



Gardermoregionen



STRATEGISK NÆRINGSPLAN GARDERMOREGIONEN

«STEDET DER MENNESKER LANDER OG NÆRINGSLIVET TAR AV»



Avklaringer:

- Forankring?
 - Justert målsetting? Viktig å avklare!
 - Skal vi legge inn noe om strategi utover hovedsatsingsområdene?
 - Handlingsprogram, år 1? Strategisk arbeid?
 - Verktøy for steds- og identitetsutvikling?
 - Strukturere arbeidet med interessepolitikk og strategisk arbeide?
 - Geografi, bør det sies noe om hva/hvor?
- Grunnmuren:
- Næringsvennlig kommune/region, mener vi noe med det?
 - Næringsprosjekter, hva er vi villig til å satse?
 - Ambisjon?
 - Vi må tørre å snakke om ressurser, roller og organisering, det er avgjørende for hvor lista kan legges.

SNP, fremover (fra forrige møte)

- Innfase strategisk arbeid og omstillingsprosjekter
- Identifisere de mulige prosjektene som understøtter målsetting, sortere/prioritere
- Handlingsprogrammet: år 1, pri omstilling/strategisk arbeide/adhoc
år 2-4, langsiktige prosjekter
- Næringskonsulentene involveres som gruppe, første møte var 16.12.20
- Prosjektgruppe (RU) er tettere på (hver måned)
- Observatør i pågående prosesser
- Forankring (f-skap)? Justert prosess?
- Rapporteringsfrist utsatt til 30.april (godkjent)



Hovedmål: «Utvikle Gardermoregionen til å bli en helhetlig arbeidsregion, med en **tydelig økning av arbeidsplasser, spesielt kunnskapsbaserte og grønn næring.**»

Måles gjennom:

-Balanse mellom vekst i befolkning og vekst i arbeidsplasser

-Årlig økning i andelen kunnskapsbaserte arbeidsplasser

FNs bærekraftsmål skal ligge til grunn for arbeidet med næringsutviklingen (egne klimamål)

* det utarbeides et eget målhierarki i Handlingsprogrammet

Delmål:

-**Erstatte nedlagte arbeidsplasser som følge av pandemien med tilsvarende antall nye arbeidsplasser**

- Flere offentlige kunnskapsbaserte institusjoner er etablert i regionen

- Etablering av minst et høyskoletilbud i regionen innen 2030.

- Økt utdanningsnivå i regionen i 2030.

- Regionen har opparbeidet seg et bedre omdømme som «næringsvennlig region»

- Økning i nyetableringer/gründerbedrifter

- Bedrede kollektivløsninger og infrastrukturløsninger

Strategi?:



Strategi

Skal regionen nå sine mål må den stå samlet, bli mer synlig, være attraktiv og utnytte sine fortrinn. Det er viktig at man har en høy grad av tillitt mellom aktørene, bygger kultur for samhandling og står sammen om å bygge en stolt region.

1. En samlet og synlig region
2. En attraktiv region for innbyggere og næringsliv
3. En region som utnytter sine fortrinn

Handlingsprogram knyttet til strategi, eller bare til hovedsatsingsområder?



Handlingsprogram I

1. En samlet og synlig region

- interessepolitikk/GRIP:

2. En attraktiv region for innbyggere og næringsliv

-GRIP og kommuner: næringsvennlig (forutsigbar), offensiv (innovative off. anskaffelser)

3. En region som utnytter sine fortrinn:

-beliggenhet

-natur/ressurser/kultur/identitet

-større mangfold

HOVEDSATSINGSOMRÅDER



SNP,
fremover

Strategisk
næringsplan

Strategisk arbeid

Ansvarsområder/Handlingsprogram:

GRIP

Kommune

Næringsliv

Handlingsprogram II

GRIP (interessepolitikk):

Prosjekteier næringsutvikling

Utdanning: høyskole/fagskole

FoU: Universitetskommunen (region)

Infrastruktur: E16, jernbane

Samferdsel: Felles innsats kollektivtransport på tvers

Region Romerike

Identitet - omdømme

Felles verktøy - stedsutvikling

Handlingsprogram III

Kommune (tilrettelegger/tjenesteyter):

Næringsvennlig kommune (region):

- kan vi stille noen krav?

- forventninger?

- hvor stort er fokuset i kommunene på hvordan de bidrar til næringslivet?

- hva består «grunnmuren» av i en næringsvennlig kommune/region? Må ikke denne være på plass for å kunne bygge troverdige prosjekter?

Prosjekt: Den næringsvennlige kommunen/regionen

Prosjekt: Innovative offentlige anskaffelser

Lokal stedsutvikling; avgjørende for å være attraktiv og aktuell

Handlingsprogram IV

Næringslivsprosjekter (skape arbeidsplasser):

-
-
-
-
-
-



Strategisk arbeide (år 1), eks

- Statlige arbeidsplasser til regionen
- Utdanningsinstitusjoner (høyskoler/fagskoler)
- Tilrettelegge for forskning utvikling på fortrinn (kommunale tjenester, demokrati og medvirkning, termisk energi, teknologi, grønn energi, sirkulærøkonomi, etc)
- Bygge nettverk, bidra til klyngetankegang
- Infrastruktur
- Kollektivtransport
- Berede grunnen for næringsprosjektene
- Gjerdrum, hva kan vi bidra med?

Verktøy: Bo – jobbe – leve:

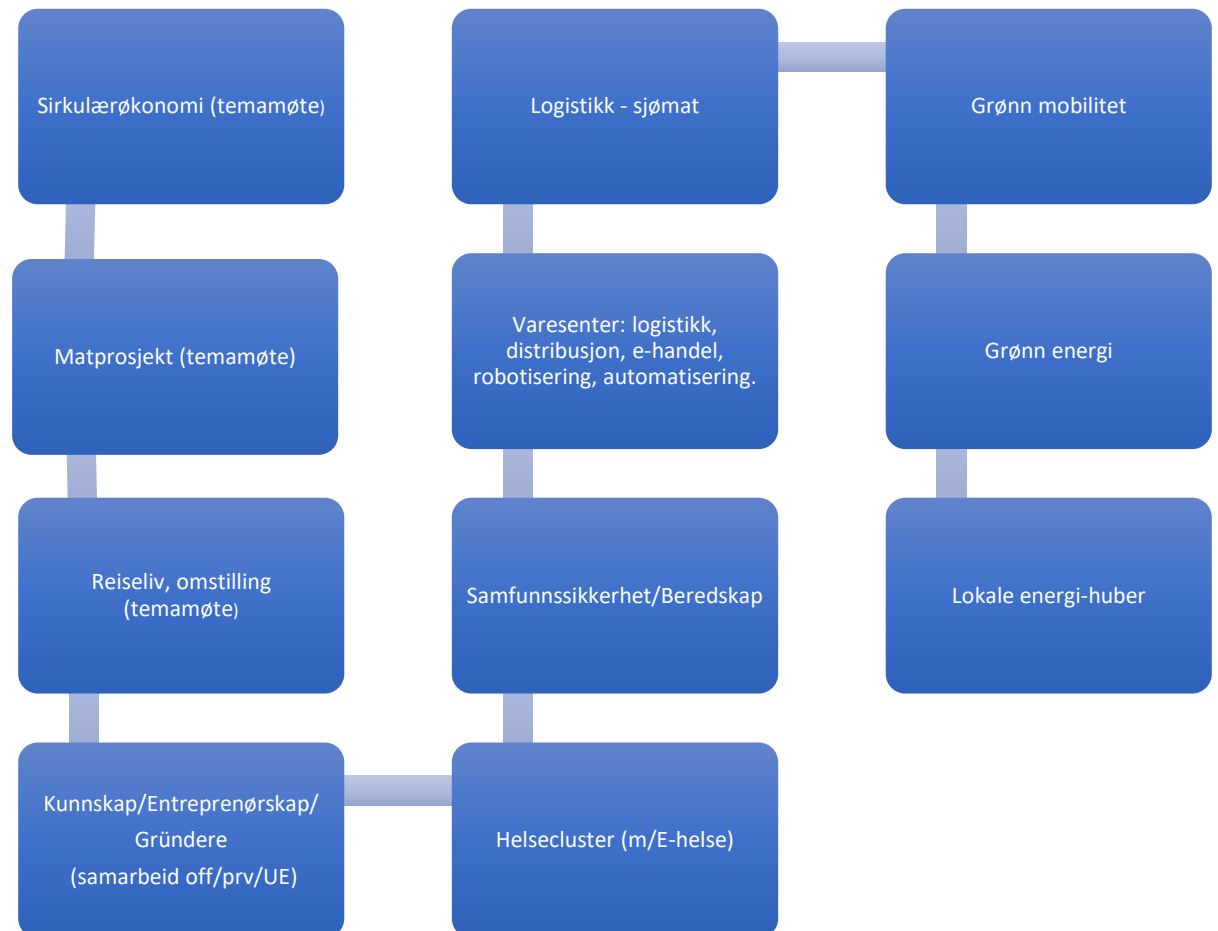
Stedsutvikling – identitet – kultur – aktivitet-
omdømme – stolthet

Plattform: synliggjøring av bo, jobbe, leve

Vil tjene innbyggere, framtidig innbyggere,
næringsliv, besøkende/turister

Eget prosjekt på
regionsnivå?

Prosjekter, næringsliv (forutsetter avklaringer/forprosjekter):



Rammefaktorer/verktøy

En forutsetning for å lykkes er at man samtidig som man arbeider med hovedsatsingsområder innen strategien, har rammefaktorer som bidrar til måloppnåelse.

Dette er blant annet:

- ressursbruk, en omforent forståelse mellom næringsliv og det offentlige
- prosjektorganisering av satsingsområdene
- rolleavklaring/ hvem gjør hva i oppfølging av planen?
- profilering, kommunikasjon og markedsføring
- identitet/omdømme (felles omdømmeanalyse for Romerike)



Avklaringer:

- Forankring?
- Justert målsetting? Viktig å avklare!
- Skal vi legge inn noe om strategi utover hovedsatsingsområdene?
- Handlingsprogram, år 1: Strategisk arbeid og omstilling?
- Verktøy for steds- og identitetsutvikling?
- Strukturere arbeidet med interessepolitikk og strategisk arbeide (inn i planen)?
- Geografi, bør det sies noe om hva/hvor?
- Endring prosjekt? (søke Viken fylkeskommune)

Grunnmuren:

- Næringsvennlig kommune/region, mener vi noe med det?
- Næringsprosjekter, hva er vi villig til å satse?
- Ambisjon?
- Vi må tørre å snakke om ressurser, roller og organisering, det er avgjørende for hvor lista kan legges. Truverdighet.

Innspill fra RU

- Usikkerhet rundt geografi
- Hvordan påvirker covid-19 planen?
- Forankring: politisk behandling i kommunene
- Målsetting: langsiktig arbeid (endringer av tiltak på kort sikt)
- Steds- og identitetsutvikling er viktig
- Prioritere å identifisere prosjekter og konkretisere satsinger
- Infasing av strategisk arbeide og omstilling
- Bistå Gjerdrum
- Samarbeid med NAV

Innspill fra Rådgivergruppa

- Utgangspunkt i hovedsatsingsområdene, ikke nødvendigvis egne strategier i tillegg.
- Litt mer fengende visjon, som egner seg for kommunikasjon/reklame. En evt. strategi må være mer handlingsrettet.
- Viktig å fokusere på å «bygge grunnmuren», næringsvennlig kommune/region. «De nære ting», tilrettelegge.
- Informasjonsplattform som en del av grunnmuren.
- Fokus på ansvar/tilrettelegging hos kommune/region.