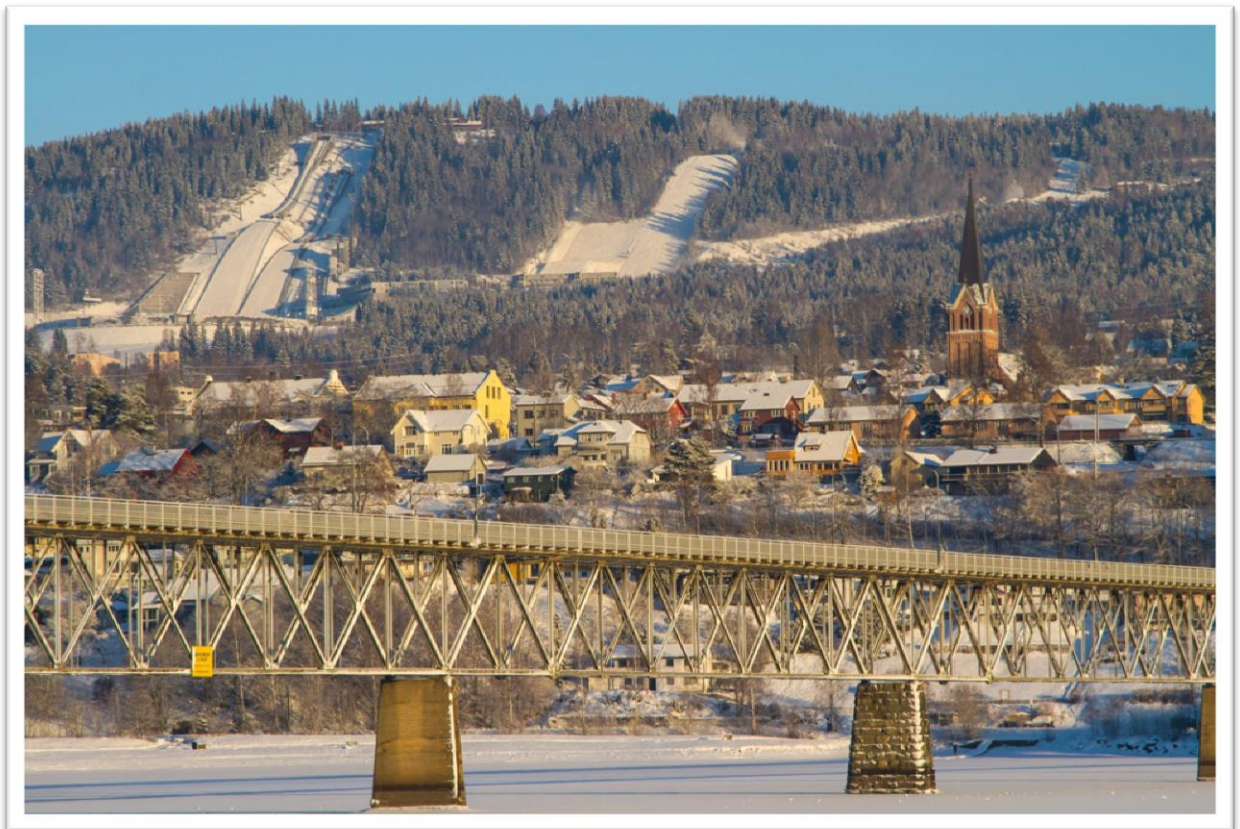


Regionrådet i Lillehammer-regionen

Årsmelding 2016



Innhold

Innledning.....	2
Organisering av arbeidet	2
Økonomi	3
Regional næringsplan	5
Ytre rammer for næringsutvikling	5
Gründer- og vekstservice.....	5
Næringsarealer	6
Regionprofilering	7
Kreative og kulturbaserte næringer	8
Idrettsbasert næringsliv	9
IKT	9
Bioøkonomi	9
Varehandel	10
Reiseliv og opplevelser	10
Landbruk.....	16
Idrett.....	17
Byregionprogrammet - fase 2	19

Innledning

I 2016 har partnerskapsmidlene som Regionrådet disponerer hovedsakelig vært knyttet til arbeidet med å realisere Regional næringsplan. Idrettssatsingen har også vært videreført, med Olympiatoppen Innlandet i førersetet. Videre har det vært støttet opp under utviklingsarbeid ved regionens felles landbrukskontor. Samlet reflekterer Regionrådets prioritering av ressurser et godt bilde på hva regionen er kjent for utad og hvor det er et potensial for videre utvikling.

Videre i årsmeldingen gjøres det innledningsvis rede for organiseringen av arbeidet i 2016. Deretter presenteres de økonomiske rammene og prosjekter som har pågått med regionrådsfinansiering i året som har gått. Videre gis det en redegjørelse for de viktigste resultatene og erfaringene fra arbeidet. For detaljer om de enkelte prosjektene vises det til års- og sluttrapporter fra disse, som kan fås ved henvendelse til regionkoordinator.

Det generelle inntrykket er at det er oppnådd gode resultater, men at fremdriften i arbeidet med regional næringsplan har vært noe dårligere enn forventet, som følge av at bemanningssituasjonen i Lillehammer-regionen Vekst har vært lavere enn forutsatt fram til august 2016.

Regnskapet til Regionrådet er revidert og godkjent som en del av regnskapet til Gausdal kommune.

Organisering av arbeidet

Ordfører i Lillehammer kommune, Espen Granberg Johnsen, har vært regionrådsleder i 2016. Øvrige medlemmer fremgår under:

- Ordfører i Lillehammer kommune/regionrådsleder, Espen Granberg Johnsen
- Ordfører i Gausdal kommune, Hans O. Høistad
- Ordfører i Øyer kommune, Brit Kramprud Lundgård
- Opposisjonspolitiker i Øyer, Marthe Lang-Ree (Vara Steinar Grimsrud har fungert det meste av året)
- Opposisjonspolitiker i Lillehammer, Astrid Gaasand
- Opposisjonspolitiker i Gausdal, Olav Olstad
- Fylkespolitiker (posisjon) i Oppland fylkeskommune, Aud Hove
- Fylkespolitiker (opposisjon) i Oppland fylkeskommune, Eivind Brenna
- Rådmann i Lillehammer, Tord Buer Olsen
- Rådmann i Øyer, Sveinar Kildal/konst. rådmann Eli Eriksrud
- Rådmann i Gausdal, Rannveig Mogren
- Rådgiver i Oppland fylkeskommune, Erik Lagethon
- Regionkoordinator, Anne Kirsti Ryntveit

Det har i 2016 vært avholdt åtte møter i Regionrådet, og det har vært behandlet 20 beslutningssaker, i tillegg til et stort antall orienterings- og drøftingssaker. I januar ble det avholdt et felles regionrådsmøte med Regionrådet for Midt-Gudbrandsdalen med fokus på muligheter og problemstillinger som er felles for de to regionene. Den årlige, regionale formannskapskonferansen fant sted i april og satt søkelyset på Regionrådets satsingsområder og en rekke viktige, strategiske saker for regionen, slik som sykehusstruktur og utviklingen av høgskolen.

I tillegg til de politiske møtene har det vært avholdt møter ca. hver 4. uke mellom rådmennene i regionen og regionkoordinator (regional rådmannsgruppe). Disse møtene fungerer som et forberedende organ for de politiske møtene og er i tillegg en arena for drøfting av regionalt samarbeid i vid forstand.

Regionrådets administrasjon har i 2016 bestått av Anne Kirsti Ryntveit, som har arbeidet som regionkoordinator i 80 % stilling fram til august og deretter i 100% stilling. Regionkoordinator har formelt sett vært ansatt i Oppland fylkeskommune, men har inngått som en del av teamet i den interkommunale næringsutviklingsenheten, Lillehammer-regionen Vekst. Regionkoordinatorstillingen er finansiert 50% fra kommunene og 50% fra fylkeskommunen.

Lillehammer-regionen Vekst

I budsjettbehandlingen for 2016 falt også Øyers bidrag til finansieringen av Lillehammer-regionen Vekst (LRV) på plass. Dette dannet grunnlag for at man kunne iverksette en prosess for å bemanne opp enheten i tråd med de forutsetningene som opprinnelig ble lagt til grunn i behandlingen av regional næringsplan og regional organisering av næringsutviklingsarbeidet høsten 2014. Fra mars 2016 var også næringssjefen tilbake fra permisjon ifbm YOG2016 og i april ble ytterligere én stilling som næringsutvikler og en stilling som regionmarkedsfører (finansiert 50/50 med partnerskapsmidler og kommunale midler) utlyst og fra august 2016 var de to nye medarbeiderne på plass i LRV. Med full bemanning av enheten tok aktivitetsnivå seg opp betraktelig de siste 4-5 månedene av 2016.

HubLHMR

LRV er også primus motor bak og samlokalisert med det medlemsbaserte gründer- og kontorfellesskapet HubLHMR (www.hublhmr.no) i GD-bygget i Lillehammer sentrum. Dette har vært en realitet siden juni 2015 og interessen har vært jevnt stigende. Lillehammer kommune er leietaker og det forutsettes at tilbudet skal være selvfinansierende. Hub'en har 24 kontorplasser. Ved utgangen av 2016 var det 25 medlemmer i Hub'en, inkludert fem ansatte i LRV, fordelt på de tre ulike medlemskategoriene, fast plass (full), fleksibel plass (full) og fleksibel plass (deltid). Dette innebærer en dobling i antallet medlemmer ilt år, og økningen har fortsatt inn i 2017.



Med bakgrunn i den store og økende interessen, ble det høsten 2016 igangsatt et arbeid for å se på mulighetene for å få tilgang til ytterligere lokaler i 1. etg av bygget.

Økonomi

I 2016 har Regionrådet gitt tilsagn om kr. 3 370 000 i partnerskapsmidler til ulike prosjekter. Av disse er kr. 290 000 dekket av udisponerte midler fra 2014/2015. Det innebærer at kr. 420 000 av den rammen på 3 500 000 for 2016 ikke er disponert. Dette legges til disponible midler i 2017.

I tillegg til nye tildelinger i 2016, ble det arbeidet med en rekke prosjekter som har fått tildelt partnerskapsmidler tidligere år. Tabellen nedenfor gir en samlet oversikt over samtlige prosjekter som har pågått i 2016 med Regionrådets støtte. Arrangementsprosjektene som ble tildelt midler høsten 2016 er ikke avkrevd rapportert, da dette i all vesentlig grad omhandler arbeid som vil foregå i 2017. Prosjekter som ble avsluttet i 2016 er sluttrapportert, mens prosjekter som vil pågå også i 2017 er årsrapportert.

Tabell: Oversikt over prosjekter som har pågått med regionrådsstøtte i 2016

	Tidligere tilsagn	tilsagn 2016	Rapport
Landbruk (udisp.fond)		250 000	
Økt bruk av tre	50 000	50 000	Årsrapp.
Forproduksjon på høgereliggende engarealer	115 000		Sluttrapp.
Forebygging spiseforstyrrelser	200 000	200 000	Årsrapp.
"Ungdomstreneren"	100 000	50 000	Sluttrapp.
Kompetansebygging testing		100 000	Årsrapp.
"Fra barn til ungdom"		100 000	Årsrapp.
ByR fase 2	50 000	50 000	Årsrapp.
Fylkesmesse Ungt entreprenørskap		50 000	Sluttrapp.
Regionmarkedsfører	450 000	550 000	Årsrapp.
Studentregionen		150 000 ¹	Årsrapp.
Snowball, basisfinansiering	100 000	100 000	Årsrapp.
Kommunikasjon fritidsboligeiere	250 000	250 000	Årsrapp.
Unge frivillige	100 000	50 000	Sluttrapp.
Praktisk tilrettelegging, idr. turisme	50 000		Sluttrapp.
Profilering og produktutv. film/TV	200 000	50 000	Sluttrapp.
Lillehammer House		100 000	Sluttrapp.
NRK Sommerbåten - sommerfest		150 000	Sluttrapp.
UNESCO Litteraturby		140 000 ²	Årsrapp.
LIMPI, fase 1 og fase 2	200 000	250 000	Årsrapp.
Lillehammer Tv-drama festival - omdisponert	200 000		Sluttrapp.
Idrettsgalla		50 000	Sluttrapp.
Campingkonferansen		25 000	Sluttrapp.
Arrangementsstøtteordning:			
• Mjølkefestivalen	50 000		Sluttrapp.
• NTG sommerskiskole	50 000		Sluttrapp.
• Byfest -WC nordisk	50 000		Sluttrapp.
• «Smak av Ibsen»	50 000		Årsrapp.
• Filmfokus	50 000		Sluttrapp.
• Julerenn i Hafjell	50 000		Sluttrapp.
• Fabrikkenseminaret		50 000	Sluttrapp.
• Kulturnatt		50 000	Årsrapp.
• Teaterdagene		25 000	Sluttrapp.
• NM rundbane UCI-status		50 000	Ikke rapp.
• Next X snow camp		50 000	Ikke rapp.
• Hovedlandsrenn alpint		50 000	Ikke rapp.
• NM Terrensykkell Maraton 2017		50 000	Ikke rapp.
• PEN/Fribykonferansen		50 000	Ikke rapp.
• Amandus – Lhmr internasj. Stud.filmfestival		80 000	Ikke rapp.
RL drift inkl kontorhold		200 000	
TOTALT		3 370 000	

¹ Trekket av udisponert fond avsatt til idrettsbasert næringsliv gjennom RNP i 2014

² Trekket av udisponert fond avsatt til kulturnæringer gjennom RNP for 2015

Regional næringsplan

Det har vært et betydelig aktivitetsnivå på de fleste områdene som omfattes av Regional næringsplan i 2016. Året sett under ett har imidlertid kapasiteten i LRV vært betydelig lavere enn forutsatt, noe som naturlig nok har påvirket mulighetene for å gjennomføre alle ønskede aktiviteter og prosesser som var lagt til grunn.

Høsten 2016 var det to år siden den første utgaven av regional næringsplan ble vedtatt. Med bakgrunn i at bemanningen i LRV endelig var på plass som forutsatt og de erfaringer og oppnåelser som er gjort så langt, ble det høsten 2016 lagt ned et betydelig arbeid for å rullere regional næringsplan med tilhørende strategiske tiltak og relevante måleparametre. Ny plan, gjeldende for perioden 2016-2026, ble vedtatt i Regionrådet og de tre kommunene i oktober/november 2016.

Regional næringsplan skal være retningsgivende for arbeidet i den regionale næringsutviklingsenheten, LRV, og omfatter således ikke bare utviklingsarbeidet gjennom Regionrådet, men også det øvrige næringsutviklingsarbeidet.

Fra og med 2017 vil det rapporteres på arbeidet med å realisere den rullerte planen. For 2016 tas det utgangspunkt i opprinnelig plan, da det i praksis var den som var gjeldende for det aller meste av året. Det har vært arbeidet med følgende temaområder:

- Ytre rammebetingelser for næringsutvikling
- Gründer- og vekstservice
- Næringsarealer
- Regionprofilering
- Kreative og kulturbaserte næringer
- Idrettsbasert næringsliv
- IKT
- Bioøkonomi
- Varehandel
- Reiseliv og opplevelser

Ytre rammer for næringsutvikling

Samferdselsspørsmål er et tema som er særdeles viktig for regionen, men som vi i liten grad jobber målbevisst med. Det er uklart hvor ansvaret for dette skal ligge, og både Regionrådet og Lillehammer kommune har ikke implementerte vedtak om å opprette arbeidsgrupper som skal jobbe målbevisst med disse spørsmålene.

Når det gjelder økt FoU-satsing er ingen av arbeidsgruppene iverksatt, men dette er et tema som LRV hele tiden har med seg i sitt arbeid. Vi fasiliteter, understøtter og profilerer de initiativ som tas, eksempelvis Switch HiL og internship-ordningen, som er en del av Master i Innovasjon på Høgskolen.

Gründer- og vekstservice

I 2016 har arbeidet med gründer- og vekstservice skutt ytterligere fart. Den viktigste enkeltfaktoren som har bidratt til dette er styrkingen av bemanningen i LRV, ved at næringssjefen våren 2016 var tilbake i full stilling og at enheten fra august 2016 fikk to nye

medarbeidere. Kapasiteten i LRV har med det blitt betydelig bedre. De to nye medarbeiderne har begge dedikerte oppgaver inn mot denne satsingen. Den ene av disse er tildelt et særlig ansvar for etablerersamtaler og oppfølgingen av (potensielle) gründere, mens regionmarkedsføreren blant annet skal ivareta profileringen av regionen som gründerregion. Økt fokus gir økt tilgang av potensielle gründere, og vi forventer å se ytterligere effekt av dette i 2017. Det er også gjennomført en rekke besøk hos og samtaler med eksisterende bedrifter, med fokus både på utviklingsmuligheter i den enkelte bedrift og mulige samarbeid med andre.

I 2016 har samarbeidet med Start LHMR som ble etablert i 2015, blitt videreført og videreutviklet. Hub.Pub er etablert som en fast, månedlig sosial møteplass for gründere, etablert næringsliv, studenter og offentlige aktører. Antallet besøkende har ligget på mellom 30 og 50 deltakere. Både den faktiske deltakelsen og tilbakemeldingene indikerer at dette har blitt en møteplass målgruppen opplever som relevant og som bidrar til at spennende relasjoner oppstår.

Gründerdagene ble gjennomført for andre gang høsten 2016. Dette er et samarbeid med partnere fra regionalt næringsliv og Start LHMR. Arrangementet gikk over fire dager og var spekket med ulike faglige og sosiale møteplasser og foredrag for alle som er opptatt av gründerkap i vid forstand. I etterkant av Gründerdagene 2016 ble det nedsatt en programkomité som skal arbeide med å videreutvikle konseptet inn mot neste års arrangement, herunder innlemme erfaringene man har gjort seg så langt. Ambisjonen er at arrangementet skal løftes ytterligere fra 2017.

Næringsarealer

Regionens kommuner er i relativt ulike posisjoner hva gjelder tilgang på næringsareal samt reguleringsstatus på disse. Utfordringen har utvilsomt vært større i Lillehammer enn i Gausdal og Øyer. Med hensyn til en mer helhetlig og strategisk næringsarealdisponering, vil det styrke regionens attraktivitet dersom kommunene fremover evner å kjøre sine arealplanrevisjoner som parallelle og delvis integrerte løp.

Ved utgangen av 2016 var flere store industriarealer til salgs i Lillehammer-regionen. Det forventes at disse omsettes ila 2017 og tilgangen på ferdig opparbeidet areal til industri og andre plasskrevende produksjonsvirksomheter vil da være en ytterligere utfordring sammenliknet med situasjonen ved årets inngang.

Videre vil samferdselsprosjektene knyttet til fremtidig E6-utvidelse samt etablering av dobbeltspors IC, legge beslag på ikke ubetydelige arealer. I prosessfasen frem til endelig trasébeslutninger, vil arealbåndleggingen være mer omfattende enn det de endelige løsningene legger beslag på.

For Lillehammer er det en indre spenning knyttet til arealutviklere og investorers ønske om handelsetableringer utenfor indre sentrumsjerne i Lillehammer by. Alle tre kommunene har omfattende planprosesser gående knyttet til utviklingen av sine primære sentrumsområder. Disse bygger i stor grad på premisset om at det i årene fremover kommer til å bli et særlig press på kommunenes tetttest bebygde områder. Eksempler på dette er arbeidet med Områdeplan Segalstad Bru og revisjonen av kommuneplanens arealdel i Lillehammer med et særlig fokus på handels- og næringsarealutvikling. Fra Lillehammer-regionen Vekst sin side er det igangsatt et kartleggingsarbeid for å få frem en samlet næringsarealoversikt for kommunene i regionen. Analysen av disse sammenholdt med det antatte behovet fremover, vil så danne grunnlag for de konkrete anbefalingene til kommunene.

Regionprofilering

Fram til august 2016 ble regionprofileringen ivaretatt på ad hoc-basis primært av regionkoordinator og næringssjefen. Det ble lagt vekt på posting av egenprodusert innhold og bilder og reposting/deling fra ulike medier og aktører i regionens kanaler i sosiale medier (Facebook/Instagram), samt produksjon av stoff til regionens nettsted. Det ble samarbeidet nært med Oppland fylkeskommunes Finnehjem-prosjekt, spesielt med tanke på produksjon og distribusjon av tekster og filmer for å synliggjøre regionens attraktivitet.

Etter at regionmarkedsfører tiltrådte i august 2016 har arbeidet med regionmarkedsføringen blitt langt mer systematisk og målrettet/strategisk, og aktivitetsnivået har økt betydelig. Fokus er fortsatt på å synliggjøre attraktivitet og muligheter med relevans for potensielle tilflyttere og nytilflyttede.

Samarbeidet med Finnehjem er videreført og spesielt er det lagt vekt på produksjon av kvalitativt gode og filmer med relevant innhold. Det er også arbeidet mye med egenprodusert innhold, både i form av tekster, bilder og filmer fra regionmarkedsfører, regionkoordinator og øvrige medarbeidere i LRV sin side. I samarbeid med Lillehammer kommune og den skybaserte fildelingstjenesten Skyfish er det etablert en løsning for lagring, systematisering og deling av bilder og filmer fra regionen, og det arbeides kontinuerlig for å videreutvikle denne. Det er etablert en egen blogg for distribusjon av eget innhold og fra inviterte gjestbloggere. Bloggen er linket opp på regionens nettside, samtidig som det legges vekt på å dele bloggpostene i sosiale medier.

Regionens nettsted og kontoer i sosiale medier overvåkes og analyseres kontinuerlig for å få kunnskap om brukeratferd, målgrupper, hva som virker bra og mindre bra, for derigjennom kunne målrette det videre arbeidet ytterligere. Det er det etablert rutiner for daglig overvåking og analyse av brukerflyt, utviklet flowchart for mer optimal websidestruktur, arbeidet med søkemotoroptimalisering og kartlegging av forbedringspunkter for brukeropplevelsen på regionens nettsted. Det er også utarbeidet og implementert rutiner for publisering (når, hvor, hva og hvordan) i sosiale medier (Facebook/Instagram), og postene overvåkes og analyseres kontinuerlig.

Det er også lagt ned et betydelig arbeid for å etablere fysiske møteplasser som kan bidra til utviklingen av næringslivet i regionen generelt og som kan synliggjøre jobbmuligheter for potensielle tilflyttere spesielt. Andre torsdag i måneden arrangeres «HubPub» - en sosial og faglig møteplass for næringsaktører, studenter, leietakere i Hub'en og virkemiddelapparatet. I romjula ble første «Homesick» gjennomført på Heim i Lillehammer. Her fikk regionens arbeidsgivere og utflyttede Lillehamringer som var «hjemme» i jula. Arrangementet resulterte i to ansettelser og en rekke kontakter som på sikt vil kunne avstedkomme ansettelser, ble etablert. Tilsvarende Homesick-arrangement vil avholdes på Heim St. Hanshaugen i Oslo våren 2017. Det tas sikte på å arrangere minimum to årlige Homesick-arrangementer i tida som kommer, men dersom responsen er god vil hyppigheten økes.

Studentregionprosjektet

Regionrådet avsatte i 2016 midler til et eget Studentregion-prosjekt. Dette skal være et bredt sammensatt samfunnsprosjekt som skal gjøre regionens utdanningsinstitusjoner enda mer attraktiv for elever og studenter, involvere elever/studenter mer i Lillehammer-samfunnet og i større grad enn i dag utnytte potensialet som ligger i studentene som fremtidige innbyggere i regionen.

Det er nedsatt en foreløpig arbeidsgruppe i forbindelse med som i den innledende fasen av prosjektet har kartlagt en rekke tiltak som skal gjennomføres før en formell styringsgruppe og

tilhørende arbeidsgrupper jobber videre med prosjektet med en strategisk og langsiktig innretning. Arbeidsgruppen etablerte i 2016 en milepælsplan, og jobber videre etter denne. Det innledende arbeidet med Studentregionprosjektet ble forskjøvet noe i tid grunnet fusjonen til Høgskolen i Innlandet. Fusjonen la forståelig nok bånd på en del relevante ressurspersoner tilknyttet Studentregionprosjektet.

Kreative og kulturbaserte næringer

Arbeidet med å understøtte utviklingen av kreative og kulturbaserte næringer i 2016 har omfattet et antall pilotprosjekter. Disse er nærmere beskrevet under. I tillegg er det arbeidet inn mot filmmiljøet i regionen med tanke på å spisse samarbeidet og tilretteleggingen for dette. Det har vært gjennomført en større workshop med stor oppslutning, som har gitt bedre innsikt i behovene og som har dannet grunnlag for revideringen av regional næringsplan. Miljøet i LRV har også veiledet og sparret med initiativ fra miljøet i Filmbanken, så vel som fra produsentmiljøet utenfor denne.

I skjæringspunktet mellom film og reiseliv har det vært arbeidet med å kapitalisere på Birkebeinerfilmen, som hadde premiere i februar 2016. Erfaringene fra dette arbeidet er omtalt i kapitlet om Reiseliv og opplevelser.

Lillehammer Institute of Music Production and Industries (LIMPI)

Ett av tiltakene Regionrådet har støttet er den pågående prosessen med å realisere Lillehammer Institute of Music Production and Industries (LIMPI), som et ettårig, praktisk rettet skoletilbud på høgskolenivå, rettet mot personer som ønsker å etablere seg innen musikkindustrien. Første fase i prosjektet ble avsluttet og sluttrapportert i 2016. Gjennom denne fasen har man fått på plass det faglige opplegget, med godkjenning hos det nasjonale kvalitetsorganet for høyere utdanning, NOKUT, i juni 2016 som avgjørende milepæl.

Høsten 2016 vedtok Regionrådet å støtte også andre fase av arbeidet med å realisere LIMPI. Tilsagnet er knyttet til arbeidet med merkevarebygging og markedsføring av tilbudet. Arbeidet så langt er i tråd med skissert tidsplan. Konsept- og verdidokument, profilprogram og nøkkelbudskap er utformet. Utforming og implementering av merkevareplan, omdømmebygging og markedsføring er påbegynt og vil bli fullført i 2017. Det arbeides ut fra en tidsplan med mål om første opptak av studenter våren 2018.

TV-drama: workshop og pitchekonkurranse

Regionrådet vedtok høsten 2015 å innfri søknad fra Lillehammer Foundation of the Arts om omdisponering av tidligere tildelte midler til Lillehammer TV-dramafestival. Ambisjonen var fortsatt å kapitalisere på nettverket fra Lilyhammer, men i større grad å bygge festivalen steg for steg med utgangspunkt i konkrete og avgrensa aktiviteter og koblet til etablerte initiativ. Prosjektet er nå sluttrapportert. Work shop og pitchekonkurranse for manusforfattere er gjennomført i tråd med forutsetningene og det arbeides nå med å innlemme erfaringene innenfor den nye Amandus – Lillehammer internasjonale studentfilmfestival. Arbeidet for å få det nasjonal TV-dramakonventet til Lillehammer, førte imidlertid ikke fram.

Litteratur

Innen litteraturfeltet har det vært jobbet med to relaterte initiativ med støtte fra Regionrådet. Det ene er arbeidet med å få på plass en søknad om status som UNESCO-litteraturby. Arbeidet ble påbegynt høsten 2016, men vil ha hovedtyngden vinteren og våren 2017, fram mot overlevering av søknad i juni 2017. I tilknytning til dette arbeidet har Regionrådet også gitt arrangementsstøtte til arbeidet med å promotere fribyen Lillehammer og underbygge UNESCO-søknaden inn mot Norsk Litteraturfestival 2017, når fribyen Lillehammer er vertskap for den store, årlige, internasjonale konferansen for PEN og verdens fribyer, ICORN.

Idrettsbasert næringsliv

I rulleringen av næringsplan ble prosjektambisjonene på dette området tatt noe ned. Det er flere vellykkede bedrifter innenfor dette temaområdet. Dialogen med disse bedriftene har foreløpig ikke resultert i at konkrete fellesprosjekter er satt i gang, men det jobbes fortsatt med å utforske mulighetene.

IKT

IKT-bransjen i regionen har en svært positiv utvikling, med flere bedrifter som øker omsetning og bemanning. Det er for tiden ikke et fungerende IKT-bedriftsnettverk i regionen, og dette er heller ikke særlig etterspurt.

Når det gjelder Cyberforsvaret var langtidsplanen for forsvaret, som ble fremlagt høsten 2016, svært positiv. Den ga klare føringer på at det er Jørstadmoen som skal være hovedbase for Cyberforsvaret, og den legger opp til at betydelig mer av kompetansen skal samles her. Iverksettelsesbrevet som gikk til Forsvaret i desember 2016 ga derimot begrensede konkrete føringer på kort sikt, med unntak av en flytting av diverse stab- og støttestillinger. Situasjonen kan derfor beskrives som positiv, men fortsatt gjenstår det mye arbeid.

Bioøkonomi

Bioøkonomi er et svært bredt felt. I 2016 har arbeidet vært organisert langs to hovedspor: Volumbasert foredlingsindustri og håndverksmat.

Den volumbaserte foredlingsindustrien Lillehammer-regionen favner en rekke større virksomheter som driver med produksjon basert på biomasse, herunder foredling av råvarer fra jordbruk- og skogbruk samt produksjon innen sirkulærøkonomien i form av gjenvinning av avfallsprodukter. Denne delen av bioøkonomisektoren preges i særlig grad av at ressursene eksisterer lokalt, mens markedene primært befinner seg utenfor regionen. Den nasjonale og internasjonale konkurranseeksponeringen er dermed i stor grad førende for denne næringssektorens utvikling.

Når det gjelder satsingen på dette feltet, har det i 2016 vært prioritert å bidra inn i arbeidet med Bioøkonomistrategien for Innlandet og etablering av operative samarbeid med utviklingsmiljøer utenfor regionen.

Antall produsenter og leverandører av håndverksmat er unormalt lavt i regionen, samtidig som potensialet i er stort. Ikke minst er våre besøkende, både turister og fritidsboligeiere, opptatt av håndverksmat og uttrykker ønske om et bedre tilbud av dette. Med ansettelsen av Henning Holmbakken fra august 2016 fikk LRV en dedikert ansvarlig for håndverksmatfeltet. I arbeidet med revideringen av Regional næringsplan høsten 2016 ble dessuten dette satsingsområdet løftet fram og tydeliggjort. Med dette har arbeidet med håndverksmatsfeltet skutt fart. Fokuset i

2016 har vært på mobilisering og å øke interessen for området. Det er etablert et uformelt nettverk for produsenter, foredlere, kokker og utsalgssteder, og det har vært jobbet med enkeltaktører. Dette er langsiktig arbeid, og det er å forvente at resultatene vil vises om 2-3 år.

Varehandel

Varehandelen i regionen opplevde i 2016 en vekst på 3,1 % mot en gjennomsnittlig vekst på landsbasis på 2,9 %. Etter at Øyer og Gausdal har vært vekstvinnerne i regionen de senere årene, var det Lillehammer som opplevde størst prosentvis vekst i 2016. Ser man på omsetning per innbygger var den i 2016 94 966 mot et gjennomsnitt i landet på 82 477.

Varehandellokalisering i regionen står fortsatt litt på status quo, og det er ikke noen helhetlig regional plan for hvordan arealpolitikken skal styre varehandelsutviklingen. Dette har heller ikke høyeste prioritet.

Reiseliv og opplevelser

Regionrådets satsing på temaområdet reiseliv og opplevelser har i 2016 i hovedsak vært knyttet til Visit Lillehammer og det strategiske utviklingsarbeidet i Snowball. Totalt 16 private og



offentlige aktører deltar nå i Snowballs samarbeidsforum. Disse bidrar med et fast årlig beløp til å dekke basiskostnadene i Snowball-satsingen (koordinering og oppfølging av pågående prosjekter, akkvisisjon av nye prosjekter, nettverksaktiviteter og rapportering mm.). Regionrådet bidrar til basisfinansieringen av Snowball-satsingen, så vel som til finansieringen av enkeltprosjekter.

Prosjektene som har fått dedikerte midler fra Regionrådet er rapportert og omtales eksplisitt under. I tillegg har Regionrådet, gjennom basisfinansieringen av Snowball-satsingen, bidratt til å understøtte en rekke andre utviklingsprosjekter i 2016:

- 1) *Familieeventyret*. Prosjektet mottok støtte fra Regionrådet i 2015, og ble avsluttet i første kvartal 2016. Prosjektet har hatt stor påvirkning med tanke på tydeliggjøring av målgrupper og kommunikasjon på www.lillehammer.com, andre egne og kjøpte kanaler i Visit Lillehammer. Satsingen videreføres i ordinær drift med dedikerte personressurser i Visit Lillehammer.
- 2) *Into Norway*. Prosjektet har vært finansiert via andre kilder enn Regionrådet og ble avsluttet som prosjekt i 3. kvartal 2016. Det er ca 20 aktører som har tegnet samarbeidsavtale og som spleiser med Visit Lillehammer på en Into Norway selger (30% stilling). Into Norway er nå Visit Lillehammers viktigste satsing internasjonalt sommerstid. Vi har dialog med landsdelselskapet Visit Oslo Regionen om å løfte satsingen opp til dette nivået med flere partnere. Avklares første halvår 2017.
- 1) *Nytt tv format i juleperioden*. Fjords har hatt et forprosjekt for å utvikle et nytt tv format som skal sendes i desember. Forretningsideen er å lage et format som kan selges til flere land. Dette er nå løftet opp på nasjonalt nivå med Innovasjon Norge, NSB og landsdelselskapene som partnere og dialog med BBC som første land. Finalen i serien på

16 programmer skal være på Maihaugen. Forprosjektet er ferdig og det jobbes nå med finansiering av hovedprosjekt.

- 2) *Eventure Lillehammer*. Dette arrangementsprosjektet har hatt fokus på kompetanseheving både hos arrangørene og i FoU miljøene på Lillehammer, primært HiL. Nye studietilbud og kurs er utviklet, det er etablert en nettside www.eventurelillehammer.no og effekter av arrangement har blitt dokumentert. Avsluttes i april/mai 2017.
- 3) *Arena-søknad*. Det ble utarbeidet en Arena-søknad med fokus på arrangementsutvikling. Denne nådde ikke opp i den harde konkurransen om tildelinger. Det pågår prosesser bl.a. med HiL om hvordan dette skal tas videre ift nye søknader.
- 4) *Snowball-konferansen 2016*. Denne ble avviklet 16-17. mars med fokus på arrangementsturisme og filmturisme. Ca 160 deltagere. Første år med samarbeid med NHO Reiseliv med ambisjon om å lage en nasjonal møteplass.
- 5) *Bærekraftig reisemål – forprosjekt*. Prosess etter mal fra Innovasjon Norge. Utarbeidet en handlingsplan for et hovedprosjekt og p.t. forankres prosjektet og planen i reiselivsnæringen og de syv kommunene. Hovedprosjekt forventes oppstart i mars.
- 6) *Digitalt reiseliv Oppland*. Samarbeidsprosjekt med de fire destinasjonsselskapene i Oppland og Oppland Fylkeskommune. Formålet er todelt; 1) få destinasjonsselskapene til å bli digitalt ledene og en foretrukket samarbeidspartner for næringen digitalt og 2) kompetanseheving hos reiselivsbedriftene. Målet er at 90% av medlemsbedriftene skal gjennom 4 dagers kurs i løpet av 2 år. Det er Synlighet som kjører kursene.
- 7) *Kina som utviklingsmarkedet – en forstudie*. Formålet med prosjektet er å avklare mulighetene for Visit Lillehammer-regionen i dette vekstmarkedet, hva som skal til og interessen fra næringen for å bli med i et hovedprosjekt. Dette forventes å starte i mars.

I tillegg til det løpende prosjektarbeidet har man påbegynt et arbeid med å utarbeide en handlingsplan som skal avløse den eksisterende. Det er igangsatt forankring av videre prosess, både i styret i Visit Lillehammer og mot partnerne i Snowball. Handlingsplanen vedtas trolig før sommeren 2017.

Lillehammer House

I forbindelse med YOG 2016 ble det etablert et konsept med et vertskapssenter i en langhus-lavvo på Sigrid Undsets-plass. Destinasjonsselskapene i Lillehammer-regionen, Hamar-regionen og Gjøvik-regionen var prosjekteiere, med Ungdoms-OL, Lillehammer kommune, Fylkesmannen



i Oppland, fylkeskommunen i Oppland og Hedmark, Regionrådet Lillehammer og Midt-Gudbrandsdal og Lillehammer sentrum drift som sentrale samarbeidspartnere.

Formålet var å skape en møteplass for reiselivet, styrke Innlandets posisjon, presentere attraksjoner og støtte opp om YOGs gjesteprogram. Inne i Rådhuset skulle det primært være inviterte og akkrediterte gjester. Uteområdet, som ble en langhus-lavvo, var åpen for alle som ønsket å komme inn, tilreisende, turister, «family and friends» og lillehamringer generelt.

Lavvo og bodsalg var et fint innslag i bybildet, og bidro til liv i gatene, til branding av vinterbyen Lillehammer og av reiselivet. En viktig tilleggseffekt av prosjektsamarbeidet er at reiselivsselskapene rundt Mjøsa ble tettere knyttet sammen.

NRK Sommerbåten i Vignesvika

Gode erfaringer med samarbeidet ifbm Lillehammer House var medvirkende til det påfølgende samarbeidet ifbm at NRK i uke 28 sendte "Skibladner minutt for minutt", og hadde direktesending kveldstid med "NRK Sommeråpent" fra havnene langs Mjøsa. Denne



oppmerksomheten var det ønskelig å utnytte så godt som mulig gjennom et felles prosjekt med destinasjonsselskapene på Gjøvik og Hamar med støtte fra fylkeskommunene og Innovasjon Norge i Oppland og Hedmark. Både i forkant, i løpet av uke 28 og i etterkant ble det arbeidet med PR og markedsføring i sosiale medier for å styrke oppmerksomheten og reiselysten til Mjøsområdet og Lillehammer-regionen.

Prosjektet Regionrådet har støttet knyttet seg til Sommeråpent-sendingen fra Lillehammer og Vignesvika den 14. juli. I den forbindelse ble det

lagt til rette for en inkluderende folkefest som begynte før Skibladner la til kai, og som ble avsluttet etter "NRK Sommeråpent". Involverte var reiselivsbedrifter, lag/foreninger, matprodusenter og artister fra hele destinasjonen (Visit Lillehammers 7 kommuner).

Det skulle være et Lillehammer- og Gudbrandsdalen-stempel både på tv-sendingen og folkefesten og dette lyktes man godt med. Regionalt kultur- og idrettsliv ble involvert og presentert i bred skala. Vi fikk belyst mulighetsarenaen rundt Mjøsa og sommertematikken gjennom både aktiviteter, underholdning, presentasjon av leverandører og båtliv, et mulighetsbilde som har potensial for å utvikles videre. Arrangementet ble en positiv opplevelse for utstillerne med salgsrekorder og menneskemøter/markedsføring. De høye ambisjonene om å få 10.000 besøkende (tilreisende, lokal og gjester) innom arrangementet ble nådd.. Markedsverdien av arrangementet er i etterkant evaluert som meget høy, både med tanke på arrangementet som en opplevelse i seg selv, synlighet i egne og fortjente kanaler, og gjennom NRK sin produksjon.

Unge frivillige

I prosjektet «Unge frivillige» har det vært jobbet systematisk med å rekruttere, utvikle og beholde unge frivillige (opp til 30 år) til gjennomføring av de store arrangementene i regionen.

Formålet har vært å kartlegge potensielle nye og unge frivillige, igangsette tiltak som motiverer disse og som sikrer best mulig anvendelse av den kompetansen de besitter inn i de enkelte arrangementene. Prosjektet skulle bidra til at YOG2016 nådde sine ambisjoner om «av og for ungdom». Samtidig skulle arrangørene sikres langsiktige effekter av YOG2016 ved at ungdom med tilknytning til regionen tilegner seg viktig og relevant arrangementserfaring. Videre har det vært naturlig å se på hvordan utdanningsinstitusjonene kan påkobles arbeidet. Prosjektet har med bakgrunn i dette pågått fram til sommeren 2016.

Prosjektet har nådd mange av sine målsettinger. 57 prosent av alle frivillige i forbindelse med YOG2016 var under 30 år. Arrangementet har bidratt til et gedigent ungdomsløft både innen kultur- og idrettsfeltet. Samarbeid med utdanningsinstitusjoner har blitt løftet mange hakk. Dette har det vært jobbet systematisk med siden 2014, og med YOG som den naturlige døråpner i mange sammenhenger. Arrangement er blitt «pop» hos de unge, og svært mange er bevisst på hvordan de ønsker å bruke arrangement til å sikre seg relevant praksis og bygge CV. Dette er en vinn-vinn situasjon for både arrangører og de frivillige.

Fokus blir nå å beholde mange av de unge frivillige, samtidig som en fortsetter den gode organiseringen og samspillet videre, herunder sikrer seg gode og langsiktige samarbeidsavtaler med utdanningsinstitusjoner.

Mye av det som ble planlagt og gjennomført i forbindelse med YOG 2016 er allerede videreført i de årlige arrangement, men også i nye arrangement som X-games. Det som særlig har blitt prioritert etter at YOG-ilden var slukket er følgende:

- Strukturere og loggføre alle frivilligister fra YOG. Over 7000 navn. Sortert etter oppgave, arena, region.
- Distribuerer listene til alle samarbeidspartnere av YOG (lokale, regionale og nasjonale, herunder også X-Games).
- Frivillige fra YOG er flyttet over til lokal arrangementsportal for senere bruk
- Fokus innad i arrangementsmiljø på fortsatt bruk av unge frivillige.
- Videreføre og videreutvikle avtaler som handler om unge frivillige, med HIL og arrangører.
- Avtale mellom Sports Management og Birken angående videreføring av avtale inngått med YOG. Sikrer Birken studenter i arbeidspraksis.

Unge frivillige og frivilligrekruttering generelt er svært viktig for å sikre videre utvikling av arrangementsregionen. Det er derfor naturlig at dette også er en temattikk som vil favnes av arbeidet med en regional handlingsplan for arrangement, som er vedtatt igangsatt i 2017.

Idrettsturisme i verdensklasse

Idrettssamlinger står for over 50 000 gjestedøgn i tidlignøsesongen alene og fordelt på hele året utgjør det minst 100 000 gjestedøgn. Når man legger til de som kommer i forbindelse med arrangementer og uorganiserte treningssamlinger gjennom året, viser dette at idrettsturisme er svært viktig for Lillehammerregionen.



Prosjektets ambisjon har vært å tilrettelegge for ytterligere vekst i gjestedøgn innen idrettsturisme. For å få til dette har det vært behov for å innhente kunnskap om disse gruppens vaner og ønsker. Med denne kunnskapen har man lettere kunnet sette sammen og skreddersy de rette produktene og tjenestene til målgruppen. Neste steg blir da å få budskapet ut til publikum.

Prosjektet har gått over tre år og er nå sluttrapportert. Første prosjektår hadde fokus på langrenn/skiskyting. I år to ble arbeidet utvidet til alpint/freeski og siste året var rettet inn mot sykkel. Man har tatt med seg erfaringer fra

arbeidet med hver enkelt gren inn i arbeidet med neste for å gjøre dette enda bedre. Felles portal for treningssamlinger er laget på www.lillehammer.com.

Arbeidet i prosjektet har omfattet følgende:

1. Opparbeiding av kontaktdatabase for alle nevnte grener. Dette har foregått gjennom prosjektleders (PL) tilgang til idrettens databaser, samt kontaktlister fra samarbeidspartnerne. Listene er distribuert tilbake til samarbeidspartnerne gjentatte ganger.
2. Markedsundersøkelser med sluttrapporter blant beslutningstakere i idretten innen alle nevnte grener. Undersøkelsene har tatt for seg spørsmål om organisasjon, samlingsfrekvens/-volum, prefererte løsninger på samling og avgjørende faktorer for valg av sted. Undersøkelsene er analysert av PL og sluttrapport skrevet.
3. Innsamling av informasjon om de involverte partenes produkt. Det har vært nødvendig å innhente informasjon om de enkelte tilgjengelige fasiliteter, for å kunne gi målrettede anbefalinger av produktutviklingstiltak i de aktuelle bedriftene.
4. Bidrag til videreutvikling av sportslig tilbud og koordinering av eksisterende tilbud. På bakgrunn av markedsundersøkelsene og innsamlet data fra samarbeidspartnerne kunne PL gi samarbeidspartnerne råd og tips for hvordan de burde forme og kommunisere sitt unike produkt og hvilke investeringer som var nødvendige for å løfte produktet ytterligere.
5. Berede grunn for bookingsamarbeid og provisjon mellom samarbeidspartnerne. Spesielt tidligsnømarkedet på langrenn/skiskyting er preget av mange utsolgsituasjoner i noen bedrifter, mens andre har ledig kapasitet. PL har presset på for å øke samarbeidsgraden og dette synes å gå bedre uten at avtale om bookingprovisjon har blitt innført.
6. Gjennomføre workshop i mersalg til idrettsgrupper. Inntjeningen per gjest på treningssamling har lenge vært et tema. Gode mersalgprodukter er interessante både for overnattingsstedet og leverandøren av mersalgproduktet. I tillegg er det interessant for treningsgruppene om det kan bidra til økt kompetanse, inspirasjon og motivasjon.
7. Utarbeidelse av produktmanual/annet materiell og egen del på lillehammer.com. Det ble laget produktmanual til langrenn/skiskyting og sykkel. Til alpindelen vedtok styringsgruppa at fokus heller skulle legges i digitale medier.
8. Distribusjon av produktmanual/annet materiell direkte til målgruppen via utsendelse pr post/e-post, Birkens utenlandssatsing, arrangementer mm.

Gjennom prosjektet er det lagt et godt grunnlag for videre vekst i gjestedøgn og verdiskaping innen idrettsturisme. Utfordringen framover er å lykkes med å kommunisere mulighetene til de rette beslutningstakerne.

Birkebeinerfilmen - profilering og produktutvikling

Regionen er attraktiv for innspilling av både spillefilmer og TV-serier. Formålet med dette prosjektet har vært å nyttiggjøre Birkebeinerfilmens profileringsverdi, styrke merkevaren



Lillehammer og bidra til økt filmrelatert turisttrafikk til regionen. Det har også vært ønskelig å utvikle konkrete og salgbare produkter, herunder både markedsmateriell og opplevelser med utgangspunkt i film og TV-produksjonen.

Det var førpremierer på Sjusjøen 6. februar og Colosseum 10. februar, begge svært vellykket og godt besøkte. På Sjusjøen var det publikumsvisning utendørs som fikk mye omtale,

mens den 10. februar var det Birken som arrangerte for samarbeidspartnere som en næringslivsarena.

Filmen fikk varierende kritikker. Den havnet på 12 plass på kinostatistikken i Norge i 2016 med 271.000 besøkende. Den har solgt godt på hjemmekinomarkedet. Det er foreløpig vanskelig å si hvordan resultatene blir på verdensmarkedet, men den er i alle fall solgt til 100 land.

Det har vært jobbet med noen ideer ift produktutvikling. En idé var en variant av "stolpejakten" for å kombinere fottur og informasjon/opplevelse av filmen og dens lokasjoner. Denne ideen er ikke realisert. Midlene fra Regionrådet har vært øremerket kostnadene til fotografering under opptak, samt utarbeiding av en «location guide book» der Ian Brodie står for både bildene, tekstene og redigering. Visit Lillehammer og Regionrådet har rettigheter til ikke-kommersiell bruk av bildene.

Produksjonsselskapet Paradox har vært en konstruktiv samarbeidspartner. Det ansees som positivt at man har fått fram en location guide book som et konkret resultat av samarbeidet. Erfaringen etter Birkebeinerfilmen og tidligere prosjekter er imidlertid at det er et svært krevende samarbeid mellom film og reiseliv. Det er muligheter for spin-off produkter og opplevelsutvikling, men der det er vanskelig å definere den kommersielle suksessen og også vanskelig å få næringslivet til å ta et aktivt eierskap til utviklingsmulighetene. Film og TV fra regionen er viktig for filmbransjen først og fremst, men også reiselivet i form av oppmerksomhet og merkevarebygging. Dette bør derfor være utgangspunktet også for fremtidige samarbeidsmuligheter.

Kommunikasjon med fritidsboligeierne

Det eksisterer i dag ingen helhetlig og god distribusjonsplattform for å nå denne målgruppen. En kritisk suksessfaktor for å lykkes med dette prosjektet er å finne en løsning på hvordan de ca 22.000 hytteeierne skal nås. Mye av dagens reiselivsmarkedsføring med fokus på opplevelser, arrangementskalendre mm., er også relevant for fritidsboligeieren, men må tilpasses målgruppe og distribusjonskanal. Deretter er også viktig i prosjektet å avklare roller og finne bærekraftige driftsmodeller slik at kommunikasjonen kan driftes etter prosjektperioden. Det er lagt opp til tre faser i prosjektet over en toårsperiode: 1. Kartlegging, 2. Valg av kanal og driftsmodell, 3. Testfase og evaluering. Arbeidet med prosjektet ble noe forsinket i oppstarten pga sykdom i Visit Lillehammer. Fra og med medio 2016 har det imidlertid vært økt trykk bak arbeidet og ved årsskifte 2016/17 var man godt i gang med fase 1.

Arrangementsstøtteordning

For å gjøre tildelinger av arrangementsstøtte mer forutsigbar, rettferdig og strategisk, har Regionrådet opprettet en egen arrangementsstøtteordning. Det var avsatt en ramme på inntil kr. 500 000 til formålet, fordelt på to søknadsfrister (vår/høst) i 2016. Ordningen forvaltes av Regionrådet ved regionkoordinator i samarbeid med arrangementskoordinator i Visit Lillehammer.

Hovedformålet med Regionrådets arrangementsstøtteordning er å bidra til økt verdiskaping i regionen, både direkte, gjennom tilreisende deltakere, støtteapparat og publikum, og indirekte, gjennom profilering av regionen i forbindelse med arrangementene. Støtteordningen er forbeholdt utviklingstiltak og skal gå til nye arrangement eller nyskaping i forbindelse med eksisterende arrangement. Det forutsettes at arrangementene har et nasjonalt eller internasjonalt tilsnitt.

I 2016 kom det inn 14 søknader om støtte til ulike arrangementer fordelt på de to søknadsfristene. Søknadsbeløpene varierte mellom 50 000 og 80 000. Ni av søknadene ble innvilget. Av disse ble ett arrangementsprosjekt tilgodesett med kr. 25 000 og ett med kr. 80 000, mens de resterende fikk tildelt kr. 50 000. Blant disse er det arrangementer i alle de tre kommunene og både innen idretts- og kulturfeltet.

Interessen for ordningen, bredden i søkere og de mange spennende initiativene som denne har utløst, tyder på at den er etterspurt. Gjennomgående synes ordningen å fungere som «såkorncapital» for å få i gang utviklingsarbeid som i mange tilfeller ellers ville ha vært vanskelig å realisere, enten det er snakk om utvikling av eksisterende eller nye arrangement.

Landbruk

Paraplyprosjektet «BondeGLØd – vekst og kunnskapsutvikling i landbruket», ble avsluttet i 2015 og det har ikke vært igangsatt noe nytt «paraplyprosjekt» for utviklingsarbeidet innen landbrukssektoren. I handlingsplanen for Regionrådet for 2016 ble det avsatt en ramme for utviklingsarbeidet, som kunne disponeres dersom det viste seg å være behov for det og etter nærmere spesifisert søknad til Regionrådet. Pt. er ikke denne rammen disponert og midlene er overført til 2017. Landbrukssatsinga til Regionrådet har i 2016 omfattet to mindre prosjekter: 1) mobilisere til økt bruk av tre som miljøvennlig byggemateriale i regionen og 2) stimulere til økt fôrproduksjon på høgereliggende arealer.

Økt bruk av tre

Formålet med prosjektet har vært å bidra til å øke bruken av tre som byggemateriale i regionen, som en videreføring av tidligere byggetradisjon. Prosjektet har først og fremst hatt fokus på offentlige bygg og næringsbygg. Det har vært lagt vekt på både å øke kunnskapen om tre som byggemateriale blant relevante beslutningstakere, og å bidra til at bruk av tre som miljøvennlig byggemateriale kommer inn i relevante planer og bestemmelser.

Med bakgrunn i erfaringene fra det opprinnelige toårige prosjektet, ble det besluttet å videreføre arbeidet i ytterligere en toårsperiode. Den nye arbeidsgruppen brukte lang tid på konstituering. Det er holdt en work-shop og et kortere arbeidsmøte for å vurdere videre arbeid, men det er ikke gjennomført arbeid/aktiviteter som har hatt noen kostnad i 2016. Det er imidlertid besluttet å gjenoppta informasjonsarbeidet knyttet til økt bruk av tre i regionen og det er enighet om å få gjennomført noen miljøanalyser som grunnlag for beslutningsprosessene. Det betyr at aktiviteten vil ta seg opp i 2017. Siden det ikke er brukt midler i 2016, vil prosjektperioden forskyves ut 2018.

Økt fôrproduksjon på høgereliggende områder

Prosjektet har hatt som formål å bidra til bedre grasproduksjonen på høgereliggende dyrkingsarealer og setrer. Prosjektet er sluttrapportert. Det rapporteres at man har lyktes med å sette fokus på dyrking av fôr i fjellet. Det har vært god oppslutning på fagarrangement, og det oppleves at interessen er stor. Fagarrangementene har bidratt til å skape en møteplass for faglige diskusjoner rundt temaet. Demonstrasjonsfeltene har også bidratt til faglige diskusjoner, og har illustrert gode tiltak. Det er utarbeidet temaark som grunnlag for informasjon til brukerne i prosjektet og som faginformatjon for senere bruk.

Idrett

Lillehammer-regionen er bosted for svært mange toppidrettsutøvere innen vinteridrettene og regionen har sterke klubber som arbeider med utvikling av morgendagens toppidrettsutøvere.



Toppidretten bygger opp under den overordnede visjonen om å bli Europas mest komplette region for vintersport og opplevelser. Toppidretten er en viktig drivkraft i anleggsutviklingen, den bidrar til omdømmebygging av regionen, den er viktig for rekruttering og utvikling av yngre utøvere og den kan skape grobunn for næringsaktivitet (for eksempel gjennom arrangementer og idrettsturisme).

Toppidrettssatsingen er kanalisert gjennom Olympiatoppen Innlandet, som har sin lokalisering på Lillehammer. Toppidrett i denne sammenheng defineres som dagens og morgendagens toppidrettsutøvere innen hovedsakelig vinteridretter, men også innen sykkel. Formålet med satsingen er å bygge kompetanse og fellestjenester som ivaretar og utvikler de utøverne som allerede bor her på en god måte og bidrar til å gjøre regionen attraktiv ift tiltrekking av enda flere utøvere.

Regionrådet støtter idrettsprosjekter innen primært to områder: Det ene har fokus på videreutvikling av det idrettsmedisinske tilbudet, mens det andre er knyttet til morgendagens potensielle toppidrettsutøvere i vid forstand. Det sistnevnte arbeidet er spisset mot ungdom med tilhørighet i de tre kommunene i Lillehammer-regionen.

Utvikling av et tilbud innen testing (testlab)

Regionrådet har over flere år bidratt sterkt til oppbyggingen av det idrettsmedisinske tilbudet i regionen. Dette har omfattet etableringen av både idrettslege, tilbud innen kosthold, ernæring,



idrettspsykologi, idrettsfysiologi og, nært knyttet til sistnevnte, oppbygging av et tilbud innen testing. I 2016 og 2017 har Regionrådet vedtatt å støtte arbeidet med å etablere et tilbud innen testing. De øvrige områdene er tatt over i ordinær drift i Olympiatoppen.

Det er et uttalt mål for OLT sentralt at testsenteret på Lillehammer skal ha samme kvalitet på tjenestene som testsentret på Toppidrettssenteret i Oslo, og for OLT Innlandet blir det da viktig at vi har den samme

kompetansen tilgjengelig slik at regionens toppidrettsutøvere og trenere får den hjelpen de ønsker lokalt. Videre er denne personen en viktig støtte for trenerne i forhold til idrettsspesifikk testing under trening og konkurranse. Erfaringene fra første år med tilbud innen testing er gode. Testlab'en er nå den i verden som tester flest utøvere. Satsningen på sykkel har medført at flere gode utøvere har flyttet til Lillehammer.

Forebygging av spiseforstyrrelser

Regionrådet har vedtatt å støtte OLT Innlandet sitt arbeid med å forebygge spiseforstyrrelser blant idrettsungdom gjennom et treårig prosjekt fra 2015-2017. Målgruppen er utøvere på

ungdoms- og videregående skole. Formålet med prosjektet er todelt 1) å bidra til økt kompetanse hos både trenere, foreldre og utøvere i forhold til kosthold/ernæring og 2) være et ressurscenter i situasjoner som kan bli kritiske i forhold til spiseforstyrrelser. Utøvere som trenger hjelp til vektregulering, skal få hjelp til dette under veiledning av kompetent personell.

Det har tatt tid å finne riktig person til å lede dette arbeidet. Denne er nå på plass, men arbeidet som er utført er til nå stort sett gjort av OLT sine egne ansatte. Man har startet med opplæring på de videregående skolene og har begynt å rulle ut foredrag med tema som prestasjonskosthold, praktisk matlaging, hvordan gå frem ved mistanke om et spiseproblem, kropps-sammensetning, motivasjon, restitusjon, vektutvikling, mental trening og selvfølelse.

Prosjektet er nå fullt operativt og det er gjennomført to av tre intervensjoner på alle 1. klasser på de videregående skolene i regionen. Hver samling evalueres og det vil bli en sluttrapport fra hver skole. Samarbeidet med de videregående skolene fungerer godt og tilbakemeldingene er positive. Det har tatt tid å få avtaler med ungdomsskolene, men dette vil bli prioritert i 2017

«Ungdomstreneren»

«Ungdomstreneren» er et toårig prosjekt som Regionrådet har vedtatt å støtte i 2015 og 2016. Prosjektet er således sluttrapportert. Formålet er å utvikle gode trenere for alle utøvere i aldergruppen 15-18 år på tvers av særidrettene, ved å skolere disse i OLT sin filosofi og utviklingstrapp. Gjennom dette ønsker man å sikre at flest mulig skal holde på lengst mulig og at de unge utøverne skal få en livslang kjærlighet til idretten.



En viktig del at arbeidet er å få miljøene til å legge opp treninga på de unges premisser og ikke som en kopi av voksenidretten, og derigjennom motvirke dagens tendens der stadig flere og yngre utøvere trener som toppidrettsutøverne, med alle de komplikasjoner dette medfører. I dette ligger også å lære opp trenerne i basistrening slik at de legger dette inn i sine økter. Bakgrunnen for dette er at man ser at alt for mye av treninga for denne aldergruppa er for spesifikk og prestasjonsretta, noe som medfører at mange går tidlig leie og gir seg, samt at de mangler grunnlaget for å lykkes som seniorer.

Det er gjennomført samlinger i alle tre kommunene i både 2015 og 2016. Det har vært godt oppmøte i Gausdal og Øyer, og noe mer varierende i Lillehammer. Temaer som har vært belyst er trenerrollen, basistrening, prestasjonskultur og hvordan ta vare på ikke-fungerende utøvere. Prosjektet må også sees i sammenheng med et prosjekt vi kjører sammen med Sykehuset Innlandet og Oppland Idrettskrets der det har vært tre seminarer i regionen i 2016. Olympiatoppen ser på dette arbeidet som så viktig at man vil fortsette med kursopplegget framover og har også gjennomført det i andre regioner. Temaet har stort fokus og Norges Idrettsforbund vil i 2017 utgi en bok rundt temaet.

Fra barn til ungdom

Erfaringen fra arbeidet med Ungdomstreneren er at det er behov for å jobbe med trenere og støtteapparatet rund barn og unge enda lenger ned i alder. Overgangen mellom barne- og ungdomsidretten, dvs alderen 12-14 år, er særlig utfordrende. Dette manifesterer seg i et stort frafall i denne aldersgruppen. Lagidrettene favner spesielt mange barn og unge.

Prosjektet har derfor et særlig fokus på lagidrettene og hvordan støtteapparatene der jobber, for å sikre at klubbene har gode opplegg der barna trives ut fra en overordnet målsetting om at flest mulig skal fortsette lengst mulig. Et viktig element i denne sammenheng er å jobbe med forståelse for at i denne alderen er det svært bra å være med i flere idretter.

Så langt har det vært jobbet med å utforme kursopplegget og det har vært gjennomført en praktisk og teoretisk del med basistrening, samt et eget seminar om trening og utvikling for unge i Lillehammer kvinnefotballklubb. Det er inngått avtale om kursing i Lillehammer fotballklubb, men tidspunkt for gjennomføring er ikke tidfestet pt., og man er også i dialog med Lillehammer hockey og Lillehammer skiklub. Tilbakemeldingene så langt er gode, utfordringen er å få klubbene til å sette av tid til dette. I 2017 vil det arbeides med å koble inn klubber i Øyer og Gausdal, i tillegg til de påbegynte prosessene i Lillehammer.

Byregionprogrammet - fase 2

Med bakgrunn i Lillehammer-regionens deltakelse i fase 1 av Kommunal- og moderniseringsdepartementets Byregionprogram sammen med de to regionene i Gudbrandsdalen, ble det vinteren og våren 2015 utarbeidet en søknad om støtte til fase 2 i programmet. Regionrådet i Lillehammer-regionen vedtok i den forbindelse å legge inn et årlig



bidrag på kr. 50 000 i tre år, som egeninnsats i prosjektet. I tillegg kommer arbeidsinnsats fra regionkoordinator og andre medarbeidere i kommunene, ut over prosjektledelse. Det konkrete prosjektet det ble søkt om, og senere innvilget støtte til, fikk benevnelsen «By og fjell - moderne bosetting som grunnlag for utvikling og verdiskaping». Prosjektet setter søkelys på tre hovedområder:

1. Handlingsrom og kultur innen planlegging, forvaltning og tjenesteproduksjon
2. Innovasjon og verdiskaping
3. Nettverk av innovative kommuner

Lillehammer kommune har prosjektledelsen for arbeidet. Kommuner, regioner, fylkeskommune og en rekke private og frivillige aktører er viktige samarbeidspartnere, mens Østlandsforskning og Høgskolen i Lillehammer er innleid for å bistå i den praktiske gjennomføringen av prosjektet. Det har vært gjennomført et bredt spekter av utredninger, prosesser og forankringsarbeid knyttet til de to første hovedområdene, mens det viktigste elementet under hovedområde 3 har vært deltakelse av politikere og administrasjon i kommunene i Innovasjonsskolen. Det har vært gjennomført ett Gudbrandsdalsting med bred deltakelse og en rekke møter med næringsaktører, kommuner og andre. Styringsgruppa i prosjektet har vært jevnlig oppdatert om prosjektets utvikling. Prosjektet skal etter planen ferdigstilles ila 2017.