

SAKSPAIRER

VEST-FINNMARK REGIONRÅD

Oslo 11.-12.mai 2015



Scandic Victoria, Oslo

- [Sak 9/15](#)
Godkjenning av innkalling og sakliste
- [Sak 10/15](#)
Årsmelding og årsregnskap for 2014
- [Sak 11/15](#)
Orienteringer
- [Sak 12/15](#)
Kommunikasjonsstrategi og plattformvalg for Vest-Finnmark regionråd, 2.gangs behandling
- [Sak 13/15](#)
Høring Finnmark fylkeskommunes mineralstrategi 2015-2019

Se kjøreplan for detaljer om tid og sted for de ulike møtene



Program Regionrådsmøte

Scandic Victoria, Oslo 11.-12. mai 2015

Søndag 10.mai

Innreise til Oslo. Overnatting på Scandic Victoria

Mandag 11.mai, møterom «Stortinget»

09:00 **Tema 6 «Presentasjon av endelig rapport Infrastruktur og transporttjenester i Vest-Finnmark»**
v/ prosjektleder Jørgen Aarhaug og Eivind Farstad, Transportøkonomisk institutt

10:00 Spørsmål og diskusjon

11:30 Avgang til Samferdselsdepartementet

12:00 **Tema 7 «Møte med politisk ledelse i Samferdselsdepartementet»**
v/Statssekretær Bård Håksrud og statssekretær Tom Cato Karlsen

13:00 **Lunsj**
«Scandic Victoria»

14:30 **Tema 8 «Strategiarbeidet i Vest-Finnmark regionråd – presentasjon av ståtedsanalysen»**
v/Lone Hegg, Kreativ Industri

15:15 Spørsmål og diskusjon

15:45 **Pause**

16:00 **Behandling av saker**

17:30 **Tema 9 «Møte med Kautokeio kommune»**

Deltagere fra Kautokeino kommune:

- Ordfører Klemet Erland Hætta
- Rådmann Kent Valio

19:00 Møte med Stortingsbenken Finnmark og statssekretær i Kommunal- og moderniseringsdepartementet Anne-Karin Olli

20:15 **Middag**
Borggården Biffrestaurant, Fridtjof Nansens plass 5, Oslo

Tirsdag 12.mai

Kan bli en pause i løpet av dagen for å delta på møte med OED (ikke bekreftet)

09:00 **MINISEMINAR**

Scandic Victoria hotell, Oslo – Møterom «Stortinget»

«Hva kjennetegner godt påvirkningsarbeid? Hvordan øke mulighetene for gjennomslag?»
v/tidligere statsråd Morten Andreas Meyer og tidligere statssekretær Erlend Fuglum, First House

- <http://firsthouse.no/menneskene/erlend-fuglum/>
 - <http://firsthouse.no/menneskene/morten-andreas-meyer/>
- Forstå det politiske handlingsrommet
 - Hvordan blir beslutningene til
 - Hvem påvirker og bestemmer
 - Alliansepartnere
 - Utvikling av budskap
 - Hvordan bruke media / sosiale media

Praktisk eksempel

- Ilandføring Johan Castberg

12:00 **Lunsj**

13:00 **Fortsettelse Miniseminar**

15:00 **Pause**

17:30 **Tema 11 «Møte med politisk ledelse i Nærings- og fiskeridepartementet»**
v/Statsråd Elisabeth Aspaker



Sak 9/15 Regionrådet

Saksbehandler: Raymond Robertsen

Godkjenning av innkalling og saksliste

Forslag til vedtak

Innkalling og saksliste godkjennes

Bakgrunn

Regionrådet er innkalt pr e-post 7.april 2015. Sakspapirer med følgende saksliste ble sendt regionrådet pr. epost den 4.mai 2015:

- *Sak 9/15 Godkjenning av innkalling og saksliste*
- *Sak 10/15 Årsmelding og årsregnskap for 2014*
- *Sak 11/15 Orienteringer*
- *Sak 12/15 Kommunikasjonsstrategi og plattformvalg for Vest-Finnmark regionråd, 2.gangs behandling*
- *Sak 13/15 Høring Finnmark fylkeskommunes mineralstrategi 2015-2019*



Sak 10/15 Regionrådet

Sak 2/15 Regiontinget

Saksbehandler: Raymond Robertsen

Årsmelding og årsregnskap 2014

Forslag til vedtak:

1. Årsmelding og årsbudsjett for 2014 godkjennes

Bakgrunn

Årsmelding og årsregnskap skal endelig behandles av regionringet, som avholdes 1.-2. desember 2015. Selve årsregnskapet i 2014, er en del av Hammerfest kommunes regnskap, og det er derfor ikke utarbeidet egen revisorrapport for Vest-Finnmark regionråd. Man har også valgt å slå sammen regnskap og årsmelding til én sak, og ett dokument.

Behandling

Behandling av denne saken gjøres i regionrådet 11.mai 2014, og i regionringet desember. I hht. vedtektene er det regiontinget som har kompetansen til å godkjenne regnskap og årsmelding. Saken kunne således vært lagt frem til regionrådet på sitt møte i desember, men for at saken skal være ferskest mulig legges den frem for regionrådet i mai.

Vedlegg

Årsmelding og årsregnskap for 2014 er vedlagt saken.



Orienteringer

Forslag til vedtak

Orienteringene tas til orientering

Arbeid med ny strategiplan

Vest-Finnmark regionråd startet arbeidet med å lage ny strategiplan i 2014, og dette arbeidet skulle være forankret i kommunestyrene til eierkommunene..

Kreativ Industri ble engasjert til å lage en ståstedoversikt for Vest-Finnmark regionråd pr 2015, som skal danne grunnlag for det videre arbeid med ny strategi. I denne prosessen ble det utført mange intervjuer med aktører i medlemskommunene, samt eksterne aktører. I tillegg er det gjort en sammenligning av hvordan Vest-Finnmark regionråd arbeider i forhold til andre regionråd i landet.

Styringsgruppen har hatt sitt første møte i mars 2015, der ståstedoversikt ble presentert og diskutert.

Kreativ industri AS er valgt som leverandør for å være prosessleder i videre arbeid med ny strategiplan. Målet er å ha et førsteutkast klar som sendes på høring til medlemskommunene med høringsfrist 1.november.

Daglig leder i kreativ Industri AS Lone Hegg vil presentere ståstedoversikten for Regionrådet.

Digital infrastruktur

Regionrådet besluttet å utfordre Fylkesmannen i Finnmark på å arrangere et dialogmøte om digital infrastruktur i Vest-Finnmark og fylket for øvrig. Daglig leder sendte 7.april et brev til fylkesmannen, der man tok opp dette. Brevet er i skrivende stund ikke besvart, men følges opp av daglig leder. Brevet er vedlagt utsendelsen.



Kommunikasjonsstrategi og plattformvalg for Vest-Finnmark regionråd. 2.gangs behandling

Forslag til vedtak

Vest-Finnmark regionråd igangsetter prosjektet om kommunikasjonsstrategi og plattformvalg som beskrevet i sak 12/15

Bakgrunn

Vest-Finnmark regionråd har i 2014 gjennomgått sin informasjonspraksis, og regionrådet fikk en orientering om dette i sitt møte i september 2014. Det er avsatt ressurser til å fornye kommunikasjonsplattformene til Vest-Finnmark regionråd i SNP 2015.

Vest-Finnmark regionråd har i dag ikke en helt selvstendig web side. Siden deles i dag med flyttnordover.no, som er en infoside om fordelene med å bo og leve i tiltakssonen med spesiell fokus på medlemskommunene. Vest-Finnmark regionråd har også en Facebook side, som brukes relativt aktivt. Ansvar for oppdatering og oppfølging er det i dag Nordkapp Næringshage som har.

Vest-Finnmark regionråds web løsninger er gamle og behøver oppdatering. Bruken av sosiale medier har også endret seg for hvordan bedrifter og organisasjoner kommuniserer med omverdenen. I tillegg bør man ta stilling til hva man gjør med www.flyttnordover.no. Hvilken type informasjon regionrådet skal formidle, og på hvilken måte bør avklares i det videre arbeid.

Regionrådet besluttet i behandling av denne sak, at den skulle sende ut på høring til medlemskommunene. Det ble sendt ut høringsinvitt til kommunene 18.februar, med frist for innspill 27.mars. Alta kommune var eneste kommune som sendte inn høringsvar.

Alta kommune var enig i Vest-Finnmark regionråd burde fornye sin egen hjemmeside i tråd med det som er beskrevet. Alta kommune utrykte på den andre siden usikkerhet med effekten av www.flyttnordover.no da man antyder at den har lite besøk i forhold til hjemmesiden til Alta kommune, og at man mener at det kun er 10-15 henvendelser til Alta kommune over denne siden pr. år. Man sier videre at de fleste kommuner har egne hjemmesider som bør prioriteres. Alta kommuner peker også på www.finnmark.no sin side som man mener har et mer treffsikkert nav mht. de som ønsker info om Finnmark, og at de fleste uansett går direkte til hjemmesiden til den kommunen de ønsker å vite mer om.

Saksopplysninger

For å skille på Vest-Finnmark regionråds informasjonsbehov, velger man å dele strategien i to;

1. Kommunikasjon mot målgruppe medlemskommuner og samarbeidspartnere

Formål: Kommunisere for og til medlemskommuner og interessenter av Vest-Finnmark regionråd. Vest-Finnmark regionråd skal bli sett på som attraktiv organisasjon med sine aktiviteter og tiltak.

2. Kommunikasjon mot målgruppe privatpersoner, bedrifter og andre interessenter

Formål: Kommunisere for og til personer og bedrifter/organisasjoner som er nysgjerrige på å flytte til Vest-Finnmark. Vest-Finnmark skal bli sett på som attraktiv ved hjelp av nettsiden. Motivere studenter gjennom informasjon om hva som skjer i hjemfylket og hvilke muligheter de har etter endt utdanning, samt gjøre det interessant for dem å etablere seg i nord.

Kommunikasjon mot målgruppe medlemskommuner og samarbeidspartnere

Kanalvalg:

Hjemmeside: VFRR.no

Kommunikasjonshyppighet:

Det vil her være gunstig å opprettholde en jevn flyt med informasjon på nettsiden. Antall saker avhenger av aktivitet i organisasjonen og medlemskommunene. For å sikre god kommunikasjon og for og nå ønsket formål om å fremstå som en attraktiv organisasjon, er det hensiktsmessig og publiserer minimum 4-7 nyhets saker månedlig. I tillegg legges relevante dokumenter fra regionrådets aktivitet ut på hjemmesiden, og den kan således brukes som en ressurs for medlemmer, media, og andre samarbeidspartnere. Slike dokumenter kan være sakspapirer, uttalelser, høringer, rapporter man har utarbeidet, samt info om møter og annen aktivitet regionrådet og dets medlemmer foretar seg.

Konsekvenser

Vest-Finnmark regionråd opprettholder et profesjonelt preg og sikrer spesifikk kommunikasjon både utad og innad til medlemmene og samarbeidspartnere. Bedre informasjon om hva som skjer i organisasjonen og i medlemskommunene. Det blir også lettere for interessenter å navigere seg gjennom siden når informasjonen spisses til kun å gjelde regionrådet og medlemskommunene. Siden bør også brukes som er ressurs for å legge ut dokumenter som produseres, og derigjennom bedre servicen til medlemmer og media.

I dag er hjemmesiden vanskelig å finne, og er gammel og lite oversiktlig. Hensikten med å fornye hjemmesiden bør være:

- Sikre målrettet kommunikasjon utad
- Sikrer målrettet kommunikasjon innad
- God presentasjon av regionrådets drift og prosjekter
- Enkelhet – Lett å navigere

- Fremstå som en attraktiv og profesjonell virksomhet

Kommunikasjon mot målgruppe privatpersoner, bedrifter og andre interessenter

Kanalvalg:

- Flyttnordover.no
- Facebook-strategi
- E-postmarkedsføring

Kommunikasjonshyppighet: For å sikre forutsigbarhet og tilfredshet anbefales det 2-3 ukentlige publiseringer på Facebook-siden, som er direkte relatert til positive aktiviteter og nyheter fra regionen. I dag viderefremmes i stor grad bare nyheter fra andre kanaler man finner på www.flyttnordover.no og Facebook. Medlemskommunene bidrar lite med innhold, og dette er forståelig ut i fra arbeidsbelastningen man har ute i kommunene. Det produseres ikke eget innhold, bortsett fra noen pressemeldinger og uttalelser innimellom.

Hva gjelder e-postmarkedsføringene foreslås et nyhetsbrev som sendes jevnlig med et intervall på 2-3 måneder.

Å skulle holde en aktiv linje på alle kanalene medfører ekstra arbeid og krever utvidet kunnskap om virkningsfull håndtering av kanalene – «Kan vi leve opp til forventningene?» Dette er en vanlig fallgrube bedrifter/organisasjoner når man velger å opprette et tilbud (Facebook-side) og ikke følger det opp. En side som ligger brakk kan i verste fall ha motsatt effekt av hva som opprinnelig var ønsket.

En annen løsning for å sikre kvaliteten kan være utkontraktering av drift/publisering. I dag er det Nordkapp Næringshage som har en begrenset avtale med regionrådet om publisering og overvåkning. Det anbefales at ordningen med en ekstern driver av disse sidene fortsetter. En ekstern driver vil se på en arbeid på en annen måte, og kan på en bedre måte avgjøre hva som er viktig og effektivt å fremme. En annen ting man risikerer når én side skal dekke flere kommuner er at de kommunene som er mest aktive får mest oppmerksomhet. Derfor bør alle kommunene oppfordres til å være aktive med og «melde inn» nyheter og fremme informasjon som kan være aktuell for målgruppen.

Mulige utfordringer

- Økt arbeidsmengde/økt utgifter
- Manglende kunnskap
- Det dekker ikke behovene/formålet
- Skjev vekting av kommunene
- Søppelpost

Flyttnordover.no og Facebooksiden har i dag rundt 1000 unike brukere. Siden er godt innarbeidet, og får høy relevans ved søk. Ved å opprettholde flyttnordover.no, Facebook-side og utvide med e-postmarkedsføring, vil Vest-Finnmark få en mer målrettet kommunikasjon. Det vil

ikke være noen tvil hvem målgruppen er og hvilken informasjon de kan forvente seg å få gjennom kanalene. Det blir enkelt å navigere seg gjennom informasjonen. En strategi på kommunikasjonshyppighet, innhold og valg av kanaler er viktig for å sikre en jevn informasjonsflyt, og at kanalene imøtekommer forventningene og god kvalitet. Ved å kommunisere positivt og jevnlig om kommunene og regionen, blir det mer attraktivt å etablere seg der, og man har mulighet til å holde utflytterne «varme». Det bygges opp en stolthet knyttet til hjemfylket ved og publiserer saker forankret i lokale verdier som leserne kan identifisere seg med. Det kan skape en følelse av tilhørighet og et «eierskap» til fylket og til kanalene som benyttes for å kommunisere budskapet. Nettsiden vil med andre ord bli den eneste oppdaterte og aktive kanalen om det å leve, bo og flytte til Finnmark og vil dominere Google-søk og få økt trafikk fra hele landet.

Mulige oppsider:

- Sikrer målrettet kommunikasjon utad
- Enkelhet – Lett å navigere
- Dekker informasjonsbehov
- Forutsigbarhet, kvalitet og attraktivt
- Studenter vil etablere seg
- Identitet og tilhørighet
- Økt nett-trafikk og oppmerksomhet

Ressursbehov

For å sørge for en stabil og forutsigbar drift av de omtalte publiseringsverktøyene, vil der være behov for regionrådet å kjøpe kapasitet. Drift av egen hjemmeside kan gjøres med interne ressurser, men det vil være behov for kjøp av tjenester for å oppgradere sidenes uttrykk.

Beregninger av ressursbruk for drift av sidene fordeler seg slik:

Facebookpublikasjoner 2 -3 ganger ukentlig

Publisere nye saker fra nettsiden, innhente relevante artikler fra andre medier, god spredning fra kommunene som er relevant for bedrifter, personer og andre interessegrupper.

Inntil 4 timer pr. måned

Elektronisk nyhetsbrev utsendelse 6-12 ganger i året

Skrive om de mest relevante sakene som kan skape interesse blant ungdom og studenter. Finne relevante bilder og peke til de aktuelle sakene/mediene, invitere til gjesteblogging og invitere studentene til å skrive om saker som interesserer dem, gjerne omhandle kommunene de kommer fra i Vest-Finnmark.

Inntil 3 timer pr nyhetsbrev + distribusjonskostnad ca. kr 1,- pr epostbruker pr mnd.

Innspill fra Alta kommune

Alta kommunes innspill er i tråd med de diskusjonene man har hatt internt i saksforberedelsen. Det er viktig å danne seg et bilde av effekten av det man gjør i dag, og vurdere om endret, eller økt ressursbruk vil gi et bedre resultat enn i dag. Alta kommune etterspør effekten av

www.flyttnordover.no. Denne hjemmesiden vedlikeholdes i dag på et minimumsnivå, og effekten av denne hjemmesiden er blitt redusert med årene når alle de andre markedsføringstiltakene er blitt borte ved prosjektets avslutning. Dette ønsker man å gjøre noe med.

Forslag til kommunikasjonsstrategi og plattformvalg handler om mer enn en profilside for å markedsføre kommunene. I prosjektet ønsker man å forsterke det arbeidet man gjør mot ungdom man kommer i kontakt med på bl.a. arbeidslivsdagene i Tromsø. For å kunne gjøre dette på en god måte må man ha en proff hjemmeside som grunnmur, og spe på med tiltak på sosiale medier, samt DM i form av nyhetsbrev om regionen, og andre tiltak.

I arbeidet med å utarbeide en kommunikasjonsstrategi og plattformvalg, vurderte man hvorvidt det var hensiktsmessig å fortsette utviklingen av www.flyttnordover.no, eller om man bare skulle ha et annet navn på websiden. Siden denne websiden har en grunnlagstrafikk, ble man anbefalt å beholde navnet. Gjennom å videreutvikle denne til å være mer spisset mot de som er nysgjerrig på hva som skjer i regionen, og som allerede har sagt seg villig til å motta info, vil man kunne få større effekt av websiden. Denne siden skal ikke på noen måte være i konkurranse med medlemskommunene sine hjemmesider, men være en port inn for å søke mer info fra enkeltkommuner og bedrifter i regionen. For å få til dette må siden være oppdatert, og understøttes med aktivitet i andre kanaler. Dette vil kreve ressursers som er foreslått i prosjektet.

Alta kommune har i dag en svært god hjemmeside som er til stor nytte for innbyggerne, og aktører som søker informasjon om Alta. De fleste medlemskommunene i Vest-Finnmark regionråd har ikke en så oppdatert og gjennomført side som Alta, og en videreutvikling av www.flyttnordover.no, kan bidra til mer trafikk i de mindre medlemskommuner.

Budsjett

Tiltak	Engangskostnad	Månedlig kostnad
Legge om og oppgradere hjemmesiden regionrådet	kr 35 000	kr 100
Legge om og oppgradere flyttnordover.no	kr 50 000	kr 100
Oppfølging Facebook og www.flyttnordover		kr 6 000
Utarbeidelse og distribusjon av nyhetsbrev 8 stk.		kr 3 500
Diverse	kr 10 000	kr 500
SUM	kr 95 000	kr 10 200

Det er avsatt kr 300 000,- til dette arbeidet i SNP for 2015. Dersom man gjennomfører dette opplegget, og er i drift fra og med andre halvår 2015 får man følgende budsjett for 2015 og 2016:

Tiltak	Budsjett 2015	Budsjett 2016
Legge om og oppgradere hjemmesiden regionrådet	kr 35 000	
Legge om og oppgradere flyttnordover.no	kr 50 000	
Oppfølging Facebook og www.flyttnordover	kr 36 000	kr 72 000
Utarbeidelse og distribusjon av nyhetsbrev 8 stk.	kr 14 000	kr 28 000
Diverse	kr 5 000	kr 5 000
Sum	kr 140 000	kr 122 400

Dersom man gjennomfører dette opplegget, bør man forplikte seg til å gjøre dette i minst 1,5 år. Dette for å sikre at tiltaket får etablert seg, og gir effekt blant målgruppene. Det legges opp til at bevilgningen for 2015, fordeles over to år.

Vedlegg

Høringsinnspill Alta kommune

Høring Finnmark fylkeskommunes mineralstrategi 2015-2019

Forslag til vedtak:

Høringsuttalelse fra Vest-Finnmark regionråd om mineralstrategier for Finnmark 2015-2019 vedtas

Bakgrunn

Finnmark fylkeskommune sendte 30.mars 2015 ut på høring forslag til mineralstrategi for Finnmark 2015-2019. Fylkeskommunen skriver i sitt høringsskriv:

Høringsfristen er satt til 20.mai 2015.

I etterkant av høringsrunden vil fylkesrådmannen utarbeide et forslag til mineralstrategi som legges fremt for fylkestinget for endelig behandling i juni 2015.

Saksopplysninger

Daglig leder sendte ut en forespørsel til alle medlemskommunene 30.mars, og man hadde planer om å utarbeide egen høringsuttalelse til Finnmark fylkeskommune. Alta kommune varslet at de ville sende høringsinnspill, mens Kvalsund kommune ønsket at Vest-Finnmark regionråd burde ta en rolle i dette arbeidet. Kvalsund kommune ved LUK prosjektet ble involvert i videre prosess, og har bidratt i utarbeidelsen av forslag til høringsinnspill. De øvrige kommunene har ikke varslet at de vil gjøre noe eget i denne høringen.

Vedlegg

Forslag til høringsuttalelse Mineralstrategi Finnmark 2015-2019