



STRATEGISK
NÆRINGSPLAN

Lillehammer- regionen



Innhold

02

-Innledning av regionens ordførere

03

-Ambisjoner for regionen

04

-Hva forteller oss at vi er på rett vei?

-Eksterne drivere for utvikling

06

-Virkemidler

07

-Strategiske virkemidler

08

-Grunnleggende aktiviteter

09

- Tilflytting

10

-Tiltaksplan

-Hvor står regionen i dag?

12

-Visste du at?

Innledning

Lillehammer-regionens strategiske næringsplan handler om de tre kommunenes bidrag til å utgjøre en forskjell. Politikk er å prioritere, og ved å meisle ut en tydelig retning oppnår vi resultater. Det tyder tidligere satsinger på, som eksempelvis vintersportsregionen og filmsatsingen fra tidlig 2000-tall. I inneværende periode er det særlig satsingen på IKT og håndverksmat som har båret frukter. Mer om status for næringslivet i kapittel 6.

Vi har bevisst valgt å bygge opp næringsplanen uten at bransjene står i fokus. Vi har valgt å se på de områdene kommunene, sammen med næringsaktører og akademia, kan bidra til næringslivet om ett, to eller fem år skapere større verdier og har flere sysselsatte. Derfor handler denne planen om hvilke virkemidler vi har for å kunne bidra til dette, og ikke minst på hvilke områder vi skal være virkelig gode på.

For selv om vi gjerne skulle ønske det, kan vi ikke være best på alt. En strategisk næringsplan handler om å erkjenne det, og gjøre prioriteringene. Planen har kommet til gjennom et bredt kunnskapsgrunnlag. Som grunnmur ligger naturlig den kunnskapen vi har fått gjennom seks år med en felles næringsplan. Etasjene har blitt bygget gjennom spørreundersøkelse til næringslivet, dialoger med næringsorganisasjonene, felles møter i formannskapene og kommunestyrene og inspirasjon fra hva andre kommuner og regioner gjør.

I planen har vi ikke valgt å synliggjøre FN's bærekraftsmål eksplisitt. Bærekraftmålene skal uansett ligge til grunn for den virksomheten Lillehammerregionen vekst skal understøtte: Det vil være opp til næringslivsaktørene hvordan de velger å realisere bærekraftmålene. Gjennom planen, og årlige handlingsprogram, skal vi være med og bevisstgjøre næringslivet hvorfor bærekraft er viktig og hvordan målene kan nås. Vi mener en god forretningsmodell som er tuftet på bærekraft, gir grunnlag for økt verdiskaping og sysselsettingsvekst. Vi mener ambisjonene vi uttrykker i denne planen er ambisiøse. Samtidig erkjenner vi at vi har en vei å gå for at vi skal nå disse ambisjonene. Som ordførere i Lillehammer-regionen ønsker vi å gå i bresjen for at kommunene, næringsaktører og akademia sammen skal jobbe for at vi kommer dit.

Anette Musdalslien

Jon Halvor Midtmageli

Ingunn Trosholmen

Ambisjoner for regionen

For denne planen har vi bevisst valgt å snakke om ambisjoner fremfor visjoner. Dette fordi visjoner ofte blir stående igjen som tomme slagord, mens vi mener ambisjoner fremstår mer offensivt. Ambisjonene gir både felles retning og sikrer eierskap til det vi skal levere. Denne planen handler om langsiktighet, og om å prioritere og ta valg. Lillehammer-regionen skal bli ledende på å:

- **Bidra til økt kompetanse om og bruk av bærekraftige og digitale forretningsmodeller i næringslivet i regionen.** Vi mener bedrifter som tar utgangspunkt i bærekraft og digitale løsninger vil stå best rustet i årene fremover. Det er derfor vår jobb som region å gjøre det vi kan for at bedriftene forstår hva dette innebærer og hvilken praktisk betydning det har for bedriftens utvikling
- **Utvikle og styrke utvalgte klynger.** Lillehammer-regionen har i dag flere nettverk av bedrifter som jobber samme, men vi har ingen bedriftsklynger som står på det nasjonale klyngekartet. Vi ønsker å jobbe målbevisst med utvikling av bedriftsnettverk og klynger, slik at potensialet utnyttes best mulig
- **Bruke innbyggerinvolvering, samarbeid og teknologi for å utvikle samfunnet og næringslivet.** Kommunene må fremover jobbe på nye måter for å løse sine ansvarsområder, gjennom å involvere innbyggerne i større grad, finne gode samarbeidsløsninger og anvende teknologi. Nye samarbeidsformer med næringslivet gir muligheter, og det krever at vi som region bidrar til at næringslivet tilpasser seg og klarer å være konkurransedyktig
- **Jobbe kontinuerlig med å forbedre hvordan kommuneorganisasjonene bidrar til å realisere utvikling av næringslivet.** Mange ledd i kommuneorganisasjonene er avgjørende for hvor enkelt næringslivet opplever det å utvikle seg i en kommune. Ved å jobbe kontinuerlig med å forbedre hvordan kommuneorganisasjonene er gode tilretteleggere, forventes det å ha en positiv effekt på utvikling av næringslivet
- **Fortelle gode historier fra regionen.** Gjennom et tydelig konsept ønsker vi å fortelle gode historier fra regionen i relevante kanaler mot våre primære målgrupper. De gode historiene skal fungere både som opplysning og inspirasjon, samt bidra til å skape gode lokale ambassadører for regionen.

Ønsket omdømme

Lillehammer-regionen er en offensiv region som er tett på næringslivet. Ved å benytte innovative metoder, samarbeid og samskaping har regionen et bærekraftig, attraktivt og tilpassningsdyktig næringsliv. Regionen er et attraktivt sted å bo for livsnytere med ambisjoner.

Hva forteller oss at vi er på rett vei?

Lillehammer-regionen har noen få overordnede målsetninger for arbeidet med næringsutvikling og tilflytting. Disse målsetningene er:

MÅL	HVORDAN MÅLE?
Vi har et næringsliv som oppnår bedret lønnsomhet og som skaper arbeidsplasser	Måles gjennom sysselsettingsutvikling og samlet lønnsomhet i næringslivet
Vi har et næringsliv der bærekraft og teknologi er drivende for virksomheten	Måles gjennom en årlig benchmark-undersøkelse i næringslivet
Vi har en tilflytting på nivå med landsgjennomsnittet	Måles ved netto innenlands tilflytting

Eksterne drivere for utvikling

Vi har identifisert tre eksterne drivere som vil ha betydning for næringslivet de kommende årene, og som dermed vil være avgjørende for hvordan regionen støtter opp om næringsutvikling i bedriftene.

Demografi: *demografisk utvikling som kompass*

Demografi handler om befolkningsvekst og utvikling sett i sammenheng med ressursbruk og ressursfordeling. For å forstå utviklingen i samfunnet, må man også ha innsikt om befolkning, urbanitet og økonomi. Økt kjøpekraft i befolkningen påvirker forbruk, og mange etablerte bedrifter anser den nye tjenesteøkonomien som det området med størst vekstpotensial. Forhold som dette har mye å si for fremtidens næringsliv.

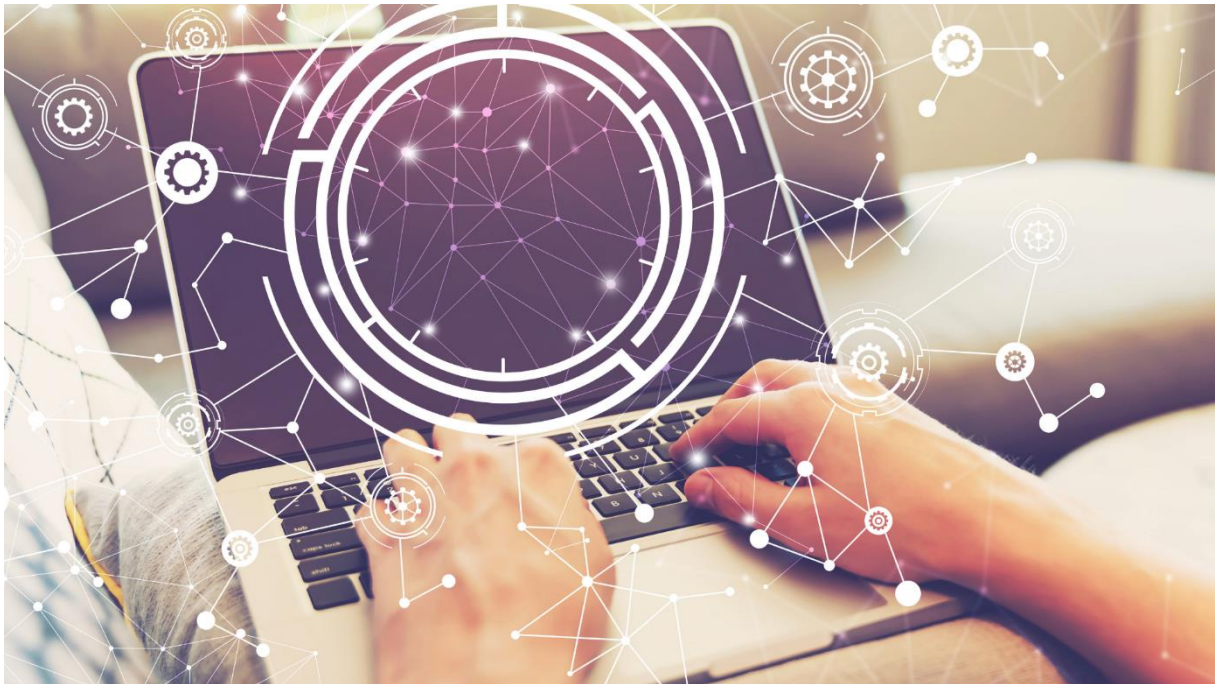
Bærekraft: *bærekraft som innovasjonsdriver*

Bærekraft vil være en innovasjonsdriver og et konkurransefortrinn for morgendagens virksomheter.

Stadig flere bedrifter ser forretningsmuligheter i bærekraft. På andre siden av det miljømessige relatert til bærekraft er det også et stort (nasjonalt og globalt) kommersielt mulighetsrom. For å kapre disse verdiene og møte endrede kundepreferanser vil fremtidens næringsliv tenke bærekraft i sin kjernevirksomhet. Lønnsomme og bærekraftige forretningsmodeller vil bidra til vekst, både økonomisk, sosialt og miljømessig.

Teknologi: *Teknologi som muliggjør*

Er det noe som påvirker mer eller mindre alle næringsaktører så er det teknologi. Teknologi kan muliggjøre så mangt, men uten riktig kunnskap og kompetanse om hvordan man kan anvende teknologi vil også resultatene utebli. Det handler i stor grad om næringslivets evne og mulighet til både å ta i bruk og utvikle ny teknologi og kunnskap i takt med den økende digitaliseringen. Her handler det om å ha de riktige strategiene i bunn for å kunne dra nytte av potensialet i ulike former for teknologi. Transformasjon kommer fra en god strategi med praktisk implementering og forankring, og vil være sentralt for å lykkes med digital omstilling.

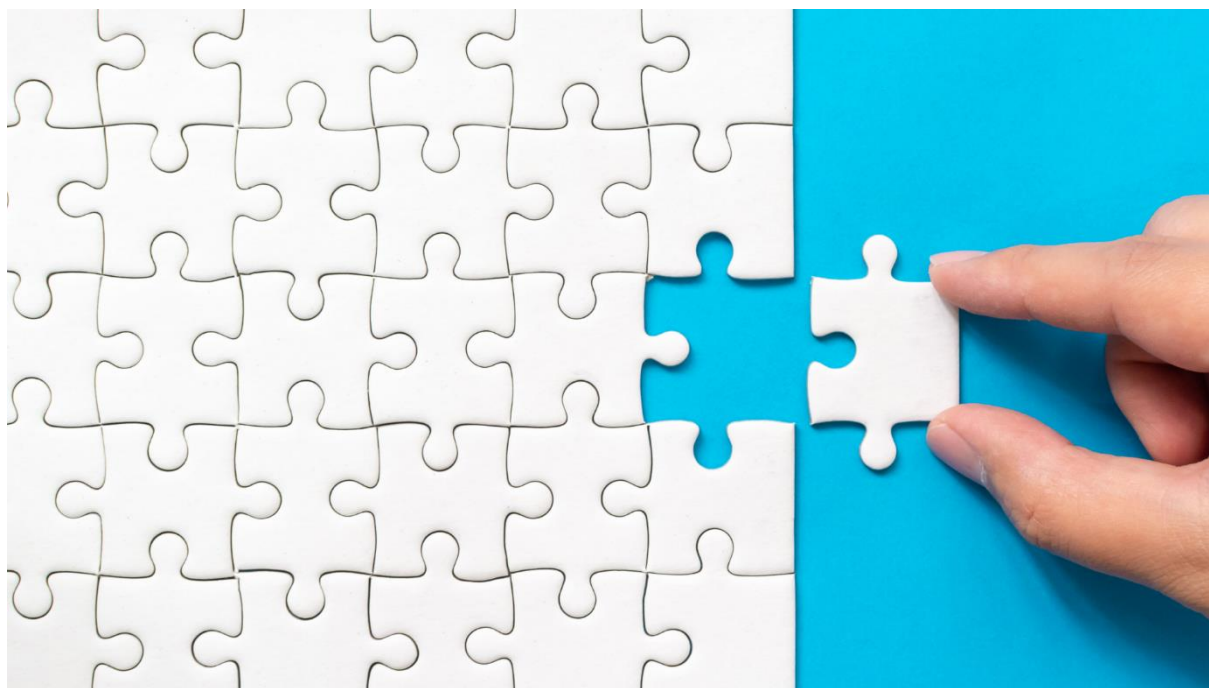


Virkemidler

Regionen har en lang rekke virkemidler vi kan bruke for å oppnå ønsket omdømme og nå målsetningene i denne planen. Vi har valgt å dele våre virkemidler i to: strategiske virkemidler og grunnleggende aktiviteter.

De strategiske virkemidlene skal være våre spydspisser. Der vi legger inn stor innsats, og der det skal bli lagt merke til at vi har ambisjoner. Strategiske virkemidler bruker vi innenfor utvalgte segmenter. Segmentene kan være en bransje eller det kan være et utvalg bedrifter på tvers av bransjer. Hvordan vi bruker virkemidlene avklares i regional tiltaksplan årlig.

Fem av de strategiske virkemidlene vil leseren kjenne igjen fra regionens ambisjoner. De to siste virkemidlene handler om at vi synliggjør og demonstrerer tydelige ambisjoner for regionene og hvordan vi jobber med store, strategiske saker. Førstnevnte virkemiddel har vi lagt til grunn for arbeidet med denne planen, mens det for de store, strategiske sakene er viktig at vi jobber smart og proaktivt med å oppnå best mulig resultater for vår region.



Strategiske virkemidler

1

Som veiviser er vi oppdaterte for å kunne løfte frem og synliggjør sentrale muligheter

- Synliggjøre og demonstrere klare ambisjoner for regionen, herunder strategi for å inkludere kommunenes politiske og administrative toppledelse
- Bidra til økt kompetanse om og bruk av bærekraftige og digitale forretningsmodeller i næringslivet i regionen

Vi skal jobbe som veivisere, brobyggere og tilretteleggere for regionens næringsliv!

2

Som brobygger er vi proaktive og tar initiativ til samarbeid/ prosesser for samskaping

- Utvikle og styrke utvalgte klynger med basis i egen klyngemodell
- Bruke innbyggerinvolvering, samarbeid og teknologi for å utvikle samfunnet og næringslivet

3

Som tilrettelegger jobber vi kontinuerlig for at næringslivet skal ha best mulig forutsetninger

- Smartere og mer proaktivt arbeid med store, strategiske saker
- Jobbe kontinuerlig med å forbedre hvordan kommuneorganisasjonene bidrar til å realisere utvikling av næringslivet.

Grunnleggende aktiviteter

- 1** **Profilering:** Vi skal fortsette å dele gode historier som profilerer regionen som et godt sted å bo og leve
- 2** **Gründerskap:** Lillehammer-regionen Vekst er et første kontaktpunkt for alle som ønsker å starte opp ny virksomhet, enten det er rendyrkede gründere eller det er utspring fra eksisterende virksomhet
- 3** **Støtteordninger:** Kommunene i Lillehammer-regionen har alle egne næringsfond der tildelinger skjer i henhold til egne retningslinjer. Utover dette skal Lillehammer-regionen Vekst aktivt gi informasjon om andre relevante støtteordninger
- 4** **Næringsarealer:** Lillehammer-regionen skal ha god oversikt over næringsarealer og -lokaler tilgjengelig i regionen. De begrensede arealene som finnes skal prioriteres til eksisterende bedrifter med lokalt eierskap
- 5** **Møteplasser:** Næringslivet ønsker levende møteplasser og dette skal Lillehammer-regionen bidra til. Møteplassene er også viktige for å koble næringsliv, politikere og kommuneadministrasjon
- 6** **Kompetanse:** tilgang på riktig kompetanse er avgjørende for næringslivets utvikling, og regionen har en rolle i dette arbeidet. I noen tilfeller ved å koble riktig kompetanse til næringsaktørene og også påvirke utdanningstilbudet i regionen i størst mulig grad dekker opp behovet i regionen
- 7** **FoU:** Næringslivet i regionen har viktige koblingspunkter mot FoU i kompetansemeglerrollen. Utover dette skal Lillehammer-regionen Vekst ha tilstrekkelig god oversikt over mulige FoU-partnere til å kunne fungere som en god sparringspartner for næringslivet

Tilflytting

Lillehammer-regionen har i løpet av de fire siste årene opparbeidet et bredt erfaringsgrunnlag og god innsikt relatert til arbeid med tilflytting. I samarbeid med en bred representasjon næringsaktører har vi gjennom ulike former for kommunikasjon- og informasjonsarbeid jobbet helt målrettet med tilflytter/ tilbakeflyttersegmentet over en lengre periode. Erfaringer fra dette arbeidet tar vi med oss videre og vil ta grep om hvordan vi ytterligere skal profesjonalisere arbeidet med tilflytting/ tilbakeflytting fremover. Vi mener at regionens ambisjoner og satsingsområder som beskrives i denne planen vil bidra positivt til å profilere regionen som en attraktiv bo- og arbeidsregion. Områdene denne planen belyser vil gi oss nye muligheter til å løfte frem de unike og mindre kjente mulighetene regionen har å by på, parallelt med å benytte regionens mer kjente x-faktorer inn i arbeidet.



Tiltaksplan

Hvert år utarbeides det en tiltaksplan knyttet til strategisk næringsplan. Tiltaksplanen gjelder for ett + tre år, og for år 1 vedtas tiltaksplanen sammen med et budsjett. Tiltaksplanen vedtas i Interkommunalt Politisk Råd for Lillehammer-regionen. I prosessen med å utarbeide tiltaksplanen kobles næringslivet tett på. Dette gjelder særskilt næringsorganisasjonene, men også engasjerte enkeltbedrifter og enkeltpersoner får anledning til å mene noe. På denne måten utvikler vi de konkrete tiltakene sammen, og flere får eierskap til tiltakene som gjennomføres. Vi anser dette som en kritisk suksessfaktor for å lykkes med måloppnåelse på spydspissnivå. Vi tror også at næringslivet også i større grad vil ta eierskap til aktiviteter som de selv er med på å både utarbeide og sette mål for. For tiltak i planen settes det resultatmål som følges opp gjennom året og i en årlig rapportering.

Hvor står regionen i dag?

Lillehammer-regionen har siden 1997 hatt en befolkningsvekst på 11,0 %, mot landet totalt på 21,6 %. Det er relativt store forskjeller internt i regionen, der Lillehammer kommune i størst grad bidrar til veksten med sine 15,6 %.

Kommune-NM publiseres hvert år av NHO, og rangerer kommunene etter attraktivitet og lokal vekstkraft basert på forhold ved næringsliv, arbeidsmarked, demografi, kompetanse, og kommunal økonomi. Vår region kommer godt ut i kommune-NM, og er den beste regionen i Innlandet.

Resultatet forteller oss at vi har mye positivt å bygge videre på i vår region.

Arbeidsledigheten i regionen er normalt sett svært lav. I forbindelse med koronapandemien er den riktignok betydelig høyere enn normalt, særlig gjelder dette i Øyer og Gausdal. Når dette skrives er arbeidsledigheten stadig på vei nedover, selv om den er langt over normalen. Det er for tidlig å si noe om hvilket nivå arbeidsledigheten vil ligge på.

Sysselsettingen i Lillehammer-regionen har økt med 2,9 % siden 2010 mot en økning på landsbasis på 7,3 %.

Siden 2010 er næringskategoriene som har hatt størst nedgang:

Næringskategori	Endring personer	Endring prosent
Forretningsmessig tjenesteyting	-232	-23,5 %
Jordbruk, skogbruk og fiske	-185	-23,2 %
Industri	-165	-15,2 %
Finansiering og forsikring	-75	-31,3 %
Varehandel, reparasjon av motorvogner	-58	-2,0 %

Næringskategoriene med størst oppgang er:

Næringskategori	Endring personer	Endring prosent
Elektrisitet, vann og renovasjon	58	22,8 %
Teknisk tjenesteyting, eiendomsdrift	70	7,4 %
Transport og lagring	101	15,7 %
Undervisning	109	6,9 %
Informasjon og kommunikasjon	166	22,8 %
Off.adm., forsvar, sosialforsikring	226	13,4 %
Bygge- og anleggsvirksomhet	231	14,1 %
Helse- og sosialtjenester	382	8,2 %

Om vi ser bort fra offentlig sektor, er det særlig bygg og anlegg og IKT som har vist stor vekst i disse årene. Til tross for sterk vekst, har bygg og anlegg vokst mindre enn landsgjennomsnittet. IKT har i vår region hatt en betydelig større vekst enn landsgjennomsnittet.

Når det gjelder viktige næringer for vår region, som varehandel og overnatting/servering, har de siden 2010 opplevd henholdsvis en svak nedgang for varehandelen (2,0 %) og en svak økning for overnatting/servering (2,3 %). Begge næringer er viktige fordi de bidrar med arbeidsplasser til personer med lav utdanning og også personer med innvandrerbakgrunn.

Den svake veksten innen overnattings- og serveringsvirksomhet kommer i periode der landet har opplevd en sterk vekst i sysselsettingen på over 22 %. Vi ser også at vår region ikke klarer å ta del i den nasjonale veksten i overnattingsdøgn. Når vår region blir hengende etter i utviklingen innen en næring som er så viktig for regionen, er det bekymringsfullt og tyder på at vi ikke klarer å ta ut potensialet som ligger i denne næringen.

IKT har opplevd en sterk vekst i perioden, og har også vært et viktig satsingsområde de senere årene. IKT-næringen har høy verdiskaping per ansatt, noe som gjør det ekstra attraktivt med denne typer arbeidsplasser. Siden arbeidsplassene er attraktive, gjør det også at konkurransen om disse arbeidsplassene er stor. I vår region er vi heldige som har sterke bedrifter med lokalt/regionalt eierskap, kombinert med noen nasjonale bedrifter med betydelig tilstedeværelse. I tillegg har vi Cyberforsvaret, som både har et betydelig antall arbeidsplasser og er en viktig spydspiss for IKT-satsingen i regionen. I 2020 ble Norges Esportforbund etablert på Lillehammer. Kombinert med den allerede etablerte E-sport-linjen i Gausdal og planer om E-sport-hall i Øyer, gir dette regionen.

Lillehammer-regionen har de siste årene hatt en utfordring med næringsarealer. Alle kommunene har hatt mangel på attraktive næringsarealer, selv om det finnes næringsarealer i områder med lav etterspørsel. Mangelen på næringsarealer har gjort at vi ikke har meldt oss på i kampen om interessante etableringer, slik som datasenter og oppdrettsanlegg på land. Forhåpentligvis vil ferdigstillingen av E6 bidra til å bedre næringsarealsituasjonen både i Lillehammer og Øyer.

Firefelts E6 vil være ferdigstilt til Øyer i 2025. Når E6 er ferdig, vil det redusere reisetiden til Øyer fra Oslo-området med 25 minutter fra før firefelts ble påbegynt. En slik reduksjon i reisetid må forventes å ha stor betydning for attraktiviteten til hytteområdene våre, og gir grunnlag for en fortsatt sterk vekst i hyttebyggingen om vi ønsker å legge opp til det. Som bosted må vi også forvente at attraktiviteten øker, selv om denne effekten nok blir noe utvannet ved at konkurrerende områder stort sett også får betydelig reduksjon i reisetid.

Bærekraftig reiseliv: Visste du at Visit Lillehammer er sertifisert som et bærekraftig reisemål etter Innovasjon Norges standard? Å bli et bærekraftig reisemål forutsetter et samspill mellom destinasjonsselskap, kommuner og næringsliv for å ivareta en miljømessig, kulturelt, sosial og økonomisk bærekraftig utvikling. Det å være et bærekraftig reisemål handler både om å styrke gjesteopplevelsene som igjen styrker verdiskapningen i regionen, men gir også påvirkning på regionens attraktivitet som bosted.

IKOMM Academy: Visste du at IKOMM Academy ble gjennomført første gang i 2019, som et samarbeid mellom NAV og IKT-bedriften IKOMM? 10 personer som sto utenfor arbeidsmarkedet ble plukket ut til å gjennomføre et opplæringsprogram, og av disse fikk 3 seg jobb innen IKT-næringen i etterkant. IKOMM Academy utvides i 2020/2021 til å omfatte flere bedrifter i bransjen.

E-sportforbundet: Visste du at Norges E-sportforbund ble etablert på Lillehammer i 2020, etter hard konkurranse med en rekke andre byer og regioner i Norge? E-sport er verdens raskest voksende industri, og det er viktig for regionen å få forbundet etablert her. NESF har blitt omfavnet av næringslivet og ikke minst av Cyberforsvaret. Spennende er det også med planer for e-sport-anlegg i Øyer. I sum gir dette vår region et unikt utgangspunkt for å ta en viktig rolle nasjonalt i en raskt voksende industri.

Digitalt butikkvindu: Visste du at Lillehammer sentrum har tenkt både nytt og innovativt for å gjennomføre en digital transformasjon bland handelsaktører i sentrum? Gjennom prosjektet «digitalt utstillingsvindu» har de samlet flere av medlemsbedriftene under en og samme nettløsning på lillehammersentrum.no. På den måten kan man nå handle lokalt digitalt fra sentrum, enten ved dirkede bestilling eller reservasjon av varer i butikk. Side tar utgangspunkt i å gi inspirasjon til fysisk handel, og enkel tilgjengeliggjøring av et bredt vareutvalg digitalt.

Gausdal Bruvoll: Visste du at Gausdal Bruvoll var opprinnelig et tradisjonelt sagbruk, men er i dag en fremoverlent og moderne produsent av trelastprodukter? Bedriften skaper produktinnovasjoner, slik som den ferdig malte kledningen ULTIMALT, og investerer stort i automasjon. På den måten holder bedriften seg konkurransedyktig

Kokken Tor: Visste du at Tor Jørgen Kramprud Arnesen, også kjent fra suksessen Flying Culinary Circus, har flyttet hjem til Kramprud Gard i Øyer for å starte konseptet «Kokken Tor»? Med fritidsboligeierne i regionen som primærmålgruppe, og et brennende engasjement for lokale råvarer, leverer han nå både sin egen eksklusive matkasse, i tillegg til catering og matkurs.

Takk til lokale næringsaktører for alle viktig **bidrag, innspill** og **engasjement** i forbindelse med utarbeidelse av ny næringsplan for regionen.