

# **Strategi for forankring og kommunikasjon**

Omstilling og nyskaping i Fyresdal

**«Gjer draumen levande gjennom handlekraft,  
fleksibilitet og utradisjonelle løysingar»**

## Innhold

1. Innledning.....	3
2. Målgrupper.....	3
2.1 De engasjerte interessenter.....	5
2.2 Interessenter med stor innflytelse, men mindre interesse.....	5
2.3 Interessenter med stor interesse, men begrenset innflytelse .....	6
2.4 Interessenter som følges opp.....	6
2.5 Oppsummering og prioritering av målgrupper .....	6
3. Budskap .....	6
3.1 Hovedbudskap I: 40 nye arbeidsplasser innen 2022 .....	7
3.2 Hovedbudskap II: Næringslivet må skape arbeidsplassene – Omstillingsprogrammet skal bidra .....	7
3.3 Hovedbudskap III: Vi må satse hvor det er størst mulighet for nye arbeidsplasser .....	7
4. Kanaler & Arenaer .....	7
4.1 Facebook og egen webside .....	7
4.2 Møter .....	7
4.3 Presentasjoner for kommunestyre og formannskap.....	7
4.4 Markedsføring.....	7
4.5 Mediakontakt.....	8

## 1. Innledning

Alle omstillingsområder skal ha en gjennomtenkt, klar og gjennomførbar plan for informasjon og kommunikasjon med omgivelsene. God kommunikasjon i omstillingsområder handler om å bygge identitet og etablere fellesskap og eierskap, skape engasjement og fremtidstro.

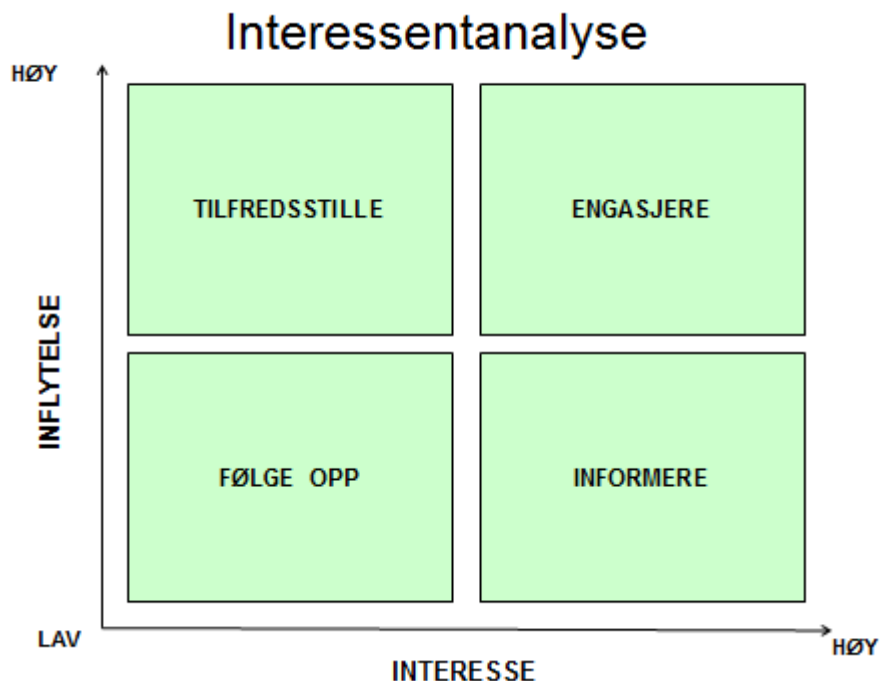
Hensikten med denne planen er å tydeliggjøre hvilken informasjons- og kommunikasjonsstrategi omstillingsarbeidet bør iverksette på kort sikt, dvs. ved oppstart av gjennomføringsfasen. Det er ikke forsvarlig å vente til organisasjonen er på plass med å starte et aktivt og målrettet informasjons- og kommunikasjonsarbeid.

Planen fokuserer på følgende:

- Målgrupper
- Budskapet
- Kanaler

## 2. Målgrupper

Det er utarbeidet en egen interessentanalyse. For hver interessent er det beskrevet hvilke behov vedkommende har som er viktig i relasjon til Omstillingsprogrammet og hvilken strategi dette medfører. Strategien er vurdert ut fra følgende modell:



Følge opp	Dette er personer, grupper, virksomheter som man kun skal følge opp, ikke bruke mye ressurser på når det gjelder kommunikasjon
-----------	--

Informere	Interessenter som er interessert, men har liten innflytelse. Da dette er interessenter som kan ha nyttig informasjon bør de holdes informert
Tilfredsstille	Interessenter med stor innflytelse, men liten interesse av å bruke den. Disse er det viktig å tilfredsstille i prosjektet
Engasjere	Interessenter som både har stor innflytelse og stor interesse av å bruke denne. Disse er det viktig å engasjere i arbeidet og tilfredsstille

Det understrekes igjen at denne kommunikasjonsplanen er **programmets kommunikasjonsplan**. Interessenter og strategi er konkretisert basert på dette grunnlag:

Interessentanalyse		
Interessent(rolle)	Interessentbehov som skal ivaretas	Strategi
Formannskapet	Være orientert om næringsutviklingen i kommunen og hvordan omstillingsprogrammet bidrar i denne sammenheng.	Engasjert
Kommunestyret	Bli det flere arbeidsplasser og flere innbyggere? Bli det nye virksomheter? Handlingsplan og avvik fra denne.	Engasjert
Ordfører leder styringsgruppen	Info om møter med interessenter, henvendelser til kommunen om mulig etablering. Må være kontinuerlig orientert om tiltak og utvikling for å kunne svare på spørsmål fra innbyggere, politikere og andre	Engasjert
Styringsgruppen	Status og grad av måloppnåelse i programmet. Hva er avvikene. Hva er de videre planer de kommende år.	Engasjert
Rådmann	Planer som medfører øk. konsekvenser (reguleringsplaner, boliger, industri, mm). Generell info om programmet.	Engasjert
Næringssjefen i Fyresdal	Status og grad av måloppnåelse i programmet. Hva er avvikene. Hva er de videre planer de kommende år. Konsekvenser for næringsutviklingen i Fyresdal	Engasjert
Telemark fylkeskommune Næringsavdelingen	Resultater fra omstillingsarbeidet, avvik og planer for videreføring. Er det tilfredsstillende i forhold til tilsagnsbrev?	Engasjert
Leder Telemark kildevann A/S og Telemarkrøye A/S	Infrastruktur på plass slik at etablering ikke hindres. Ingen flaskehals vedr søknader og henvendelser.	Engasjert
Fyresdal Næringshage	Planer om næringsetableringer. Forhold av reguleringsmessig karakter.	Engasjert
Næringslivet i Fyresdal	Hva slags oppdrag vil etableringen medføre og hva kreves av kapasitet og kompetanse. Har det noen konsekvenser for eksisterende næringsliv?	Engasjert/ Tilfredsstille

<b>Interessentanalyse</b>		
<b>Interessent(rolle)</b>	<b>Interessentbehov som skal ivaretas</b>	<b>Strategi</b>
Media	Hva er hittil oppnådd, hva har vært utfordringer, hva er videre planer	Tilfredsstill
Utflyttede Fyresdøler	Jobbmuligheter i Fyresdal, bolig og pris, servicetilbud	Informere
Telemark fylkeskommune	Generell utvikling av programmet.	Informere
Fylkesmannens landbruksavd.	Utvikling av landbruket og bygdenæringer i landbruket	Informere
Vest-Telemark regionråd	Næringsutvikling som kan få betydning i regionen. Tiltak som bør etableres i regionen.	Informere
KMD	Resultat og måloppnåelse ihht Omstillingsplan	Informere
Bygdelag	Hva medfører Omstillingsprogrammet av nye aktiviteter/tiltak. Hva betyr næringsutvikling for bygda vår	Informere
Andre lag og foreninger	Hva kan dette medføre av nye innbyggere og medlemmer, ny virksomhet, økonomi	Informere
Innbyggerne i Fyresdal	Arbeidsplasser, forbedringer/utbygging av kommunalt servicetilbud, kulturaktiviteter, prisutvikling for tomter/hus,	Informere
Ungdommen i Fyresdal	Hvilke jobber kan være aktuell og hvilken utdanning krever det	Informere
Etatsledere i Fyresdal kommune	Informasjon om status og videre planer og hva dette kan medføre for den respektive etat	Informere
Næringssjefene i nabokommunene	Samhandling	Følge opp
Innovasjon Norge Telemark	Følge opp prosjekter og sikre at næringslivet har god kjennskap til det ordinære virkemiddelapparat	Informere

## 2.1 De engasjerte interessenter

Politisk er det ordfører, kommunestyre og formannskap som må holdes orientert og engasjert i programmet. Det er viktig at det foregår en kontinuerlig forankring her med presentasjon av konsekvenser dersom programmet ikke gjennomføres. Prinsippbeslutninger og økonomiske vedtak må gjøres.

Rådmannen skal sikre at konsekvensene for kommunen er ivaretatt og kvalitetssikret og har som sådan en meget sentral rolle.

For aktuelle næringsaktører er det viktig at Fyresdal kommune «spiller på lag» og sikrer at den kommunale infrastruktur og planverk ikke forsinkes etableringen.

## 2.2 Interessenter med stor innflytelse, men mindre interesse

Administrativt må etatslederne holdes orientert og engasjert i prosjektet. Skal Omstillingsprogrammet lykkes må disse sikre at den kommunale infrastruktur er forberedt og så mye

på plass at det ikke forsinkes etableringer. Dette betyr at det kommunale planverk og budsjetter må være forberedt og «i takt» med gjennomføringen av omstillingsplanen.

En viktig gruppe er også utflyttede Fyresdøler som har en mulighet for arbeid i hjemkommunen. Disse må holdes orientert om jobb-, bo- og andre sosiale muligheter.

Media er viktig. De har stor innflytelse, og til tider også sterkt engasjement. Samtidig skal de være samfunnsinteressert og det er derfor viktig at programmet holder de orientert om utfordringer og videre planer på en balansert måte.

## 2.3 Interessenter med stor interesse, men begrenset innflytelse

Det er en rekke interne og eksterne interessenter som har stor interesse i prosjektet, men har begrenset innflytelse.

Eksterne interessenter må holdes godt informert.

Internt i kommunen er det selvsagt innbyggerne, lag og foreninger som må holdes orientert om mulig utvikling. På litt sikt er spesielt ungdommen viktig for å kunne gi innspill om mulige karrierevalg og hvilken kompetanse som da er nødvendig.

## 2.4 Interessenter som følges opp

Dette er interessenter som vil følges opp med jevnlig informasjon. Etatslederne er her definert som linjeledere i kommuneadministrasjonen og ikke som medlemmer av prosjektgruppen. De vil uansett utføre de tiltak som kommunestyret vedtar, men har selvsagt innflytelse på hva beslutningene blir og hvordan de best og mest mulig effektivt kan realiseres. Slik sett er de særlig viktig å holdes orientert.

Næringssjefene i nabokommunene skal holdes orientert, spesielt mht virksomheter som har mulighet til også å etablere seg i Fyresdal og hvordan dette vil skape mer robuste og sikre virksomheter.

## 2.5 Oppsummering og prioritering av målgrupper

Alle interessenter må holdes orientert. Samtidig er den strategiske vurdering også en prioritering av målgruppene. Orienteringene må gjøres gjennom forskjellige media og til aktuelle tider.

# 3. Budskap

Det viktigste er at budskapet er realistisk. Dette betyr at forventningene bør være avdempet med tydelige forutsetninger. Det er alltid en for- og en bakside i alle situasjoner. Nøkterne og kvalitetssikrede budskap bør være grunnlaget i hele informasjonsflyten. Ansvar for dette ligger i første rekke hos styreleder. Styreleder er avhengig av at hele styret og administrasjonen følger opp og bidrar proaktivt i kommunikasjonsstrategien.

### 3.1 Hovedbudskap I: 40 nye arbeidsplasser innen 2022

Dette er det kvantifiserte hovedmål for hele omstillingsprogrammet. Oppfølging og rapportering av hvordan dette utvikler seg er derfor sentralt. Utviklingen vil ikke være lineær, men forsterke seg ut over i omstillingsperioden.

### 3.2 Hovedbudskap II: Næringslivet må skape arbeidsplassene – Omstillingsprogrammet skal bidra

Det er helt sentralt at alle er innforstått med at Omstillingsprogrammet har som mål å bidra til nye lønnsomme arbeidsplasser. Etableringen må næringslivet selv ha ansvaret for. Omstillingsprogrammet kan bidra i tidligfase med å konkretisere prosjekt og forretningsideer. Det er ikke selvsagt at alle får tilskudd. Søknad om tilskudd må begrunnes. Omstillingsorganisasjonen skal vurdere den enkelte søknad og relatere denne til målene i Omstillingsplanen. Støtte til drift, bygg og maskiner gis ikke.

### 3.3 Hovedbudskap III: Vi må satse hvor det er størst mulighet for nye arbeidsplasser

Hovedmålet er å satse ressursene på de innsatsområder hvor det er størst mulighet for å etablere nye arbeidsplasser uavhengig av innsatsområde.

## 4. Kanaler & Arenaer

Programmet vil i 2017 bestrebe seg på å informere alle interessentgrupper ihht oppsett listet opp ovenfor.

### 4.1 Facebook og egen webside

Det viktigste og gjennomgående informasjonsmiddel vil være etablering av en egen facebook side samt egen web-side. Web-siden blir sammen med kommunens web-side. Det må være en direkte link til web-siden fra forsiden til kommunens webside.

### 4.2 Møter

Det legges opp til møter med de forskjellige interessentgrupper. Det viktigste med disse møtene er å sikre toveis kommunikasjon med oppsummering og rapportering. Møtene bør administreres av Fyresdal Næringshage mens programleder sikrer referat fra møtene. Det bør være månedlige/annen hver måned frokostmøter med næringslivet. Det bør være minst en aktuell sak på hvert møte.

### 4.3 Presentasjoner for kommunestyre og formannskap

Det skal være presentasjon med etterfølgende dialog med politiske organ hvert kvartal.

### 4.4 Markedsføring

Det må etableres faste informasjonssider i «Kommuneinformasjonen» som forteller hva som har skjedd i omstillingsprogrammet og hva som vil skje de nærmeste månedene.

Det må lages et opplegg i powerpoint som skal kunne benyttes i forskjellige presentasjoner.

#### **4.5 Mediakontakt**

Det skal utarbeides pressemeldinger.