

## Søknad

<b>Søknadsnr.</b>	2017-0182	<b>Søknadsår</b>	2017	<b>Arkivsak</b>
<b>Støtteordning</b>	Tilskot til nærings- og samfunnsutvikling 2017			
<b>Prosjektnavn</b>	Omdømmeprojekt for Sogn og Fjordane			

### Kort beskrivelse

Framtidsfylket søker med dette støtte til å gjennomføre eit 3-årig omdømmeprojekt. Prosjektet skal resultere i eit betre omdømme og ei tydeleg merkevare for Sogn og Fjordane. Vi må definere korleis fylket skal kommunisere for å skape ein felles positiv profil for fylket. Vi håpar Sogn og Fjordane fylkeskommune vil sjå nytten, og ha glede av å bidra – både med finansielle midlar og med innspel og deltaking.

### Prosjektbeskrivelse

”Omdømme til Sogn og Fjordane – ufortent dårleg?”

Søknad til eit 3-årig omdømmeprojekt for Sogn og Fjordane

Framtidsfylket søker med dette støtte til å gjennomføre eit 3-årig omdømmeprojekt. Prosjektet skal resultere i eit betre omdømme og ei tydeleg merkevare for Sogn og Fjordane. Vi må definere korleis fylket skal kommunisere for å skape ein felles positiv profil for fylket. Vi håpar Sogn og Fjordane fylkeskommune vil sjå nytten, og ha glede av å bidra – både med finansielle midlar og med innspel og deltaking.

### Bakgrunn og innleiing

Både næringsliv og offentleg sektor har i lang tid etterlyst ei tydeleg merkevare. Allereie under NHO-konferansen i 2014 utfordra dåverande fylkesordførar Åshild Kjelsnes næringslivet til å komme med innspel på korleis merkevare Sogn og Fjordane kunne utviklast framover.

”Trivselsfylket”, ”Annleisfylket”, ”der ingen skulle tru at nokon kunne bu-fylket”, og der alle skal ”ete fysst”, skal no bli historie.

Tida er komen for å skape eit nytt omdømme. Ei merkevare som viser dei faktiske kvalitetane i Sogn og Fjordane. Tenk tanken.

Kan Sogn og Fjordane bli kjend for karriere, teknologi og berekraft? Sjølv sagt i tillegg til dei naturgjevne ressursane våre som vi tek for gitt, men som er verdier resten av verda i framtida vil trakte etter. Kan vi gravleggje gamle stereotypiar, og ta vår rettmessige posisjon som ein framtidsretta region? Kan Sogn og Fjordane bli synonymt med eit mekka for gründerskap og gode idear, der den digitale infrastrukturen opnar for uendelege mulegheiter?

Tenk tanken. Kvalitetane er der, og døme på framtidsretta næringsliv er det mange av.

For ikkje alle veit:

- At suksessbedrifta Highsoft i Vik har 70 av verdas største selskap på kundelista si,
- at Lefdal Mine er det største og grønnaste datalagringselskap i Europa,
- at Brødrene Aa i Hyen er verdsleiande på hurtigbåter i karbonfiber,
- at Fjord1 er leiande innan grøn ferjetransport,
- at styringssystema i Oslofjordtunnelen er frå Eid,
- eller at alle iphonar i verda har silisium frå Elkem i Svelgen.
- Mange har heller ikkje høyrte om: Multi Maritime, Enoro, Rocketfarm, Tibber, Strukturplast, Melin Medical, eller Credicare. Og lista er sjølv sagt mykje lengre enn dette.

Og vi må heller ikkje gløyme andre kvalitetar som at:

- Vi ligg på topp i gjennomføring av 12-årig studieløp
- Og, at Sogn og Fjordane ligg over landsgjennomsnittet i breibandsdekking

Det er for få som kjenner til alt dette.

Kva omdømme har vi? Ufortent?

I dag er det lite samsvar mellom det mangfaldet i næringslivet og den verdiskapinga som skjer i Sogn og Fjordane, og korleis fylket vert oppfatta utanfrå. Det er framleis mange stereotypiar og myter som pregar omdømet, noko som igjen går ut over attraktivitet, bremsar tilflytting og gjer det meir utfordrande å tiltrekke seg kvalifisert arbeidskraft.

Sogn og Fjordane vert ofte presentert som traust og sytete, og der bunad, felespel og ferjesveler er oppbrukte karakteristikkar. Dette bilete står i sterk kontrast til korleis vi som bur her opplever Sogn og Fjordane. Tilflytting gjennom eit ungt gründermiljø, unge livsstilsflyttarar som kjem til fylket både på grunn av spennande jobbmulegheiter og på grunn av gode livstilskvalitetar. Å vere få kan og vere eit føremonn for den som vel oss. Med våre tette og gode nettverk, så vert den einskilde meir sett, og karrierestiga vert brattare i eit fylket som vårt.

Gapet mellom opplevd og kommunisert verdi må tettast, og heile Sogn og Fjordane må jobbe saman for å oppnå dette. Både som indremedisin og for å fortelje omverda den rette versjonen av Sogn og Fjordane anno 2017. Det er vi sjølve som må endre vår kommunikasjon av våre kvalitetar og verdier slik at vi får løfta fram vår reelle attraktivitet og gje eit rett framtidsbilete.

Ein større vestlandsregion er dessutan på trappene, noko som forsterkar viktigheita å samle næringslivet og bygge opp ei merkevare som faktisk representerer dei næringslivs- og bustadsattraktivitetane som Sogn og Fjordane innehar. Ein felles identitet og stoltheit, som ikkje forsvinn sjølv om vi vert større.

Målsetninga

Vi skal vise fram det offensive og positive som er i Sogn og Fjordane:

- Synleggjere og skape bevisstheit om kvalitetar, verdiar, mangfald og kompetanse
- Bygge intern stoltheit i fylket
- Skape nysgjerrigheit og tiltrekke hos kvalifisert arbeidskraft utanfor fylket
- Skape grunnlag for fleire arbeidsplassar

Å ta ein sterk posisjon i dagens moderne medieverd krev ei anna tilnærming enn tidlegare. Det er ikkje lenger nok å ta utgangspunkt i kva som er viktig for eiga verksemd og kommunisere det på ein god måte. For å nå gjennom nålauget hos målgruppa vår, må vi klare å bli den føretrekte arbeidsplassen og staden å etablere seg. Dette vil vi oppnå ved å bruke engasjerande kommunikasjon. For å få til dette må vi leige inn høg kompetanse på ny og moderne kommunikasjon.

### Innsiktsfase

Sogn og Fjordane har lav befolkningsvekst, og vi må i fellesskap vere profesjonelle i vår tilnærming til korleis vi legg til rette vår kommunikasjon for å vekke interessa og få fleire til å oppdage karrieremulegheitene og velje å etablere seg i fylket.

I innsiktsfasen må vi kartlegge kva assosiasjonar Sogn og Fjordane vekkjer per i dag, og kva assosiasjonar vi ønskjer å ha i 2020 og framover. Vi vil hente inn informasjon ved hjelp av fokusgrupper, dybdeintervju og kvantitative spørjeundersøkingar. Vi kjem mellom anna å nytte alumnitrainear i undersøkinga. Trainearne er på mange måtar ein "ubrukt" ressurs for fylket i denne samanheng. Resultata frå innsiktsfasen vil leggje grunnlaget for kva tiltak som må iverksettast for å nå målsettinga.

### Målgruppe

Målgruppene er fleire.

1. Potensielle tilflyttarar til Sogn og Fjordane
2. Potensielle bedriftsetablerarar i Sogn og Fjordane
3. Næringslivet og innbyggjarane i Sogn og Fjordane
4. Kapital- og investormiljø

For å bli valt, må ein vere kjend, og ei sterk og tydeleg merkevare har ei rekkje fordelar:

- Høgare grad av tillit
- Vert oftare anbefalt
- Sel meir varer og tenester
- Får fleire investeringar
- Tiltrekkjer seg fleire turistar

## Visjon

Vi har ein visjon om at:

1. Sogn og Fjordane skal bli kjend som eit mekka for gründerskap og gode idéar. Sjølvrealisering i ei global verd, der den digitale infrastrukturen opnar for uendelege mulegheiter.
2. Sogn og Fjordane skal bli kjend for karriere, teknologi og digitalisering. Gamle stereotypiar skal gravleggast ein gong for alle, og bedriftene som er verdsleiande innanfor sine fagfelt skal fram i lyset og sette eit eksempel for resten. Sogn og Fjordane sitt eksisterande næringsliv med høgkompetente verksemdar innan mellom anna teknologi, bioøkonomi, havrommet, reiseliv, rein energi og IT skal løftast fram. Vi skal våge å ta ein posisjon som ein framtidretta region, der berekraft og grønne val er standarden framfor unntaka.
3. Sogn og Fjordane skal bli kjend som ein stad der du blir sett, løfta fram, og der tida di har ein verdi. Du brukar tida di på det som betyr noko for deg.

## Samarbeidspartnarar

Framtidsfylket AS er prosjektleiar og ansvarleg for både økonomi og gjennomføring. Vi tek det administrative arbeidet med å organisere dette, men vi ønskjer å jobbe tett saman med Sogn og Fjordane fylkeskommune og ein rekke andre aktørar. Det nyskipa Sogn og Fjordane Næringsråd har sett merkevarebygging som si viktigaste oppgåve, og vil såleis vere ein viktig samarbeidspart i det vidare arbeidet. I løpet av august 2017 vil heile prosjektorganiseringsen vere på plass.

## Midlar

For å kunne realisere dette omdømmeprojektet, vil det vere naudsynt å lage til eit spleiselag. Den totale budsjetttramma er kostnadsrekna til 1 625 000 kroner. Vi budsjetterer dette som eit spleiselag mellom Framtidsfylket, Sogn og Fjordane fylkeskommune, og næringslivet i fylket.

Framtidsfylket søker om kr 700 000,- i støtte til gjennomføring av eit 3-årig omdømmeprojekt med oppstart i 2017. Vi håpar Sogn og Fjordane fylkeskommune vil vere med å realisere dette projektet.

## Kontaktopplysninger

Funksjon	Navn	Adresse/poststed	Mobil
<b>Søker / Prosjekteier</b>	Framtidsfylket AS Org.nr:992 403 896	Naustdalsvegen 1B 6804 FØRDE	91321392
<b>Kontakt- person</b>	Gro Rukan	Naustdalsvegen 1B 6800 FØRDE	91321392
<b>Prosjekt- leder</b>	Kristine Folland	Naustdalsvegen 1B 6800 FØRDE	99704742

**Mottatt offentlig støtte tidligere:** Ja

Mottatt støtte til:

Karrieremesser

Digitalt magasin

fornyning av portal

Bui Sogn og Fjordane

## **Spesifikasjon**

### **Bakgrunn**

Både næringsliv og offentlig sektor har i lang tid etterlyst ei tydeleg merkevare. Allereie under NHO-konferansen i 2014 utfordra dåverande fylkesordførar Åshild Kjelsnes næringslivet til å komme med innspel på korleis merkevara Sogn og Fjordane kunne utviklast framover.

I dag er det lite samsvar mellom det mangfaldet i næringslivet og den verdiskapinga som skjer i Sogn og Fjordane, og korleis fylket vert oppfatta utanfrå. Det er framleis mange stereotypiar og myter som pregar omdømet, noko som igjen går ut over attraktivitet, bremsar tilflytting og gjer det meir utfordrande å tiltrekke seg kvalifisert arbeidskraft.

Sogn og Fjordane vert ofte presentert som traust og sytete, og der bunad, felespel og ferjesveler er oppbrukte karakteristikkar. Dette bilete står i sterk kontrast til korleis vi som bur her opplever Sogn og Fjordane. Tilflytting gjennom eit ungt gründermiljø, unge livsstilsflyttarar som kjem til fylket både på grunn av spennande jobbmulegheiter og på grunn av gode livstilskvalitetar. Å vere få kan og vere eit føremonn for den som vel oss. Med våre tette og gode nettverk, så vert den einskilde meir sett, og karrierestiga vert brattare i eit fylket som vårt.

Gapet mellom opplevd og kommunisert verdi må tettast, og heile Sogn og Fjordane må jobbe saman for å oppnå dette. Både som indremedisin og for å fortelje omverda den rette versjonen av Sogn og Fjordane anno 2017. Det er vi sjølve som må endre vår kommunikasjon av våre kvalitetar og verdiar slik at vi får løfta fram vår reelle attraktivitet og gje eit rett framtidsbilete.

Ein større vestlandsregion er dessutan på trappene, noko som forsterkar viktigheita å samle næringslivet og bygge opp ei merkevare som faktisk representerer dei næringslivs- og bustadsattraktivitetane som Sogn og Fjordane innehar. Ein felles identitet og stoltheit, som ikkje forsvinn sjølv om vi vert større.

### **Prosjekt mål**

Målsetjinga er å bygge ei tydeleg merkevare for Sogn og Fjordane. Vi må definere korleis fylket skal kommunisere for å skape ein felles profil.

Vi skal vise fram det offensive og positive som er i Sogn og Fjordane:

- Synleggjere og skape bevisstheit om kvalitetar, verdiar, mangfald og kompetanse
- Bygge intern stoltheit i fylket
- Skape nysgjerrigheit og tiltrekke hos kvalifisert arbeidskraft utanfor fylket
- Skape grunnlag for fleire arbeidsplassar

### **Forankring**

Vi har hatt dialog med veldig mange bedriftsleiarar som alle er eintydige på at omdømmearbeid må vere ein prioritert oppgåve framover.

Suksessen i arbeidet vil ligge i gode prosesser og brei forankring. Vi er trygge på at vi har brei støtte i dette arbeidet.

### **Prosjektorganisering**

Framtidsfylket AS er prosjektleiar og ansvarleg for økonomi og gjennomføring. Framtidsfylket har ansvaret for organisering og framdrift, i samarbeid med utvalde aktørar som vert invitert inn i arbeidet.

Prosjektansvarleg: Gro Rukan, Framtidsfylket

Prosjektleiar: Kristine Folland, Framtidsfylket

Styringsgruppe

Egil Mundal, Sogndal Fotball

Ingvild Andersen, Sogn og Fjordane Fylkeskommune

Leon Bakkebø, Sogn og Fjordane Næringsråd

Tore Dvergsdal, Sparebanken Vest

Fleire vil bli invitert inn, men det er desse vi har fått på plass på søknadstidspunktet

Referansegruppe

Eit breitt spekter av aktørar frå næringslivet i Sogn og Fjordane.

### **Samarbeidspartnere**

Framtidsfylket AS skal vere ein nøytral og samlande part i arbeidet og drive prosjektet framover. I slike prosjekt er involvering og prosess viktig, og vi jobbar hardt for å involvere verksemder på tvers av bransjar og geografi i Sogn og Fjordane.

Følgande samarbeidspartnarar er med/vil bli invitert med i prosjektet:

- Sogn og Fjordane Næringsråd, - ein av deira høgast prioriterte oppgåver
- Sogn og Fjordane fylkeskommune
- Sogndal Fotball
- Lefdal Mine
- Fylkesmannen i Sogn og Fjordane
- Sparebanken Vest
- NHO Sogn og Fjordane
- Lerum
- Sparebanken Sogn og Fjordane / Sparebankstiftinga

- Flåm AS
- Våre 36 eigarbedrifter og andre som melder seg interessert.

### **Aktiviteter**

#### Innleiande fase

Den første fasen vil vere å sikre forankring og gjennomføre ei innsiktsfase. Å forankre prosjektet i næringslivet og fylkeskommunen er viktig for godt eigarskap og god framdrift. Vi må stadfeste ei forplikting hos alle involverte, då vi må løfte opp ei felles marknadsføring/distribusjon for å nå gjennom på den nasjonale og internasjonale marknaden.

I denne innsiktsfasen må vi kartlegge kva assosiasjonar Sogn og Fjordane vekkjer per i dag, og kva assosiasjonar vi ønskjer å ha i 2020 og framover. Vi vil hente inn informasjon ved hjelp av fokusgrupper, dybdeintervju og kvantitative spørjeundersøkingar. Resultata frå innsiktsfasen vil leggje grunnlaget for kva tiltak som må iverksettast for å nå målsettinga.

#### Hovudprosjekt

I det vidare arbeidet vil resultata frå den innleiande fasen definere retninga.

Finansieringa av prosjektet ligg i eit felles løft frå næringslivet og Sogn og Fjordane fylkeskommune. I dette arbeidet vil vi involvere ei geografisk og fagleg differensiert styringsgruppe og ei brei referansegruppe for å sikre at heile fylket er med. Vi vil leige inn ekstern hjelp til å forme sjølve innhaldet i prosjekttiltaka.

### **Målgrupper**

Målgruppene er fleire.

1. Potensielle tilflyttarar til Sogn og Fjordane
2. Potensielle bedriftsetablerarar i Sogn og Fjordane
3. Næringslivet og innbyggjarane i Sogn og Fjordane
4. Kapital- og investormiljø

### **Resultat**

Eit betre omdømme der:

1. Sogn og Fjordane skal bli kjend som eit mekka for gründerskap og gode idéar. Sjølvrealisering i ei global verd, der den digitale infrastrukturen opnar for uendelege mulegheiter.
2. Sogn og Fjordane skal bli kjend for karriere, teknologi og digitalisering. Gamle stereotypiar skal gravleggast ein gong for alle, og bedriftene som er verdsleiande innanfor sine fagfelt skal fram i lyset og sette eit eksempel for resten. Sogn og Fjordane sitt eksisterande næringsliv med høgkompetente verksemder innan mellom anna teknologi, bioøkonomi, havrommet, reiseliv, rein energi og IT skal løftast fram. Vi skal våge å ta ein posisjon som ein framtidsretta region, der berekraft og grøne val er standarden framfor unntaka.

3. Sogn og Fjordane skal bli kjend som ein stad der du blir sett, løfta fram, og der tida di har ein verdi. Du brukar tida di på det som betyr noko for deg.

### Effekter

Effektane av prosjektet skal vere at Sogn og Fjordane kjem øvst på prioriteringslista og får ein sterk posisjon når enkeltpersoner, bedrifter og politikarar skal gjere sine val.

For å bli valt, må ein vere kjend.

Ei sterk og tydeleg merkevare har ei rekkje fordelar:

- Høgare grad av tillit
- Vert oftare anbefalt
- Sel meir varer og tenester
- Får fleire investeringar
- Tiltrekkjer seg fleire turistar

## Tids- og kostnadsplan

### Tidsplan

Planen er å gjennomføre ein workshop som del av ein innsiktsfase i juni 2017.

Ha på plass heile prosjektorganiseringen innan utgangen av august 2017.

Få svar på analysedelen av innsiktsarbeidet tidleg haust 2017, og få i gang noko handfast slik at vi kan starte ein nasjonal kampanje og la denne gå og utvikle seg gjennom dei 3 åra, og leve vidare også etter prosjektperioden er over.

Ein enno meir konkret milepælsplan kjem først når heile styringsgruppa er på plass.

### Kostnadsplan

Tittel	2017	2018	2019	2020	2021	SUM
administrering Framtidsfylket	200 000	200 000	100 000			500 000
fase 1 kommunikasjonsbyrå - innsiktsfase	175 000					175 000
fase 2 kommunikasjonsbyrå - posisjoneringkons	250 000					250 000
fase 3 kommunikasjonsplattform og aktivitetar		500 000				500 000
uføresett	33 000	33 000	34 000			100 000
workshops og andre arrangement	50 000	50 000	0			100 000
<b>Sum kostnad</b>	<b>708 000</b>	<b>783 000</b>	<b>134 000</b>			<b>1 625 000</b>



**Finansieringsplan**

<b>Tittel</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>SUM</b>
Framtidsfylket	48 000	43 000	34 000			125 000
Sogn og Fjordane fylkeskommune	500 000	200 000				700 000
Sparebanken Vest	100 000	100 000				200 000
Sparebankstiftinga Sogn og Fjordane		100 000	100 000			200 000
sponsing frå Næringslivet	60 000	340 000				400 000
<b>Sum finansiering</b>	<b>708 000</b>	<b>783 000</b>	<b>134 000</b>			<b>1 625 000</b>

**Geografi**

1400-Sogn og Fjordane

**Vedleggsliste**

<b>Dokumentnavn</b>	<b>Filstørrelse</b>	<b>Dato</b>
Omdømmeprojekt Sogn og Fjordane Budsjett 2017.pdf	209 904	29.05.2017
Søknad til omdømmeprojekt 2017-2020.pdf	210 536	30.05.2017