att projektet bygger på att vi lyckas med att utveckla kommunikativa metoder som når ut till målgruppen. I dagens informationssamhälle är det en stor utmaning då många regioner och städer satsar stora resurser på marknadsföring.

Om vi lyckas med våra utmaningar i projektet har vi hittat ett koncept som många andra regioner av samma karaktär kan använda sig av. Förutsättningarna att lyckas är goda; vi har redan idag bra boende-, livs- och arbetsmiljöer, som vi måste hitta nya sätt att göra kända. Vi har dessutom under tre års tid byggt upp ett bra och fungerande samarbete mellan våra organisationer som gör att vi ser mycket positivt på den uppgift vi har framför oss.

Projektkonomi

Svensk projektbudget (SEK)

Kostnader				
Kostnadslag	År 2011	År 2012	År 2013	Totalt SEK
Egen personal	1 095 400	1 692 400	1 743 720	4 531 520
Externa tjänster	733 500	1 157 250	832 250	2 723 000
Lokalkostnader	48 000	72 000	72 000	192 000
Investeringar	20 000	0	0	20 000
Resekostnader	25 000	40 000	35 000	100 000
Övriga kostnader	614 500	846 500	682 480	2 143 480
Summa faktiska kostnader	2 536 400	3 808 150	3 365 450	9 710 000
Externa offentligt direktfinansierade kostnader	0	0	0	0
Summa kostnader	2 536 400	3 808 150	3 365 450	9 710 000

Norsk prosjektbudsjett (NOK)

Kostnader				
Kostnadslag	År 2011	År 2012	År 2013	Totalt NOK
Eget personale	573 000	893 300	930 500	2 396 800
Eksterne tjenester	568 750	910 000	796 250	2 275 000
Lokalkostnader	41 300	64 700	67 248	173 248
Investeringar	0	0	0	0
Reisekostnader	11 000	13 000	13 000	37 000
Övriga kostnader	77 582	119 650	170 720	367 952
Sum faktiske kostnader	1 271 632	2 000 650	1 977 718	5 250 000
Externa offentligt direktfinansierade kostnader	0	0	0	0
Summa kostnader	1 271 632	2 000 650	1 977 718	5 250 000

Svensk finansieringsplan

Nationell offentlig finansiering samt EU finansiering				
<u>Kontant finansiering</u>	År 2011	År 2012	År 2013	Totalt SEK
Region Dalarna	600 000	900 000	900 000	2 400 000
Egen finansiering, Falun Borlänge-regionen AB	600 000	900 000	900 000	2 400 000
<u>Extern offentlig direktfinansiering</u>	0	0	0	0
Summa svensk nationell medfinansiering	1 200 000	1 800 000	1 800 000	4 800 000
<i>Europeiska Regionala UtvecklingsFonden</i>	1 200 000	1 800 000	1 800 000	4 800 000
Summa svensk offentlig finansiering inkl EU finansiering	2 400 000	3 600 000	3 600 000	9 600 000

Privat kontant finansiering				
Finansiär	År 2011	År 2012	År 2013	Totalt SEK
Projektintäkter, seminarier	20 000	20 000	70 000	110 000
Summa	20 000	20 000	70 000	110 000

Summa total svensk finansiering				
	År 2011	År 2012	År 2013	Totalt SEK
Nationell offentlig finansiering	1 200 000	1 800 000	1 800 000	4 800 000
<i>Europeiska Regionala Utvecklingsfonden</i>	1 200 000	1 800 000	1 800 000	4 800 000
Privat kontant finansiering	20 000	20 000	70 000	110 000
Summa	2 420 000	3 620 000	3 670 000	9 710 000

Norsk finansieringsplan

Offentlig finansiering				
<u>Kontant finansiering</u>	År 2011	År 2012	År 2013	Totalt SEK
Regionrådet for Hamarregionen	500 000	0	460 000	960 000
Kommunene Hamar, Stange, Ringsaker og Løten	0	494 000	296 000	790 000
Hedmark Fylkeskommune	437 600	656 400	656 000	1 750 000
Extern offentlig direktfinansiering	0	0	0	0
Summa norsk regional medfinansiering	937 600	1 150 400	1 412 000	3 500 000
<i>Statliga IR-midler</i>	437 600	656 400	656 000	1 750 000
Summa norsk regional finansiering inkl IR-midler	1 375 200	1 806 800	2 068 000	5 250 000

Privat kontant finansiering				
Finansiär	År 2011	År 2012	År 2013	Totalt SEK
Summa	0	0	0	0

Summa total norsk finansiering				
	År 2011	År 2012	År 2013	Totalt SEK
Norsk regional medfinansiering	937 600	1 150 400	1 412 000	3 500 000
<i>Statliga IR-midler</i>	437 600	656 400	656 000	1 750 000
Privat kontant finansiering	0	0	0	0
Sum total finansiering	1 375 200	1 806 800	2 068 000	5 250 000