

**Møtedato: Rådmannsgruppen 28. mai 2015**

**Sak: 20/2015 Profileringsstrategi for Osloregionen - høringsuttalelse**

**Forslag til vedtak:** Rådmannsgruppen anbefaler styringsgruppen å slutte seg til framlagt forslag til profileringsstrategi for Osloregionen. Det vil være opp til den enkelte kommune å vurdere å delta i det finansielle spleiselaget når finansieringsmodellen er konkretisert.

### Bakgrunn

Styret i Osloregionen behandlet i mars 2015 forslag til profileringsstrategi for Osloregionen, og besluttet å sende forslaget på høring. Høringsfrist er satt til den 18. mai 2015, men Vestregionen har fått utsatt frist.

### Strategiens innhold og anbefalinger

Forslaget legger til grunn at målet er å styrke Osloregionens internasjonale posisjon ved å kommunisere de kvaliteter kommunene og fylkene i Osloregionen har, og som er lite kjent. Hovedmålgruppe for profileringen er unge mennesker/talenter, investorer og besøkende. Kommunikasjonsverktøyene skal i hovedsak være digitale, rettet mot enkeltpersoner. Det skal utarbeides et sett av indikatorer for å overvåke utviklingen i posisjoneringsarbeidet.

Profileringsarbeidet foreslås ledet av "Oslo Brand Alliance"; et avtalefestet samarbeid mellom Visit Oslo, Oslo Business Region og Osloregionen. Arbeidet foreslås finansiert gjennom en fast sats pr innbygger, og kommer i tillegg til dagens deltakeravgift i Osloregionen. Deltakeravgiften skal benyttes til administrative ressurser og konkrete aktiviteter.

### Vurdering av framlagt forslag

Vestregionen slutter seg til målet om å styrke kjennskapen til Osloregionen internasjonalt, gjennom en profilering av konkrete tiltak og aktiviteter i Osloregionen, men der merkevaren er Oslo. Dette innebærer at utadrettede aktiviteter og tiltak som gjennomføres i kommunal regi, bør eksponeres på en måte som kommuniserer med strategiens målgrupper; unge talenter, investorer og/eller besøkende.

Profileringsstrategien innebærer også at det blir opp til kommunene å benytte kommunikasjonstiltak /aktiviteter i regi av Oslo Brand Alliance i egen virksomhet, og at Oslo Brand Alliance får kjennskap til tiltak, tjenester og aktiviteter som kan egne seg for eksponering i alliansens regi. Vi er opptatt av at hele regionens tilbud blir eksponert, ikke bare virksomheter, tiltak og aktiviteter i Oslos umiddelbare nærhet. Vestregionen utviklet gjennom Interregprosjektet IKON, presentasjoner av steder og aktiviteter med spesifikke kulturelle kvaliteter som vil kunne gjenbrukes og videreutvikles i profileringsarbeidet.

Vi oppfatter at strategien hadde tjent på å være mer konkret med hensyn til å avgrense målgruppene noe mer; i hvilke verdensdeler og land har vi spesifikke utfordringer i profileringsarbeidet knyttet til de tre prioriterte målgruppene, og hva kan vi bygge på mht eksisterende kjennskap/omdømme. Vi forutsetter at innholdet i handlingsplanene og opplegget for monitoreringen av posisjoneringsarbeidet vil begrunne mulige prioriteringer.

Vestregionen slutter seg til forslaget til organisering av profileringsarbeidet gjennom å etablere en samarbeid mellom eksisterende aktører framfor å etablere en ny organisasjon. Arbeidet med å etablere en ny organisasjon vil kunne ta fokus fra innholdet i profileringsarbeidet og påkrevde prioriteringer.

Vestregionen ser behovet for å finne en hensiktsmessig finansieringsmodell for profileringsarbeidet, men ønsker en konkretisering av finansieringsmodellen med hensyn til hvordan kostnadene skal fordeles, og hva som vil være ønsket nivå på samarbeidsalliansens arbeidskapital.