



Regional næringsplan

Regionrådet, 7. september 2018





Nye satsinger 2018

- Kommunikasjon rettet mot å tiltrekke bedrifter
- E-Sport
- Digitallab Gudbrandsdalen
- Digital forretningsmodeller for arrangementer





Kommunikasjon for å tiltrekke nye bedrifter

- Tilflytterkommunikasjonen har stått sentralt i 2017
- Helhetlig strategisk kommunikasjon
- Ønsker å bygge på samme digitale plattform for kommunikasjon med potensielle bedriftstilflyttinger
- Viktigste satsingen andre halvår 2018





Forsterkede satsinger 2018

- Arrangementer og matopplevelser
- Arrangementsstrategi
- Cybersikkerhet
- Felles håndverksmatsatsing
- Gründere/Gründerdagene
- Vertskapsrollen inn mot arrangementer
- Homesick





Effektmål toppnivå

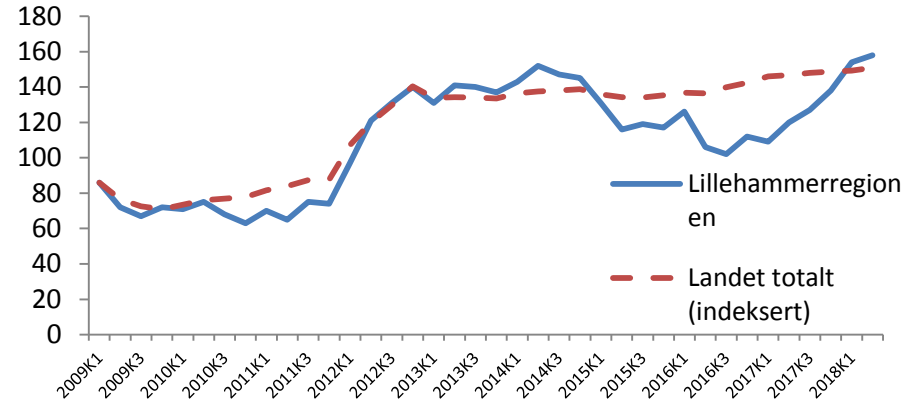
Sysselsettingsutvikling

Sted	Utvikling siste år	Utvikling siste 3 år
0501 Lillehammer	-0,4 %	2,2 %
0521 Øyer	0,6 %	3,2 %
0522 Gausdal	-0,1 %	-5,0 %
Lillehammer-regionen	-0,3 %	1,5 %
05 Oppland	0,0 %	-1,0 %
0 Hele landet	1,3 %	-0,9 %

Utvikling privat sektor + offentlige foretak

	Andel privat 2017	Utvikling privat 2016-2017	Utvikling privat siste 3 år
0501 Lillehammer	58,2 %	-0,3 %	2,4 %
0521 Øyer	70,3 %	0,7 %	3,4 %
0522 Gausdal	64,0 %	-0,2 %	-6,5 %
Lillehammer-regionen	59,9 %	-0,2 %	1,4 %
05 Oppland	64,6 %	0,8 %	-1,5 %
0 Hele landet	68,2 %	1,3 %	-3,0 %

Antall nye AS+ASA, rullerende 12 mnd

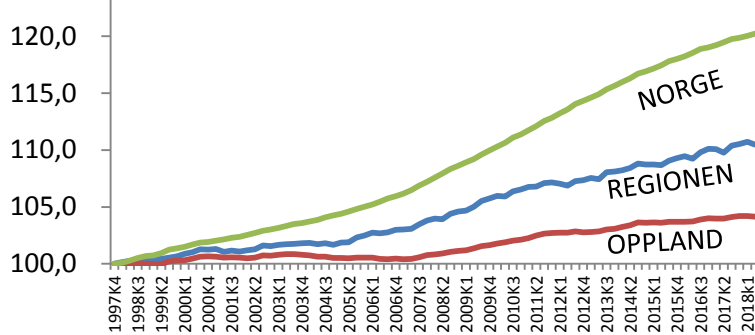




Effektmål toppnivå (2)

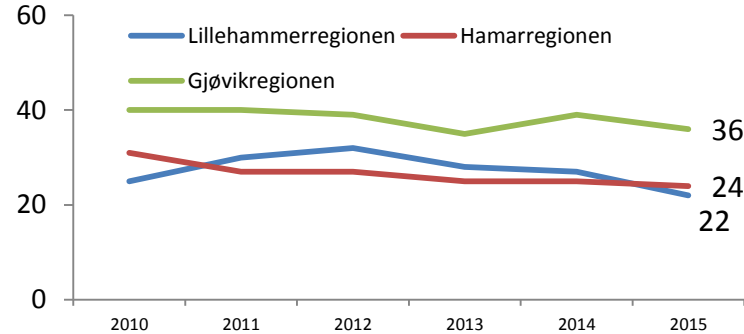
Plassering Kommune-NM

Befolkningsutvikling siden 1997



Befolkningsutvikling siste tiden

	Siste år	Siste 3 år
Lillehammer	1,0 %	2,5 %
Øyer	0,1 %	1,0 %
Gausdal	-0,4 %	-1,5 %
Lillehammerregionen	0,6 %	1,6 %
Oppland	0,2 %	0,5 %
Norge	0,7 %	2,4 %



Kommune-NM 2017 og 2018 har ikke med seg regioninndelingen, men kommunene i regionen hadde følgende utvikling i plassering (+ er bedre plassering):

- Lillehammer + 1
- Øyer + 43
- Gausdal – 44

En helt overordnet vurdering, tilsier at regionen omtrent har behold sin plassering





Regional næringsplan 2018- 2028 - prosess

- Planen skal rulleres denne høsten
- Diskusjonssak i regionrådet 7. september
- Vi skal innom alle tre formannskapene i løpet av september/tidlig oktober
- De tre næringsrådene brukes som høringsinstanser
- Beslutningssak i regionrådet 26. oktober
- Deretter behandles planen i Formannskapene og Kommunestyrene





Hva tenker vi rundt rulleringen?

- Legger opp til en ytterligere spissing
- Tar ut områder der vi oppnår liten effekt – prioriterer sterkere
- Ønsker veldig gjerne innspill til nye og viktige satsingsområder
- Justert plan skal være enda tydeligere på hva som er regionens satsingsområder





Re-branding

- Ønsker å gjøre en re-branding, altså en ny utforming av hele Lillehammer-regionen sin visuelle profil og kommunikasjon.
- Profilen forbindes med og blandes sammen med reiselivet
- Vi har blitt mer synlig i ulike kommunikasjonskanaler, forsterker forvirringen
- Næringsutvikling er ikke en assosiasjon som skapes gjennom merkevaten

