

SAKSFRAMLEGG

Saksnr	Utvalg	Møtedato
	Formannskapet - Ørland kommune	

RDA MIDLER: SØKNAD OM MIDLER TIL PRODUKSJON AV MARKESFØRINGSMATERIELL - ØRLAND KOMMUNE

Rådmannens innstilling

Formannskapet vedtar bruk av kr 120.341 av Ørlands RDA fond til felles markedsføring av private og offentlige tilbud i Ørland.

Sakens bakgrunn og innhold

Ørland kommunes næringsavdeling søker midler til markedsføring av Ørland. En foreslår å benytte restmidlene i RDA fondet for tiltak som gagnar alle bedrifter i Ørland gjennom omdømmebygging og informasjon om handel, tjenester, offentlige ytelser, kultur, historie og aktiviteter.

Administrasjonens vurdering

Det er bred enighet om at Ørland har en unik, nærmest historisk, mulighet til å videreutvikle samfunn og næringsliv ved å utnytte ringvirkningene fra kampflybaseetableringen. Kommunikasjon er en av de viktigste måtene som det offentlig kan støtte nærings- og samfunnsutvikling.

Ørland er ikke et velkjent merkenavn. Selv om navnet Ørland ofte er nevnt i nyhetene i forbindelse med bygging, drift av basen og internasjonale operasjoner, assosieres ikke Ørlandsnavnet nødvendigvis med en geografisk lokalisering, ei heller med hva slags tilbud som er tilgjengelig i kommunen. Den enkelte bedrift markedsfører sin virksomhet i de kanaler de selv finner mest hensiktsmessig: Fosna-Folket, reklame i posten, sosiale media, internett og annet. Ørland Næringsforum og Handelsstedet Brekstad samarbeider begge med flere bedrifter for samlet omdømmebygging og markedsføring. Dette er det nærmeste man kommer markedsføring av Ørland som sted. Det finnes derimot ingen markedsføring av Ørlands totale tilbud av handel, tjenester, offentlige ytelser, turistattraksjoner og kulturelle aktiviteter: det vi kan kalle totaliteten Ørland. Ørland er mer enn enkeltbedriftene, mer enn de kommunale tjenestene og mer enn kulturelle aktiviteter og mer enn en rik historisk bakgrunn. Man bør markedsføre Ørland med alt dette innholdet.

Markedsføring er selvsagt langt mer enn kun reklamemateriell. En av de meste kjente autoritetene innen markedsføring, Philip Kotler, definerer uttrykket slik: Vitenskapen og

kunsten med å tjene penger på å utforske, produsere og levere verdi som tilfredsstillende behovene til en målgruppe. Vi planlegger å markedsføre Ørland som en enhet som er summen av enkeltbedrifter, offentlige ytelser, kultur og historie. Målgruppen er ikke individer som er på utkikk etter enkeltprodukter eller enkelttjenester. Målgruppen er i stedet individ og bedrifter som er på utkikk etter et sted å flytte til som arbeidstaker og arbeidsgiver: da må vi vise hvordan vi dekker alle behovene til denne målgruppen. Målgruppen er ikke først og fremst lokalisert i Fosen, men heller regionalt, nasjonalt og internasjonalt.

Midlene planlegges i hovedsak brukt til produksjon av reklamemateriell – både papir (eksempelvis brosjyrer, flyere, mapper, postere, etc) og elektronisk (eksempelvis video, Google AdWords). Det tenkes ikke brukt til markedsføring av enkeltindustrier eller enkeltbedrifter, men heller til materiell som viser mangfoldet av tilbud over flere næringer; igjen for en målgruppe som ligger utenfor Fosen. Materiellet kan være rettet mot enkeltindivid som vurderer å flytte til kommunen. Bedrifter og organisasjoner som vurderer å lokalisere virksomhet i Ørland, og som derfor trenger å vurdere om det blir vanskelig å skaffe og beholde arbeidstakere, vil finne slikt materiell meget nyttig. Selv om vi ikke planlegger å bruke midlene til turistbrosjyrer kan materiell som «selger» Ørland som sted være nyttig for både turister og andre som besøker kommunen midlertidig på for eksempel anleggsarbeid, møter eller trening og utdanning. Andre grupper som bør motta slik informasjon er politikere og administrasjon på fylkes- og statsnivå. Sist, men ikke minst vil slikt materiell være meget viktig i å skolere representanter fra nasjonal og internasjonal presse som besøker Ørland i forbindelse med baseutbygging, basedrift, øvelser og andre arrangement som tiltrekker seg journalister og reportere.

På den ene siden bør man ikke bruke midler fra et kommunalt driftsbudsjett til å markedsføre enkeltbedrifter. Det er heller ikke naturlig for enkeltbedrifter å markedsføre Ørland som sted: det være seg et sted å handle, å bo, å etablere bedrift og/eller å besøke. Det er på bakgrunn av dette at næringsavdelingen foreslår at de gjenstående RDA midlene blir brukt til å markedsføre Ørland. Ved økt synlighet, bedre gjenkjenningsgrad og bedret omdømme vil midlene slik komme alle bedrifter, forsvaret og Ørland kommune til nytte.

Ørland Næringsforum

I følge punkt 9 i retningslinjene for RDA fondet fungerer styret i Ørland Næringsforum som uttaleinstans på RDA søknader. Næringsforumets kommentarer er som følger:

Ørland Næringsforum støtter søknaden om midler til markedsføring av Ørland. Med unntak av næringsforeningens FaceBook sider og nettsted som gir et godt bilde av næringslivet i kommunen er det ingen som markedsfører Ørland som en totalitet.

Søknaden anbefales støttet, men anbefaler i tillegg at midlene overføres til Ørland Næringsforum slik at jobben med å skaffe leverandører utføres av næringsforumet.

Saldo RDA fond

Saldo på RDA fondet er per 31.12.15 kr 940.341. Med fratrekk av tilsagn fra tidligere vedtak (KystNorge) så er saldoen: kr 420.341.

Vedlegg:

1 Eksempler på materiell