
Hovudutval for plan og næring

Saksbehandlar: Tor Gunnar Eriksen

Arkiv: 223 U00

Arkivsaksnr.: 04/01710

SØKNAD OM STØTTE TIL PROSJEKTET "VEKST VERDISKAPING FOR NÆRINGSLIVET I VESTLANDS-REGIONEN"

Fylkesdirektøren rår Hovudutval for plan og næring til å gjere slikt vedtak:

Fylkeskommunen imøtekjem ikkje søknaden frå Fjord Norge AS om kr. 342.500,- til finansiering av merkevarebyggingsprosjekt.

Prenta vedlegg:

1. Søknad frå FjordNorge AS dagsett 19 feb 2004
2. oversendingsskriv frå Vestlandsrådet dagsett 1. sept 2004

Uprenta vedlegg:

Saksframstilling

BAKGRUNN

I 2001 starta Fjord Norge AS opp eit prosjekt saman med Norges Handelshøyskole i Bergen for å formulere ein regional merkestrategi for reiselivsnæringa på Vestlandet. Utgangspunktet var godt då fjordane er eit vel kjent omgrep internasjonalt. Prosjektet er no utvida til å etablere eit regionalt opprinnelsesmerke for heile næringslivet på Vestlandet. Hovudmålet er å oppnå vekst og verdiskaping ved å etablere merkevara Vestlandet, noko som skal skape synergieffektar i marknadsarbeidet til ulike typar næringsaktørar, kvalitetssikre og samordne utviklingsarbeidet i verksemdene, og stimulere til nye nisjeprodukt.

To viktige tilhøve blir framheva

- å dokumentere kvar og korleis produksjonen skjer
- å gje produksjonen ein meirverdi gjennom lokalt farga synleggjering

Eit opprinnelsesmerke er ei strategisk plattform der ulike verksemdar samordnar marknadsføringa på ein vel gjennomtenkt og langsiktig måte, og der verksemdene må følgje opp den samla ståstaden. Det blir etablert ein paraplyorganisasjon der alle må følgje felles retningslinjer, samstundes med at det blir gjeve rom for individuell profilering under paraplyen.

New Zealand blir synt til som eit land som har fått mykje ut av ein merkevarestrategi.

Visjonen er at næringslivet på Vestlandet skal få eit løft ved at det blir etablert ein langsiktig nettverksstruktur og organisasjonsopplegg for merkevarer på Vestlandet. Dersom tiltaket får eit stort omfang kan det bli aktuelt å etablere ein eigen organisasjon til å utføre arbeidet.

Større marknadskraft internasjonalt, reduserte utviklingskostnader og betra produktkvalitet er nokre av dei fordelane prosjektet vil kunne medføre.

Arbeid som skal gjerast er lista opp som følgjer:

- strategisk analyse av merkevareideen
- strategisk analyse av næringsaktørane
- strategiske analyser av marknadsgrunnlaget
- strategisk analyse av finansiering, organisering, drift og kvalitetssikring
- utforming av merkeidentitet og design
- identifikasjons- og situasjonsanalyser

Organisering

Det er lagt opp til eit prosjektteam, ei styringsgruppe og eit ekspertpanel. Fylkeskommunane er tiltenkt ein plass i sistnemnde.

Kostnadsplan

Hovudutval for plan og næring

Saksbehandlar: Tor Gunnar Eriksen

Arkiv: 223 U00

Arkivsaksnr.: 04/01710

Samla budsjett summerar seg til knapt 4 millionar kroner delt over 2 år. Midlane skal nyttast på dei seks arbeidsoppgåvene som er spesifisert ovanfor og i tillegg 1,22 millionar kroner til reiser, møter, administrasjon og eige arbeid.

Finansiering

Finansieringsplanen legg opp til at Sparebanken Vest skal inn med kr 1,5 millionar kroner, dei 4 fylkeskommunane med kroner 342 500, til saman 1,37 millionar kroner, og Fjord Norge AS, NHH og deltakande næringsaktørar med kr 1,07 millionar kroner i form av eige arbeid. Det er såleis Sparebanken Vest og fylkeskommunane som reelt sett skal finansiere heile opplegget.

VURDERING

Prosjektet har ein sambindande karakter og dekker mange av Vestlandsrådet sine fokusområde. Slik sett kan det argumenterast for at dette burde bli eit kjerneprosjekt for Rådet.

Slik vart det ikkje. Saka vart handsama i fylkesrådmannsmøte 7 juni 2004, der det vart vedteke at dei 4 fylkeskommunane skulle handsame søknaden kvar for seg.

Responser i næringslivet til prosjektopplegget har vore blanda, men det er ei eintydig tilbakemelding at dersom slike prosjekt skal gjennomførast, må det gjerast med stor tyngde.

Prosjektet er ein del av ei nasjonal merkevarebygging der Innovasjon Norge sentralt har ansvaret for gjennomføringa. Opplegget synest vera fagleg forsvarleg, men det kan stillast spørsmål ved om det er stor nok tyngde bak søknaden.

Når Sogn og Fjordane skal bidra med like mykje som dei andre fylka, som har opp mot fire gonger så mange innbyggjarar, vil det bli eit finansielt dyrt prosjekt for oss. Det sterke fokuset på omstillingskommunane i Sogn og Fjordane gjer at tilretteleggingsmidlar til andre føremål må prioriterast strengt. Det er kjent at ein etter måten stor del av kompensasjonen for bortfallet av den differensierte arbeidsgjevaravgifta, skal gå til marknadsføringstiltak gjennom Fjord Norge AS. Dette vil truleg gje Fjord Norge AS betre høve til sjølv å medverke finansielt til merkevarebyggingsprosjektet.

Det kan stillast spørsmål ved at ingen av dei to hovudfinansiørane er tiltenkt plass i styringsgruppa, men det kunne sjølvstg bli eit forhandlingstema.

Sjølv om prosjektet er interessant og framtidsretta, finn Sogn og Fjordane fylkeskommune ikkje å kunne medverke til finansieringa av prosjektet slik det ligg føre.

KONKLUSJON/TILRÅDING

Fylkeskommunen imøtekjem ikkje søknaden frå Fjord Norge AS om kr. 342.500,- til finansiering av merkevarebyggingsprosjekt.