



OPPLAND
fylkeskommune



Strategiplan for kulturnæringer og kulturbaserte næringer Oppland 2011 - 2015

Bilder i dokumentet:

Forsidebilde: KOMPOSITT av Tone Myskja, utsmykking UiO. Foto: Terje Heiestad

Side 5: Dennis Storhøi som Peer Gynt, Peer Gynt-stemnet. Foto: Terje Kongsrud OFK

Side 9: Aulestad, Bjørn Bjørnsons hjem. Foto: Jørgen Skaug OFK

Side 11: Musikaloppsetting i Nord-Gudbrandsdal. Foto: Terje Kongsrud OFK

Side 13: Maihaugen, Lillehammer. Foto: Maihaugen

Side 16: Forestilling med Sagliocco Ensemble *Nattens hemmeligheter*. Foto: Danny Twang

Side 23: Raptor Safari, UKM. Foto: Terje Kongsrud OFK

Side 29: Hedalen stavkirke. Foto: Terje Kongsrud OFK

Side 34: Musikaloppsetting i Nord-Gudbrandsdal. Foto: Terje Kongsrud OFK

Side 38: Kunstprosjekt i Cēcis, Latvia. Foto: Terje Kongsrud OFK

Bakside: Hunderfossen familiepark. Foto: Kirsti Hovde

Forord

Fylkestinget i Oppland vedtok i 2009 at det er ønskelig å utvikle en egen politikk for å gi økt anerkjennelse av kulturnæringene som vekstnæring og som viktig innsatsfaktor i andre næringer. Forskning viser at Oppland fylke har masse uutnyttet potensial innen kulturnæringene.

Med *Strategiplan for kulturnæringer og kulturbaserte næringer 2011 - 2015* har Fylkestinget ambisjon om å kartlegge kulturnæringene i fylket og sammenfatte tidligere vedtatte strategier, planer og virkemidler for å få mest mulig ut av eksisterende ressurser. Oppland fylkeskommune har allerede fokus på kulturfestivaler, profesjonell film, innovasjon, reiseliv m.m. Bevisste strategier viser seg å gi resultater. Ved å se på sammenhenger får vi også økt uttelling i synergiene mellom de ulike næringene.

Et navn som ofte dukker opp når en arbeider med kulturnæringer, er amerikaneren Richard Florida. Han er professor i regional utvikling og har skrevet om *den kreative klasse*. Teoriene er omdiskuterte, både med hensyn til datainnsamling og at de er elitistiske, men de egner seg likevel i en politikktutforming i denne sammenhengen. Florida sier, veldig enkelt oppsummert, at et samfunn trenger de tre T-er for å oppnå kreativ vekst; *teknologi, talent og toleranse*. De to første er åpenbare. Et samfunn med høy grad av toleranse er viktig for å tiltrekke seg mennesker med visjoner og tanker som ligger litt utenfor normen.

Denne strategiplanen er ikke en konklusjon. Dette er en start på flere større arbeid som krever fokus i hele perioden og videre framover. Planen peker på tiltak og politikk som må utformes for at Oppland skal bli det fylket som gir næring til de kreative ideene og tankene.

Strategiplanen tar med seg visjonen fra *Kulturpolitikk for Oppland – kulturpolitiske satsingsområder fram mot år 2014*:

Oppland fylkeskommune skal være en viktig utviklingsaktør for et allsidig, mangfoldig og skapende kunst- og kulturliv i fylket.

Kunst og kulturlivet i Oppland skal være et bærende element i arbeidet med bolyst og utvikling i lokalsamfunnene, og bidra til livskvalitet og vekst for det enkelte mennesket.

Sigmund Hagen
Komitéleder

Camilla Melgård
Saksordfører

Innhold

1. INNLEDNING.....	5
1.1 Mandat og fremdrift	7
1.2 Definisjoner og fakta.....	7
2. SATSING PÅ KULTURNÆRINGER I NORDEN OG EUROPA	9
3. ERFARINGER FRA ANDRE FYLKER	11
4. KULTURINDUSTRI I OPPLAND	13
4.1 Kunnskapsgrunnlag og talldata	13
5. KULTURNÆRINGER OG KULTURBASERT NÆRINGS LIV I FYLKESKOMMUNAL REGI	16
5.1 Kultur næringerne som innsatsfaktor i reiselivet og opplevelsesindustrien.....	16
5.2 Pilegrimsleden	17
5.3 Kunstpolitikk i Oppland	18
5.4 Film i Innlandet	19
5.5 Musikkfylket Oppland	19
5.6 Scenekunst	20
5.7 Talentutvikling og kompetanse gjennom videregående opplæring	21
5.8 Kulturfestivaler	22
6. REGIONENES EGENART	23
6.1 Valdres.....	24
6.2 Lillehammer.....	25
6.3 Hadeland.....	26
6.4 Gjøvik	27
6.5 Midt-Gudbrandsdal	27
6.6 Nord-Gudbrandsdal	28
7. RELEVANS TIL ANNET PLANARBEID	29
7.1 Verktøy for verdiskaping innen natur- og kulturparker.....	29
7.2 Annen fylkespolitisk forankring og relevante planer	31
8. VIRKEMIDDELAPPARATET	34
8.1 Oppland fylkeskommune.....	34
8.2 Innovasjon Norge	36
9. MÅL, STRATEGIER OG TILTAK.....	38



1. Innledning

I dokumentet *Kulturpolitikk for Oppland* vedtatt i Fylkestinget i 2009 ble det pekt på behovet for å jobbe videre med spørsmål knyttet til satsing på kulturnæringene i Oppland og utarbeide en politisk plattform og handlingsplan for området. Det samme behovet ble det pekt på i Fylkestingets behandling av Kulturrapport 2010 i Fylkestinget 9. juni i 2010.

I FT-sak 18/09 *Kulturpolitikk for Oppland* (vedtatt av FT i 2009) sies det at man skal:

(...) utarbeide en oppdatert og tydelig politisk plattform for kultur og næringsfeltet i Oppland. Kulturnæringene og kulturbasert næringsutvikling er et forholdsvis nytt satsingsområde og kunnskapsgrunnlaget knyttet til næringenes egenskaper, organisering, samspill med hverandre om med andre næringer er relativt begrenset. Det gir oss store utfordringer, men også store muligheter for å meisle ut nye strategier for kulturbasert næringsutvikling i Oppland.

Oppland fylkeskommune har i sine politiske styringsdokumenter og i sine handlingsprogram (RHP) besluttet at satsing på kulturnæringer og kulturbaserte næringer skal være sentralt. For eksempel gjennom satsing på:

- Film
- Kulturfestivaler
- Regionale utviklingsprosjekter som Musikkregion Gjøvik, Stedsutviklingsprosjekt Granavollen og Pilegrimsleden
- Større kulturarrangementer som *Bronsebukkene* på Hadeland og *Sol av Isfolket* på Fagernes
- Tilretteleggingstiltak/infrastrukturiltak for å rekruttere og beholde utøvende kunstnere i Oppland fylke: Produksjonsfasiliteter for Frikar, samlokaliseringstiltak som Fabrikken, S-laget på Gran og det planlagte samlokaliseringssprosjektet på Vinstra/Peer Gynt.
- Etablering av Teater Innlandet
- Utviklingsstøtte til kulturnæringsbedrifter som for eksempel Lillehammer og Gjøvik Dansesenter.

Nærings- og handelsdepartementet utga i mars 2010 en rapport med navnet *To mål – to midler – økt kunnskap om virkemidlene for kulturnæringene*. I denne rapporten sier de blant annet:

Kulturnæringene er både i den politiske og i den faglige debatten i økende grad blitt ansett som å være interessante vekstnæringer. Men rapportens hovedkonklusjon peker på at vi er i en tidlig fase av utvikling av kulturnæringene, der kunnskapen om behov og effekten av virkemidlene fremdeles er mangelfull.

Talentene tas vare på og kompetansen økes

I utviklingen av nye næringer innen kulturfeltet er hensynet til kunstnerne og kulturentreprenørene viktig slik at gode talenter ikke går tapt og kan styrkes og utvikles til å drive kommersielt, dersom de ønsker det. Dersom kulturentreprenører i en tidlig fase bukker under og velger alternative karrierer som gir sikrere inntekter, kan det være vanskelig å hente dem inn igjen. Det er de gode talentene, de skapende kreftene og risikotagning som må bevares og pleies slik at underskogen av kunstnere, frilansere og små kulturbedrifter får den riktige grobunnen til å utvikle seg.

Virkemidlene må tilpasses behovene i kulturnæringsbransjen(e)

En hovedutfordring er å tilegne seg mer kompetanse om området og finne verktøy som kan avklare det økonomiske potensialet til hver enkelt kulturbransje og deretter tilpasse virkemidlene til fasene og utfordringene i kulturnæringene.

Kriteriene for støtte, prioriteringer og bruken av virkemidler bør gjennomgås

For eksempel ville det være nyttig å se på utfordringene knyttet til rettigheter, behovet for både bedriftsøkonomisk og kunstnerisk kompetanse, hvilken type tiltak som er ønskelig å bruke, hvilke deler av kulturnæringene skal prioriteres, risikovurderinger, nettverk og organisering av bransjen, grad av institusjonalisering med mer. Det er også viktig å se på kompetansen hos saksbehandlere om kulturnæringene, fordi flere kulturentreprenører (over hele landet) uttrykker at de ikke blir møtt med positive holdninger og forståelse for hvordan virksomheten fungerer.

Et godt utgangspunkt for videre arbeid er derfor å se på virkemiddelapparatet og kriteriene for støtte slik at dette vurderes og tilpasses kunst- og kulturprosjekter med potensial til å transformeres over til lønnsomme, kompetanseutviklende og kreative, skapende bedrifter.

Oppsummering og begrunnelse for politisk arbeid knyttet til satsing på kulturnæringene i Oppland

- Erfaringen har vist at der det utarbeides en tydelig politisk plattform for arbeidet, får man best resultat (se for eksempel film og festivaler).
- Oppland fylkeskommune har allerede vedtatt at man skal satse på kulturnæringene og har satt av ressurser til dette (innen kultur og regional utvikling). Hvordan kan vi bruke disse ressursene mer effektivt og bedre tilpasset dagens utfordringer og behov?
- Kulturnæringene krever at man møter feltet med kompetanse om både kunstfeltet og næringsfeltet. Hvordan kan vi politisk legge til rette for samhandling som møter næringenes kompetansebehov?
- Det ville være av stor betydning for den videre utviklingen innen kulturnæringene i et fylke som Oppland, med mange små kommuner og lange avstander, å gå gjennom bruken av de ressursene

vi har - økonomisk og faglig, se på hvordan vi kan tilegne oss nødvendig kompetanse, foreta de viktige og riktige politiske prioriteringene og utnytte og målrette de tilgjengelige ressursene på en enda bedre måte.

- For å lykkes enda bedre med utvikling av kulturnæringene i Oppland og knytte dette til regional utvikling, stedsutvikling, kompetanseutvikling, utvikling av næringslivet, reiselivet og kulturlivet, ville det være av stor betydning at man kunne sette i gang et arbeid med å utarbeide en strategisk plan for kulturnæringene i Oppland.

1.1 Mandat og fremdrift

Internasjonal komité får i oppdrag å utarbeide en strategiplan¹ for kulturnæringene og kulturbaserte næringer i Oppland. Planen skal gi en samlet og helhetlig gjennomgang av muligheter, utfordringer, rammebetingelser og behov som grunnlag for å formulere mål, handlinger og utviklingstiltak for kultur- og næringsfeltet.

- Gi en oversikt over situasjonen i Oppland og en kortfattet oversikt over satsinger i sammenlignbare fylker.
- Gi en kortfattet oversikt over nasjonale og internasjonale utviklingstrekk på feltet.
- Drøfte sammenhengene mellom kulturnæringer og kulturbaserte næringer.
- Formulere ambisjoner, mål, utfordringer og strategier for kultur- og næringsfeltet i Oppland.
- Beskrive tiltak

1.2 Definisjoner og fakta

Rapporten *Kartlegging av kulturnæringene i Norge – økonomisk betydning, vekst- og utviklingspotensial* ble gitt ut av Østlandsforskning i 2004, og ble brukt som et utgangspunkt for Stortingsmelding 22 (2004 – 2005), "Kultur og næring".

Kulturnæringene defineres som næringer som fremstiller kulturelle produkter med formål å kommunisere med/til konsumenten. *Kulturnæringene består i første rekke av private bedrifter som fremstiller og selger kulturelle produkter i form av varer eller tjenester i markedet.* Mange av disse bedriftene beveger seg i skjæringspunktet mellom markedsøkonomien og offentlig finansiert virksomhet (ØF-Rapport nr.: 10/2004).

Eksempel på kulturnæringer:

- Annonse- og reklamevirksomhet
- Arkitektur
- Bibliotek, museum etc.
- Bøker, aviser, blader, etc.
- Design
- Film, foto, video
- Kunstnerisk virksomhet (utøvende og skapende kunst, kunsthåndverk)

¹ I vedtatt mandat var *Regional handlingsplan* brukt. Komiteen har i løpet av arbeidet funnet at begrepet *strategiplan* er mer dekkende for denne planen. En regional plan forutsetter andre ressursmessige forutsetninger, jf. plan- og bygningsloven.

- Musikk
- TV, radio

Bibliotek og museum er ofte ikke tatt med i internasjonale kartlegginger. Dette er ikke næring i vanlig økonomisk forstand.

Fra Regjeringens handlingsplan for kultur og næring har vi plukket denne definisjonen på kulturbaserte næringer: *Kulturbaserte næringer er næringer der den kunstneriske og kulturelle dimensjonen er fremtredende. Dette er i første rekke næringer som er svært avhengig av innsatsfaktorer (varer og tjenester) fra kulturnæringene.*

I ytterste konsekvens kan alle næringer i større eller mindre grad omtales som kulturbaserte næringer i den forstand at produksjon og salg i stor grad er avhengig av den kreativiteten som ligger i utforming, design, reklame, foto m.m. for å utvikle et produkt og gjøre det attraktivt for et marked. I sitt arbeid valgte Internasjonalt utvalg å avgrense kulturnæringene i dette tilfellet til i første rekke å omfatte reiselivsnæringen og jordbruk.

I 2009 ga Regjeringen ut handlingsplanen *Arkitektur.nå – Norsk arkitekturpolitikk*. Dette arkitekturpolitiske dokumentet skal bidra til god koordinering og samarbeid på tvers av forvaltningsgrenser for å effektivisere og styrke den samlede innsatsen. Dokumentet skal være et verktøy for å styrke kvaliteten i – og bevisstheten om – arkitekturen og våre fysiske omgivelser og synliggjøre et samlet statlig arkitekturfelt. Det offentlige skal gå foran som et godt eksempel. I visjonen heter det blant annet at *arkitekturen skal bidra til velferd, bærekraft og verdiskaping, og inspirere til å bevare og berike.*

I det som betegnes Kultur- og opplevelsesnæringene er sport og spill tatt med, i tillegg til kulturnæringene.

Sport og spill omfatter:

- Naturbaserte opplevelser
- Spill og organiserte opplevelser
- Sport

Den foreliggende strategiplanen er en plan for de deler av kunst- og kulturfeltet som har overskudd som et vesentlig mål, og synergifeltet mellom disse og utvalgte kulturbaserte næringer. Dette innebærer at også rene kunstinstitusjoner kan bidra til kulturnæringene, for eksempel museumsbutikker, samtidig som man beholder bevisstheten om at også kommersielle aktører innen kulturnæringene kan bidra ikke-kommersielt med fagutvikling og i allmennyttige prosjekter.



2. Satsing på kulturnæringer i Norden og Europa

Selv om begrepene, og definisjonene av dem, varierer, er det entydig at kulturnæringer/ kreativ sektor/ opplevelsesindustrien er en betydelig og økende næring i Europa. I Norge, Frankrike, Italia, Nederland, Storbritannia og andre land bidrar kultur og kreative næringer mer til veksten i BNP enn andre næringer.

Det er beregnet at omsetningen innenfor den kreative sektor i EU utgjør 654 milliarder euro og sysselsetter 5,6 millioner mennesker. Sektoren vokste 12,3 prosent raskere enn den generelle økonomiske utviklingen. (Agderforskning – Kulturen og det regionale Norge)

EU har i en årrekke arbeidet med politikk der kulturnæringer har fokus som en sektor for økonomisk vekst og mulighet for økt sysselsetting. I februar 2011 kom EU-rapporten *Meeting the Challenge of Europe 2020: the transformative power of service innovation*. I rapporten identifiseres tre fokusområder for å løfte fram tjenesteinnovasjonens betydning som katalysator for å forme nye markeder og skape ny næring. Et av fokusområdene berører kulturelle og kreative næringer. Blant annet lanseres tanken om *European Creative Industries Alliance (ECIA)*. Det er tenkt at et ekspertpanel kan skape bedre verktøy for å øke lønnsomheten innen kulturindustrien.

Globalt er opplevelsesindustrien beregnet å stå for totalt 7 prosent av de samlede brutto nasjonalprodukt i verden, med potensial til en årlig vekst på 10 prosent. Nordisk Ministerråd ser det som en visjon å kunne bli en av verdens mest dynamiske og viktige regioner for kreative næringer.

Nordic Innovation Centre (NICe) er Nordisk Ministerråds operative instrument for å promotere en innovativ, konkurransedyktig og kunnskapsbasert nordisk næringssektor. NICe publiserte i 2007 en grønnbok om opplevelsesnæringene. Dokumentet peker på muligheter og utfordringer knyttet til det å satse på dette feltet som vekstnæring. Her er også kultur- og opplevelsesnæringer definert som udiskutable vekstnæringer for den nordiske regionen.

Landene har imidlertid ulike forutsetninger og tradisjon for satsing på dette feltet. Grønnboka *A Creative Economy Green Paper for the Nordic Region* åpnet opp for en politisk debatt om

kulturnæringene og er tenkt å være et redskap for politikktutforming for lokale, regionale og nasjonale myndigheter.

NICe har i skrivende stund seks pågående nordisk-baltiske prosjekter innen feltet kreative næringer og opplevelsesøkonomi. Prosjektene foreslår politikktutforming for nasjonalt og regionalt nivå, samtidig som de peker på hvordan opplevelsesnæringen i økt grad kan profesjonaliseres.

Grønnboken om opplevelsesnæringene resulterte blant annet i opprettelsen av KreaNord. KreaNord er en nordisk plattform for utbytte og utvikling, der oppdraget blant annet er å utvikle og markedsføre Norden som en konkurransedyktig region som går i spiss når det gjelder kreative industrier. KreaNord finansierer ikke enkeltprosjekt og satsingen, men driver oppdrag og prosjekt initiert av de nordiske landene.

Av de nordiske landene er ikke Norge best i klassen når det gjelder å hente ut potensialet innen kulturnæringene og opplevelsesindustrien. Den nevnte grønnboken publisert av NICe nevner at det i Norge handler veldig mye om kultur og lite om industri innen politikktutforming relatert til de kreative industrier. Virkemiddelapparatet og mangel på risikoinnsats – en slags kreativ konservatisme – nevnes som mulige utfordringer.

I 2008 ble stiftelsen Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi (CKO) opprettet i Danmark. Dette er en offentlig, selveid institusjon som ble stiftet av Kulturministeriet og Økonomi- og Erhvervsministeriet i fellesskap etter avtale mellom den danske regjering og fire opposisjonspartier. Det var enighet om viktigheten av kultur- og opplevelsesøkonomien i Danmark. CKOs visjon er å realisere kultur- og opplevelsesøkonomiens potensial i dansk næringsliv.

I Finland er kulturnæringene definert på nasjonalt nivå gjennom forskjellige strategier og programmer. Utdannings- og kulturdepartement initierte formalisert samarbeid med regionalt nivå i 2009 for å drøfte utvikling av kulturnæringer i et regionalt perspektiv. Etter to år hadde over 90 % av regionene inkorporert kulturnæringene i sine handlingsplaner. I foreløpig evaluering av satsingen ble det sett på fire tema. 1) Kultur og kulturnæringers rolle i strategisk utvikling. 2) Kulturnæringer som kjernen i innovasjonspolitik. 3) Konkurransedyktighet. 4) Utvikling av regional kunst- og kulturadministrasjon med hensikt å styrke kulturnæringene (*the creative economy*).

Sverige har ligget langt framme i Norden når det gjelder bevisst satsing på kulturnæringer og opplevelsesindustrien. Å tenke innovasjon og eksport på kulturfeltet har lang tradisjon. I 2009 besluttet regjeringen å satse 73 millioner kroner i sin vedtatte kulturelle og kreative handlingsplan. Målet med handlingsplanen er å skape langsiktige gode forutsetninger for entreprenørskap og kreative næringer. Handlingsplanen tar også til orde for å utvikle nye samarbeidsformer mellom kultur og næringsliv som kan berike begge parter og bidra til nytenking.



3. Erfaringer fra andre fylker

Under arbeidet med kulturnæringer og kulturbasert næringsliv i Oppland har det vært naturlig å se over fylkesgrensene for å høste erfaringer. De fleste fylker og mange regioner har sett nytten av å bruke kultur- og opplevelsesindustrien som faktor for næringsutvikling, omdømmebygging og bolyst. Under listes opp et utvalg av de satsingene og politiske arbeidene som har blitt sett på:

- Bergen kommune: *Handlingsplan for kulturnæringene 2008 – 2011.*
- Tromsø kommune: *Tromsø kulturnæringsfond – En motor for nyskapende kulturnæring og kreativt talent.*
- Stavanger-regionen: *Kulturnæringene i Stavanger-regionen – strategi- og handlingsplan 2010 – 2013.*
- Buskerud fylkeskommune: *Kulturnæringer i Buskerud – strategi og handlingsplan 2009 – 2012.*
- Trøndelag Forskning og Utvikling as: *Kultur- og opplevelsesnæringene i Trøndelag (kartlegging og eksempelstudier)*
- Trøndelag: *Strategiplan for kulturnæringer i Trøndelag 2009 – 2016.*
- Hedmark fylkeskommune: *Regional plan for Opplevelsesnæringer i Hedmark (2012 – 2017) - under arbeid, planlagt vedtatt september 2011.*

Satsingen i Tromsø kommune er ikke direkte overførbart i og med at dette i all hovedsak dreier seg om en satsing i en enkeltkommune. Likevel er de et interessant eksempel på den måten at de er i ferd med å utvikle et verktøy hvor det bevilges støtte til kulturnæringer som har potensial til å gå med overskudd. Det er opprettet et tett samarbeid med Innovasjon Norge, der Innovasjon Norge støtter etablering av bedriften, mens Intro-programmet i Tromsø støtter prosjektutvikling, ideer og innhold. I første rundt ble det gitt støtte til enkeltbedrifter og til beslektede næringer. I neste runde vil det være fokus på utvikling av bransje framfor støtte til enkeltbedrifter.

Gjennomgående for planene i de øvrige regionene er at de i første rekke definerer et veivalg for satsing på kulturnæringer alene. Dette gjør det relativt enkelt å definere hvilke uttrykk og næringer som tas med i planen ut fra eksisterende satsingsområder og regionale fortrinn. I de fleste planene er den statlige handlingsplanens definisjon for kulturnæringer lagt til grunn (se over).

Hedmark fylkeskommunes arbeid med regional plan for opplevelsesnæringer skal gjelde fra 2012 til 2017. Handlingsprogrammet tilknyttet planen skal rulleres årlig. I planen er det tenkt fokusert på de aktører som leverer og skaper opplevelser, der verdiskaping og næringsutvikling er et mål. I en ytterligere avgrensning er det tenkt at planen skal avgrense seg til den "fremmøtebaserte" delen av opplevelsesnæringene. Planens definisjon er sammenfattet slik i planprogrammet: *Aktører som utvikler, leverer og selger fremmøtebaserte opplevelser som gir verdiskaping i Hedmark.*

Fylkesplaner og regionale planer for kulturnæringer i Norge – veldig forenklet oppsummert - koker i stor grad ned til hvilke kulturinstitusjoner og hvilke kompetansetiltak som skal få støtte. I liten grad tar de til orde for en utvikling av politikk på området. I mandatet til Oppland fylkeskommunes handlingsplan ligger ikke en fordeling av midler, men planen skal formulere mål, handlinger og utviklingstiltak. Detaljerte tiltak vil dermed komme i fortsettelsen av denne planen.



4. Kulturindustri i Oppland

4.1 Kunnskapsgrunnlag og talldata

Kulturnæringer er i Oppland vedtatt som et prioritert område, både i seg selv og som innsatsfaktor i andre næringer. Utnytting av fylkets unike natur og kultur til næringsformål er et politisk uttalt mål. I Oppland fylkeskommunes regionale handlingsprogram heter det at fylkeskommunen vil videreutvikle fylket som et attraktivt reiselivsfylke gjennom bærekraftige natur- og kulturbaserte opplevelser. Fylkeskommunen skal arbeide for gode rammebetingelser for innovasjon og nyskaping innen kulturbaserte næringer.

Oppland fylkeskommunen har ikke foretatt en grundig kartlegging av antall sysselsatte innen kulturnæringene. Agderforskning viser i en rapport til at omsetningen innenfor den kreative sektor i EU utgjør 654 milliarder euro og sysselsetter 5,6 millioner mennesker. Sektoren vokste 12,3 prosent raskere enn den generelle økonomiske utviklingen. Østlandsforsknings rapport fra 2004 ble oppdatert i 2008 (ØF-Rapport nr.: 12/2008), *Kulturnæringene i Norge, muligheter og utfordringer*. Her går det fram at økningen i sysselsetting innen kulturnæringene i Norge økte med 10 % i perioden 2002 – 2007. Det totale antall sysselsatte i Norge økte med 9,6 %. Sysselsettingen i kulturnæringene ligger altså omtrent likt som sysselsettingsveksten i landet.

Trykte medier er den største næringsgruppen innen kulturnæringene, men den blir likevel ikke definert mye plass i denne planen. Kunstnerisk virksomhet har hatt stor stigning mellom 1996 og 2005, og nærmer seg kulturarv, som er den nest største næringsgruppen. Film, video og foto har hatt størst relativ vekst i samme perioden.

Østlandsforsknings tall viser også at kulturnæringene er preget av mange små foretak uten ansatte. I 2007 var det registrert nesten 28 000 foretak i kulturnæringene i Norge, hvorav 74 % var uten ansatte, dvs. enkeltmannsforetak. 21 % av foretakene hadde under 10 ansatte.

I perioden 2002 – 2007 var sysselsettingsveksten i kulturnæringene 10 %. Det fylket som har høyest relativ vekst i perioden er Sogn og Fjordane med 33,3 %, men dette fylket har kun 1,4 % av den totale sysselsettingen innen kulturnæringene. **Oppland har den laveste veksten. Sysselsettingsveksten her har økt med 28, noe som tilsvarer 1,2 % (landsgjennomsnitt er 10 %).** Til sammenligning har

Hedmark en økning på 8,6 %, og har med det tatt igjen Oppland når det gjelder andel sysselsatte på landsbasis. I Østlandsforsknings oversikt går det fram at Oppland i 2007 hadde en sysselsetting på 2395. Dette tilsvarer 2,5 % andel av det totale antall sysselsatte i kulturnæringene, noe som ikke er spesielt høyt. Oslo er desidert høyest med 36,2 %. De øvrige fylkene ligger mellom 1,2 og 8,8 %.

Fig: Sysselsettingsutviklingen i kulturnæringene 2002-2007 fordelt på fylker (kilde: SSB, Østlandsforskning)

Fylke	Antall ansatte 2002	Antall ansatte 2007	Andel 2007	Endring 2004-07	Endring 2004-07 prosent	LQ 2007 rel andel av antall sysselsatt
Østfold	3523	3927	4,1 %	404	11,5 %	0,87
Akershus	6686	7601	8,0 %	915	13,7 %	0,83
Oslo	32061	34561	36,2 %	2500	7,8 %	2,13
Hedmark	2163	2348	2,5 %	185	8,6 %	0,71
Oppland	2367	2395	2,5 %	28	1,2 %	0,71
Buskerud	2801	3174	3,3 %	373	13,3 %	0,69
Vestfold	2884	3087	3,2 %	203	7,0 %	0,77
Telemark	2168	2385	2,5 %	217	10,0 %	0,80
Aust-Agder	1121	1283	1,3 %	162	14,5 %	0,71
Vest-Agder	2240	2631	2,8 %	391	17,5 %	0,81
Rogaland	5901	6431	6,7 %	530	9,0 %	0,76
Hordaland	7483	8393	8,8 %	910	12,2 %	0,91
Sogn og Fjordane	998	1330	1,4 %	332	33,3 %	0,64
Møre og Romsdal	2594	2839	3,0 %	245	9,4 %	0,59
Sør-Trøndelag	4844	5302	5,5 %	458	9,5 %	0,91
Nord-Trøndelag	1327	1379	1,4 %	52	3,9 %	0,59
Nordland	2751	3151	3,3 %	400	14,5 %	0,72
Troms	1979	2148	2,2 %	169	8,5 %	0,70
Finnmark	1024	1192	1,2 %	168	16,4 %	0,86
Svalbard	17	26	0,0 %	9	52,9 %	
Totalt	86932	95583	100 %	8651	10,0 %	

Tallmaterialet som Østlandsforskning presenterer viser en tydelig overrepresentasjon av alle kulturnæringene i Oslo og store byer. Unntaket er kulturarv. Her scorer Oppland relativt høyt. Her er det kun Finnmark, Nordland og Hordaland som har en høyere lokaliseringkvotient.

Når det gjelder økning i antall foretak er tallene bedre for Oppland. Fra 2004 til 2007 har Oppland hatt en økning på 12,7 %. Dette er sjette beste økning i landet. Det er en tydelig overrepresentasjon

av foretak i Oslo og Akershus. I 2007 var 43,9 % av alle foretak etablert i disse to fylkene. Oslo alene hadde over en tredjedel av det totale antall sysselsatte i kulturnæringene.

Dataene i kartleggingen til Østlandsforskning viser at kunstnerisk virksomhet utgjør kulturnæringenes dynamiske kjerne. I perioden 1996 – 2007 har denne næringsgruppen hatt den største absolutte og relative veksten i antall sysselsatte. Sysselsettingen i denne næringsgruppen har vokst med nesten 125,8 %, noe som er betydelig høyere enn den samlede sysselsettingsveksten i både kulturnæringene og Norge.

Østlandsforskning spår at kulturnæringene fortsatt har et betydelig vekst- og utviklingspotensial i årene som kommer. Dette har blant annet sammenheng med at konkurranseevnen til bedrifter i et stort og voksende antall næringer i økende grad er avhengig av produktenes immaterielle aspekter.

I en økonomi der "opplevelser" får økt betydning har derfor kulturnæringene et vekst- og utviklingspotensial både direkte gjennom egen produksjon og indirekte gjennom produksjon av innsatsfaktorer til annen næringsvirksomhet. Det er imidlertid ikke sikkert at dette potensialet utløses automatisk, og vi mener i denne forbindelse at utforming av strategier for og satsinger på kulturnæringene kan ha mye å hente fra innovasjonsforskningen (ØF-Rapport nr.: 12/2008).

Dette er mye av kjernen i denne strategiplanen; å utarbeide politikk og strategier for å oppnå vekst innen kulturnæringene.



5. Kultur næringer og kulturbasert næringsliv i fylkeskommunal regi

I denne sammenheng har Oppland fylkeskommune en rolle som pådriver for samhandling, kompetanseutvikling og kvalitet. I tillegg skal fylkeskommunen bidra til økt verdiskaping gjennom markedstilpassede produkter og opplevelser. Det er i stor grad disse rollene denne strategiplanen søker å definere tydeligere og peke ut videre aksjoner for.

De følgende eksemplene sier noe om planlagte og pågående satsinger der Oppland fylkeskommune er motor og initiativtaker innen feltet kulturnæringer og kulturbasert næringsliv, i politikktutforming og for å følge opp allerede vedtatt politikk på området.

5.1 Kulturnæringene som innsatsfaktor i reiselivet og opplevelsesindustrien

Oppland er Norges nest største reiselivsfylke (etter Oslo), og landets største hyttefylke. Ved utgangen av 2010 hadde Oppland 45 000 ferieboliger og 2,9 millioner kommersielle overnattingsdøgn.

Reiselivet representerer ca 8500 sysselsatte, direkte eller indirekte, i Oppland. Dette er ca 10,4 % av totalt antall sysselsatte (TØI rapport 863/2006).

Kulturnæringer og de kulturbaserte næringer er av vesentlig betydning for reiselivets eksistens i Oppland.

Reiselivsnæringen i Oppland henter sitt marked nasjonalt 85 % og internasjonalt 15 %. Av det nasjonale markedet overnatter ca. 46 % i private ferieboliger. Kulturtilbudet er med å avgjøre valg av reisemål, spesielt for det nasjonale markedet og for valg av feriebolig/hytte. Kulturtilbudet ved destinasjonen er også avgjørende for hvor lang tid den reisende velger å tilbringe ved reisemålet. Dette gjelder om den reisende besøker reisemålet i egen hytte, ved en kommersiell reiselivsbedrift eller besøker slekt og venner.

Interessen for Norge i det internasjonale markedet er først og fremst knyttet til norsk natur (Innovasjon Norge, Optima undersøkelse 2007). Det er nesten uavhengig av hvilke land turistene kommer fra. Når den internasjonale turistene derimot er ankommet reisemålet, er kulturtilbudet og tradisjonene viktige trivselsfaktorer og avgjørende for gjenkjøp eller i hvor stor grad den reisende anbefaler reisemålet videre.

Kulturtilbudet må være minst av høy nasjonal kvalitet og/eller særegent for at den reisende skal velge reisemålet med utgangspunkt i kulturtilbudet (ØF rapport nr. 12/2010). I Oppland er Peer Gynt teateret ved Gålå et eksempel på dette. For at kulturtilbudet skal skape vekst i reiselivsnæringen er det derfor av betydning at kulturtilbudet representerer nasjonale og internasjonale kjente aktører. Mindre kjente aktører skaper først og fremst lokal tilslutning.

Det nasjonale markedet, og spesielt turistene i private ferieboliger, benytter kulturtilbud som teater, konserter, festivaler, museer og landbruksbaserte opplevelser, slik som *barnas gård* og *åpen seterdag*. Det er også stigende etterspørsel etter lokalprodusert mat.

Den internasjonale gjesten er mest tiltrukket av severdigheter og museer i tillegg til at interessen for lokalprodusert mat er av stor betydning for dette segmentet. Dersom konserter eller festivaler skal være avgjørende for valg av destinasjon må aktørene eller konseptet være internasjonalt kjent. (Peer Gynt-oppsettingen på Gålå er oppfyller dette til en viss grad, gjennom kjennskap til stykket og Henrik Ibsen som internasjonalt kjent forfatter.)

Lokale og regionale kulturbegivenheter markedsføres lokalt, nasjonalt og internasjonalt gjennom destinasjonsselskapene, og overordna gjennom markedskanalene FjellNorge (www.fjellnorway.com - internasjonalt) og Innovasjon Norge (www.visitnorway.com - nasjonalt og internasjonalt).

Oppland fylkeskommunes reiselivsstrategi *Reiselivspolitik i Oppland fylkeskommune strategi 2008 – 2012* har ikke definert kultur næringer eller kulturbaserte næringers betydning som verdiskaper for reiselivet. Strategien skal revideres i løpet av 2011.

5.2 Pilegrimsleden

Pilegrimsleden er organisert med Nasjonalt Pilegrimssenter i Trondheim som koordinerende ledd. I tillegg er det etablert 5 regionale pilegrimssenter hvorav 3 i Oppland: Granavollen, Dale-Gudbrands Gard og Dovrefjell. Driften av sentrene er i hovedsak finansiert over statsbudsjettet. Fylkeskommuner og kommuner er også aktive bidragsytere. Endelig arbeidsdeling mellom de involverte nivåene vil bli avtalt i regjeringens strategimelding for Pilegrimsleden som blir lagt ut på høring våren 2011.

Arbeidet med Pilegrimsleden i Oppland skal ha bred faglig tilnærming og rette seg mot brede målgrupper. Pilegrimsvandring langs leden eller likestilt med vandring langs Pilegrimleden. Pilegrimsleden er en arena for møter og dialog mellom ulike livssyn. Pilegrimsleden innbyr til ulike former for indre og ytre reiser og gir rom for stillhet, ro og refleksjon. Religiøst har Pilegrimsleden gjennom Oppland en økumenisk tilnærming. Pilegrimsleden skal være tråden som binder Opplands natur, kultur og historie sammen.

Formål:

- Å sikre at Pilegrimsleden framstår som en sammenhengende og velfungerende turveg gjennom Oppland
- Å gi økt innsikt i Pilegrimstradisjonen og Olavsarven.
- Å løfte fram den lokale natur- og kulturarven som identitetsskapende element og tilføre næringslivet generelt og reiselivet spesielt opplevelser og attraksjoner som bidrar til økt verdiskaping.
- Å fremme folkehelse i et bredt perspektiv – mentalt og fysisk.

5.3 Kunstpolitikk i Oppland

Gjennom dokumentet *Kulturpolitikk for Oppland* (FT-sak 18/2009) er Oppland fylkeskommunes kunstpolitikk kort definert. Det er lagt vekt på kunstens egenverdi, og rolle som kritisk og spørsmålsstillende kraft som utfordrer og utforsker tilværelsen og samfunnet. (...) *Det er derfor grunnleggende å legge til rette for at kunstnere med ulike forutsetninger kan virke i samfunnet. Slik får flere menneskers erfaringer og tanker plass i kunstens forestillingsverden.*

Det er formulert et mål for kunstpolitikken at Oppland skal ha et rikt kunstliv av høy kvalitet. Dette målet skal nås blant annet gjennom å legge til rette for at profesjonelle kunstnere kan bo og virke i fylket. Det skal stimuleres til økt bredde og mangfold i fylkets kunst- og kulturliv. Et annet forslag til tiltak er å bidra til gode visningssteder, arenaer og møteplasser.

Oppland fylkeskommune kanaliserer i første rekke sine virkemidler til produksjon av visuell kunst og kunsthåndverk gjennom Kunstnersenteret i Oppland (KiO). KiO eies og drives av de fagorganiserte billedkunstnere og kunsthåndverkere i Oppland fylke gjennom Billedkunstnere i Oppland (BKO) og Norske kunsthåndverkere region Øst (NKØst). Oppland fylkeskommune dekker i all hovedsak driften av senteret og bevilger tilskudd til flere utstillingsprosjekter og kompetansehevende tiltak i regi av KiO.

Oppland fylkeskommune deler ut arbeidsstipend til utvalgte kunstnere. I tillegg har det i mange år blitt bevilget kunstnerstipend til kunstnere innenfor alle sjangere (også musikk, film, litteratur og scenekunst) for å stimulere til utvikling av nye prosjekter. Gjennom Den kulturelle skolesekken er Oppland fylkeskommunen den største arbeidsgiveren i fylket for profesjonelle utøvere.

En politisk gjennomgang av Oppland fylkeskommunes kunstnerpolitikk for å styrke den visuelle kunsten og kunsthåndverkets rolle som uttrykk, som næring og som innsatsfaktor for etablering og bosetting er etterspurt. Dette vil også kunne bidra til å gjøre Oppland mer attraktivt for kunstnere å etablere seg i.

5.4 Film i Innlandet

Felles fylkesting for Hedmark og Oppland fylkeskommuner vedtok i juni 2006 satsing på profesjonell filmproduksjon i Innlandet. Denne satsingen gjøres gjennom selskapene Film3 AS og Østnorsk filmsenter AS. Begge selskapene er lokalisert på Lillehammer. Film3 AS forvalter fondsmidler for satsing på TV-produksjoner og spillefilmer. Østnorsk filmsenter AS har ansvar for kortfilmer, dokumentarfilmer, satsing på barn og unge og faglig utviklingsarbeid i regionen. Begge selskapene får egne tilskudd via statsbudsjettet med krav om likt tilskudd fra regionen.

Satsing på film tilfører regionen kompetanse innen film- og TV-produksjon. I tillegg legger hver enkelt innspilling i regionen igjen betydelige beløp hos lokalt næringsliv. Både for overnatting, bespising og ikke minst lokale håndverkere, statister og andre medvirkende. Samtidig utløser hver satset kroner på film og TV i regionen, etter bransjens egne tall, minst det tredobbelte brukt i regionen av eksterne penger.

Snowball-prosjektet i Lillehammer-regionen er et eksempel på bevisst bruk av filmsatsing relatert til markedsføring og utvikling av reiselivsprosjektet. Regionen jobber blant annet med destinasjonsprofilering gjennom TV-produksjoner i forbindelse med V-cup og andre internasjonale idrettsarrangementer. I 2010/-11 er *Snowball* inne i to større prosjekter for å jobbe ut gode systemer for å ta imot produksjonselskaper som ønsker å produsere i vår region. Dette er spillefilmen *Kong Curling*, av og med Atle Antonsen, og TV-serien *Lilyhammer*, en humoristisk spenningsserie på, i utgangspunktet, åtte episoder. Serien har ambisjoner om 1 million seere i Norge, og den er tenkt solgt til utenlandske TV-selskaper.

I Fylkesting 28.04.09, FT-sak 13/09, ble filmsatsingen i Innlandet vedtatt videreført.

5.5 Musikkfylket Oppland

Oppland har et rikt musikkliv, med profesjonelle utøvere innen mange sjangre. Det er mange arrangører – både festivaler, kulturhus og arrangørorganisasjoner – som gir et jevnt og godt konserttilbud til Opplands befolkning. Det er imidlertid ikke vanlig å se denne virksomheten som en næring. En enkel kartlegging som ble gjort i Gjøvikregionen viste imidlertid at musikknæringene i seg selv har en størrelse og et vekstpotensial som er stort om man vil satse bevisst på denne næringen. I sommermånedene trekker musikk/scenemiljøene i Gjøvikregionen over 60 000 publikummere til ulike arrangementer. Det er estimert en samlet årlig omsetning innen musikknæringene i Gjøvikregionen på drøyt 100 millioner kroner.

Med utgangspunkt i dette arbeider regionen med å etablere *Musikkregion Gjøvik*, for å videreutvikle musikk-satsingene i regionen og kunne fungere som nettverksbyggere for musikere i hele innlandet. Oppland fylkeskommune har vært med på arbeidet med Musikkregion Gjøvik og ønsker å være med på å utvikle denne satsingen i et treårig prosjekt.

Austnorsk folkemusikksenter er etablert på Fagernes. Senteret arbeider med kompetansetiltak rettet mot både arrangører og musikere. De er koblet til Rytmisk Kompetansesenter Østlandet (RKØ) og har hele Østlandet som nedslagsfelt.

Oppland fylkeskommune har i dag to toårige arbeidsstipend for profesjonelle musikere. Stipendordningen skal gi musikerne et bedre grunnlag for sin virksomhet som frilansmusikere, og samtidig gi musikklivet og publikum i Oppland tilgang på profesjonelle musikertjenester. I tillegg har det annet hvert år vært utlyst produksjonstilskudd til musikkproduksjoner. Stipend og produksjonstilskudd har hatt en årlig totalramme på 275 000 kroner. Det har tidligere vært gitt tilskudd til to musikkensembler i Oppland: Valdres folkemusikkgruppe og Lillehammer blåsekvintett. Musikerordningene var i stor grad finansiert av midler fra Rikskonsertene. Når denne støtten falt ut opphørte støtten til musikkensembler i Oppland.

Det vil være interessant å se potensialet i hele Oppland innenfor musikknæringene. Sannsynligvis er det denne kunstnergruppen som er størst i Oppland, men samtidig er det rettet få virkemidler mot denne gruppen. Det vil derfor være viktig å gjøre et arbeid for å se på musikk som næring i Oppland; musikknæringen i seg selv, men også den betydningen musikk har for andre satsingen innen kultur og næring.

5.6 Scenekunst

Oppland fylkeskommunes politikk for scenekunst ble vedtatt i juni 2010 – *Scenekunstmelding for Oppland*, vedtatt i Fylkestinget FT-sak 31/10. I forbindelse med opprettelsen av Teater Innlandet kom det fram et politisk ønske om en felles scenekunstopolitikk for både Hedmark og Oppland. Planen skulle se på alle deler av scenekunsten i de to fylkene, også amatørteater. Ut fra dette skulle en også kunne bidra til en kunstnerisk og organisatorisk videreutvikling av Teater Innlandet.

I scenekunstmeldinga pekes det også på at det er relativt få etablerte kunstnere som utøver scenekunst i Oppland. Fylket er fattig på institusjoner. Mangel på produksjons- og visningssteder og økonomiske virkemidler gjør at det ikke er attraktivt å etablere seg i vår region.

Fylkeskommunen skal ha et spesielt ansvar for den profesjonelle scenekunsten i fylket som del av den samlede kunstpolitikken, konkluderer meldinga. Strategiene som ble vedtatt i dokumentet er blant annet å definere Teater Innlandet som hovedsatsingen på scenekunstfeltet. Oppland fylkeskommune skal ta en mer aktiv rolle som nettverksbygger, veileder, samtalepartner og initiativtaker.

For å få et sterkere virkemiddelapparat er det i scenekunstmeldinga foreslått at eksisterende stipend og ordning med produksjonsstøtte styrkes og utvides til også å omfatte scenekunst. Med ønske om større kunstnerisk aktivitet og etablering av flere arbeidsplasser innen kunstfeltet foreslås som tiltak at det i samarbeid med regionene kan gis tilskudd til større kulturarrangementer, herunder scenekunstoppsettinger som har regional eller nasjonal betydning. Som et annet tiltak søkes avsatt midler som i samfinansiering med aktuelle regioner kan benyttes til etableringstilskudd for, eller samarbeidsavtaler med, enkeltkunstnere eller grupper/kompanier som ønsker å etablere seg i Oppland.

5.7 Talentutvikling og kompetanse gjennom videregående opplæring

Videregående opplæring er inngangsporten til høyere utdanning og til arbeidslivet. I videregående opplæring skilles det mellom studieforbereende eller yrkesfaglig opplæring. De videregående skolene i Oppland gir tilbud innen en rekke fag som direkte går inn i utvikling av ferdighetene til de som viser talent for, eller interesse for, kunstneriske uttrykk.

Det gis tilbud innen musikk, dans og drama på Gjøvik og Vinstra. Vinstra har en folkemusikklinjje som har status som landslinje. 3,2 % av elevene går på dette utdanningsprogrammet. Medier og kommunikasjon tilbys ved Gausdal, Gjøvik, Hadeland og Vinstra videregående skoler. 5,4 % av elevene går på dette programmet.

Design og håndverk tilbys på Dokka, Gjøvik, Hadeland, Lena, Nord-Gudbrandsdalen, Valdres og Vargstad. På Lena tilbys design og håndverk med trearbeid. Interiør og utstillingsdesign tilbys ved Lena, Hadeland og Vargstad videregående skoler. 3,9 % prosent av elevene går på dette utdanningsprogrammet (inkludert frisørutdanningene på Gjøvik og Nord-Gudbrandsdalen). Studiespesialiserende med formgivingsfag tilbys ved Gjøvik og Valdres videregående skoler.

Spesielle tilbud i Oppland

En del av tilbudene som gis i videregående skole i Oppland er studiespesialiserende, men gir samtidig tilbud om fordypingsfag innen kreative og praktiske fag (idrettsfag ikke tatt med her):

- Dokka: studiespesialiserende med kulturaktiviteter (elevene kan velge programfag fra dans)
- Gausdal: vg3 mediedesign med studiekompetanse
- Lillehammer: studiespesialiserende med kulturaktivitet (elever har mulighet til å velge programfag fra musikk, dans og drama)
- Valdres: studiespesialiserende med kulturaktivitet (elever har mulighet til å velge programfag fra musikk, dans og drama)
- Valdres: Idrettsfag med toppidrett akrobatisk scenekunst
- Vargstad: vg3 påbygging til generell studiekompetanse med design og håndverk

Karriere Oppland

Karriere Oppland har som oppgave å informere om kurstilbud og stille lokaler til disposisjon for opplæringsvirksomhet. Karrieresentrene tilbyr i liten grad programfag innen kunst- og kulturfag. OPUS Valdres tilbyr blant annet kurset "Valdresvert". Karrieresenteret OPUS Nord-Gudbrandsdalen tilbyr kurset "Gudbrandsdalsvert".

Gjennom det 2-årige prosjektet (2009-2011) "Nye læringslandskap i Oppland" er et av delprosjektene design og produktutvikling i små håndverksbedrifter. Her er det over fire samlinger gjennomført kurs i design, produktutvikling og markedsforståelse med foredragsholdere som Edel Urstad, Arne og Carlos, Tore Gulden m.m.

5.8 Kulturfestivaler

Oppland fylkeskommune har i mange år hatt en uttalt satsing på kulturfestivaler som en viktig del av fylkets kulturpolitikk. Festivalene er sentrale for opplevelser, profesjonell kulturformidling og stedsutvikling. I tillegg har festivalene hatt en stadig større betydning som næringsvirksomhet og som bidrag til andre næringer i fylket.

Siden 1997 har Oppland fylkeskommune hatt avtaler om flerårige driftstilskudd til et utvalg av kulturfestivaler i fylket. Dette har etter hvert utviklet seg til et mer omfattende samarbeid. Festivalene tilbakemelder entydig at tryggheten som ligger i avtalene har vært verdifull og en grunnleggende forutsetning for festivalenes positive utvikling. Det er politisk flertall for å fortsette å bidra til at festivalene fortsatt kan spille rolle som verdifulle kulturtilbud, som møteplasser og som næringsvirksomhet.

I 2004 ble det gjort et komitéarbeid i Fylkestinget i Oppland om festivalene i Oppland som kulturtilbud og næringsvirksomhet. Det ble vedtatt at fylkeskommunen i sitt samarbeid med festivalene særlig bør stimulere til at den næringsmessige effekten festivalene gir muligheter for, utnyttes bedre. I saksutredningen ble det definert følgende punkter for hvordan denne effekten best kan synes:

- Den gir sysselsetting for et antall personer – hel- eller deltidsbeskjeftigelse. For personer som har sin hovedsysselsetting i andre næringer, for eksempel landbruk, kan deltidsarbeid ved en festival være verdifull tilleggssysselsetting.
- De næringsmessige ringvirkningene ved at den kjøper varer og tjenester for til dels betydelige beløp i fylket. Dette gjelder for eksempel varekjøp, trykksaker, grafiske tjenester, transport, overnatting m.m.
- Det skapes ny næringsvirksomhet som følge av kompetanse utviklet ved festivalene, for eksempel innen lyd, lys, prosjektplanlegging.
- Den er et viktig element i reiselivsproduktet og kan kombineres med konferanser, seminarer m.m.
- Den profilerer Oppland som et kulturfylke og i videre betydning som et aktivt fylke.

I perioden 2010 – 2013 har Oppland fylkeskommune inngått partnerskapsavtale med fem festivalarrangører. I tillegg bevilges betydelig årlig støtte til Norsk Litteraturfestival/Sigrid Undset-dagene og Peer Gynt-stemnet gjennom avtale om knutepunktstatus.

6. Regionenes egenart

Det ligger i Østlandsforskningens anbefalinger og konklusjoner at kulturnæringene best utvikles ut fra regionenes egenart og kompetanse. I stedet for å ta utgangspunkt i en næring eller en gruppe næringer, kan det være fruktbart å se nærmere på regionens (stedets) næringsplattform og den kunnskapsbase denne bygger på. Det er samspillet, ellet det potensielle samspillet, mellom ulike næringer som bør være hovedfokuset i strategiarbeidet. Gjennom å fremme slikt samspill er det mulig å utvikle kunnskapsbaser som utgjør regionale konkurransefortrinn der kulturnæringene spiller en viktig rolle (forenklet illustrert i figur under).

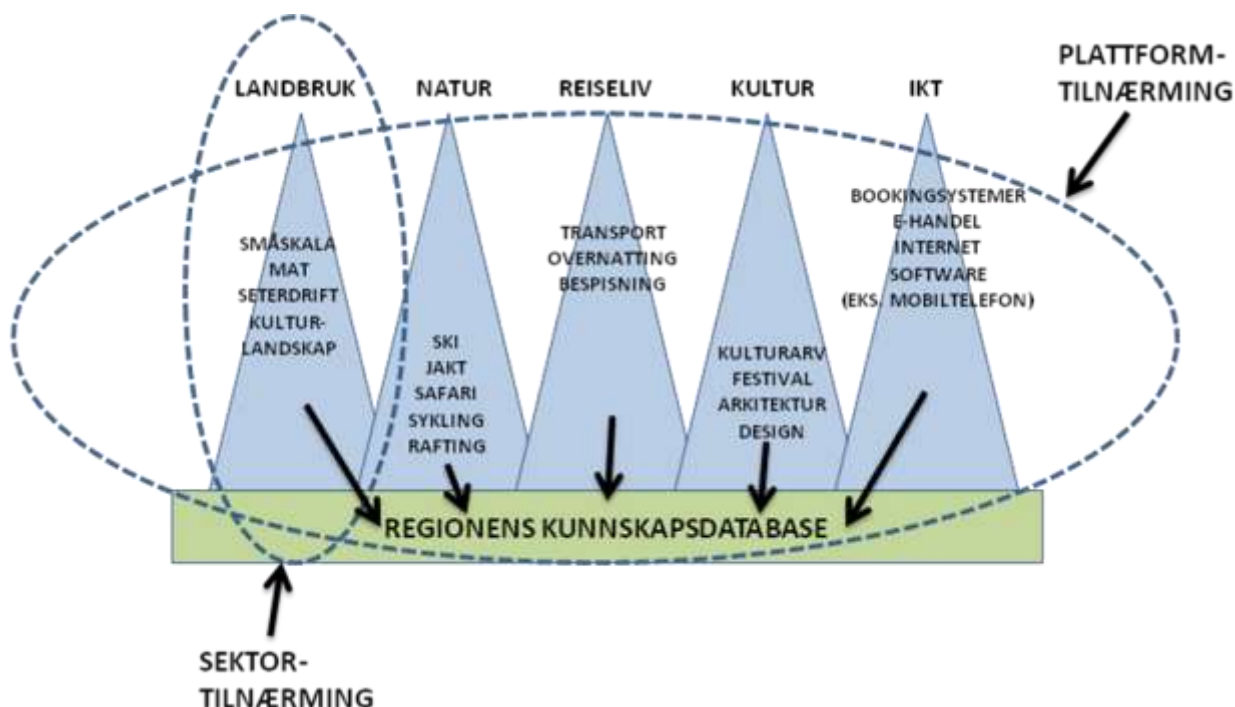


Fig. hentet fra Østlandsforskning. Plattformtilnærming for utvikling av regionale konkurransefortrinn – forenklet illustrasjon basert på Asheim m.fl. 2006.

Satsinger på kulturnæringer og kulturbasert næringsutvikling innenfor en plattformtilnærming krever ikke bare et innovativt næringsliv, men også en innovativ offentlig sektor inklusive politiske myndigheter. Ifølge Bugge og Isaksen (2007) er satsinger på kulturnæringer og kulturbaserte næringer et relativt høyt prioritert område, men satsingene virker tilfeldige. De har ifølge dem sjelden sin basis i uttalte strategier om hva som bør støttes hvor, hvorfor eller hvordan. (ØF-Rapport nr.: 12/2008)

Oppland fylkeskommune ønsker å utvikle en plan for kulturnæringene, og deres rolle som innsatsfaktor i andre næringer, i samarbeid med regionene. Østlandsforsknings erfaring viser, innlysende nok, at det er de landene/ regionene/ stedene som har en tydelig plan og målsetting om satsing på kulturnæringer som har flest nye etableringer og vekst innen feltet. Denne bevisste helhetlige tankegangen er relativt ny i Oppland, noe som også gjenspeiler seg i den lave veksten innen dette feltet.

I forvaltningsreformen som ble iverksatt fra 1. januar 2010 var verdiskaping og sysselsetting basert på lokale og regionale fortrinn og forutsetninger definert som et eget mål. Dette skal sikre det framtidige grunnlaget for velferden i samfunnet.

Samarbeidet med regionene må ligge til grunn for fylkeskommunens arbeid med kulturnæringene. En suksessfaktor må være at utviklingen skjer innenfor regionenes egenart og prioriteringer. Det er utviklet et godt samarbeid mellom fylkeskommunen og kommunene/regionene. Fylkeskommunens rolle er å bidra til ønsket utvikling i regionene gjennom egen tjenesteyting og produksjon. De prioriterte satsingene i hver region synliggjøres i Regionalt Handlingsprogram 2011.

6.1 Valdres

Den regionen i Oppland som kanskje tydeligst har definert en satsing på verdiskaping innen kulturnæringene og opplevelsesnæringene, er Valdres. Gjennom etablering av natur- og kulturparken har regionen spisset en stor del av sin næringsutvikling ut regionens naturlige fortrinn, historie og kultur. Valdres har tatt mål av seg om å bli landets sterkeste regionale merkevare. Øvrige innsatsområder skal bygge opp om dette målet.

Gjennom sitt partnerskap med fylkeskommunen ønsker Valdres å prioritere videreføring av satsingen på Valdres Natur- og Kulturpark. Videreutvikling av reiselivssatsingen er nevnt spesielt i denne sammenheng.

Valdres har allerede kommet langt med sin merkevarebygging. Kulturarven er en tydelig rød tråd i de fleste satsinger.

- Festivalstrategi
- Gards- og stølssatsing
- Verdiskapingsprogram stavkirkene
- Valdresmusea

Reiselivsbasert næringsutvikling er et viktig satsingsområde i regionen. Kombinasjonen av ekstrem natur, kulturlandskap og tradisjonsbaserte kulturopplevelser er viktige faktorer for vekstpotensial i reiselivsnæringen.

Av større kultursatsinger de siste årene kan nevnes Vinjerock på Eidsbugarden og forestillingen *Sol av Isfolket* på Fagernes (Valdres folkemuseum). Jørn Hilme-stemnet, Strunkeveko og Valdres Sommersymfoni mottar partnerskapsavtale med Oppland fylkeskommune, i tillegg til Vinjerock. I tillegg er det en rekke små og store festivaler som arrangeres i valdreskommunene. Regionen har en egen festivalstrategi som flere av disse inngår i et festivalnettverk. Her er også Norsk Rakfiskfestival, Beitosprinten og Landbruksdagen i Valdres med, i tillegg til flere av de tidligere nevnte. Det er også krefter som jobber for å etablere en ny, større festival for pop og rock på Beitostølen - *Trollrock*.

Flere viktige institusjoner og organisasjoner er etablert i Valdres, som for eksempel Norsk Institutt for Bunad og Folkedrakt og Aust-Norsk Folkemusikksenter. Norsk Institutt for Bunad og Folkedrakt er et nasjonalt kompetansesenter som arbeider med dokumentasjon, forskning og formidling av folkedrakt og bunad. Aust-Norsk Folkemusikksenter ble etablert med tanke på å styrke rammene og heve kompetansen for profesjonelle musikere og arrangører innen det rytmiske musikkfeltet.

Relevante prioriteringer i RHP 2011:

- Videreføre Valdres Natur- og Kulturparksatsingen
- Videreutvikle reiselivssatsingen i Valdres
- Arbeide for gode rute- og chartertilbud på Fagernes lufthavn

6.2 Lillehammer

Lillehammer Kunnskapspark (LKP) i samarbeid med Kunnskapsparken Hedmark ga i 2004 ut rapporten *Kultur- og opplevelsesnæringer i Innlandet*. Rapporten ble finansiert av Omstillingsprogrammet for Innlandet. Selv om tiden har gått noe fra denne rapporten så gir den likevel et greit overblikk over sentrale satsinger innen kulturnæringene, også med en oversikt over hvilke områder kommunene i Oppland prioriterer. Definisjonene er ikke direkte overførbare til denne strategiplanen. LKP har sidestilt reiseliv og sport med kulturnæringer og bruker ikke begrepet *kulturbasert næring*.

Satsing på dette feltet har blitt videreutviklet mye siden 2004, og Lillehammerregionen har i mange henseende blitt en foregangsregion og et utstillingsvindu når det gjelder satsing på kulturnæringer og kulturbasert næringsliv. *Fabrikken* på Lillehammer har blitt et foregangsprosjekt innen kulturnæringene. 40 bedrifter med over 60 ansatte har etablert seg i dette næringsmiljøet for kreative og kulturbaserte næringer. Visjonen for Fabrikken er å bidra til at virksomhetene skal ha større mulighet til å nå ut i markedet, nå nye markeder, styrke virksomhetens eksistensgrunnlag og bidra til at regionen blir mer attraktiv.

Lillehammerregionen har jobbet mye med å lage verktøy for synergieffekten mellom ulike næringer. Gjennom prosjektet *Snowball* har regionen satt seg som mål å gjøre Lillehammerregionen til Europas mest komplette region for vintersport og opplevelser. Gjennom satsingen ønsker regionen å profilere seg som nasjonalt og internasjonalt helårs reisemål.

I sin handlingsplan for 2011 har Lillehammerregionen også definert landbruk som ledd i en overordnet satsing. *Mer GLØd* er en treårig videreføring av næringsutviklingsprosjektet *Ny GLØd*. En definert satsing på blant annet kulturlandskap og seterturisme inngår i regionens helhetlige fokus på opplevelsesnæringene.

Gjennom RHP 2011 defineres gjennomføring av *Snowball* og avklaring om filmsatsingen i regionen som prioriterte satsingsområder.

- *Snowball* – Europas mest komplette region for vintersport og opplevelser
- Merkevarebygging gjennom film og tv
- Arrangementsutvikling
- Samlokalisering kreative næringer

Lillehammerregionen har i tillegg relativt stor tetthet av sentrale institusjoner og arrangementer som må nevnes i denne sammenheng: Lillehammer Kunstmuseum, Maihaugen med dikterhjemmene Bjerkebæk og Aulestad, Norsk Litteraturfestival, Dølajazz, Høgskolen i Lillehammer, Den norske filmskolen m.m.

6.3 Hadeland

Hadeland har lang tradisjon med innovasjon knyttet til kulturnæringene, og da kanskje med Hadeland Glassverk som fremste aktør. Andre profilerte satsinger er Kistefos-Museet og spelet om Bronsebukkene. Det mest sentrale "fyrtårnet" i denne sammenheng er likevel det pågående arbeidet med utvikling av kulturnæringer knyttet til Granavollen, med nasjonalt pilegrimssenter, merkevarebygging og bedriftsnettverket Historiske Hadeland.

Historiske Hadeland er en fellesbenevnelse for en gruppe kulturbaserte tilbud og reiselivsrelaterte virksomheter. Utgangspunktet for satsingen er et samarbeid mellom bedrifter i området Granavollen, Tinglestadhøgda og Røykenvik. Hensikten med tiltaket er å markedsføre regionen og, i følge satsingens hjemmeside, alle små og større juveler som finnes i området. Andre bedrifter som naturlig hører hjemme under Historiske Hadeland-profilen kan etter hvert slutte seg til.

Initiativtaker er Utviklingsprosjekt Granavollen (eiet og drevet av Gran kommune) og arbeidet er støttet av Innovasjon Norge.

Randsfjordmuseene er en viktig sammenslutning for de historiske samlingene i regionen. Randsfjordmuseene AS er en felles administrativ enhet for Hadeland Folkemuseum, Hadeland Bergverksmuseum, Lands Museum og Kittilbu Utmarksmuseum. Randsfjordmuseenes geografiske virkeområde er Randsfjordvassdraget med kommunene Gausdal, Nordre Land, Søndre Land, Gran, Jevnaker og Lunner.

Relevante prioriteringer i RHP 2011:

- Profilere Hadeland som en attraktiv tilflyttings- og etablererregion
- Videreutvikle reiselivssamarbeidet med Ringerike

6.4 Gjøvik

I sin strategiske plan for perioden 2009 – 2012 har Gjøvikregionen vedtatt en visjon om at regionen skal ha det beste bo- og aktivitetstilbudet for trivsel, kreativitet og faglig kompetanse. Kultur- og opplevelsestilbud nevnes som sentralt i forbindelse med omdømmebygging og bolyst.

Sammenkoblingen av næringsliv, industri og kompetansemiljøer på Kallerud i Gjøvik er spennende. Høgskolens standard er høy. Studietilbudet innen IT, teknologi og mediafag gir et høyt potensial for utvikling av teknologibasert opplevelsesindustri. Høgskolen tilbyr blant annet studietilbud innen spillprogrammering.

Gjøvikregionen har en stor tetthet av etablerte musikere. Regionen har høy kompetanse innen arrangement og teknisk utstyrsleveranse. Blant større, kjente kommersielle underholdningsarrangement i regionen er Urbane Totninger på Kapp og Sommerslagere på Gjøvik. Regionen har etablering av Musikkregion Gjøvik som en av sine hovedprioriteringer. Høsten 2010 ble det ferdigstilt et forprosjekt for satsingen, med tre hovedmål: etablere et kompetansemiljø i regionen, ha fokus på økt bruk og bedre tilrettelegging av arenaer og møteplasser, skape bevissthet om verdien av musikkopplevelser og musikkutøvelse.

1. januar 2006 ble de tre museene Stiftelsen Toten økomuseum og historielag, Gjøvik historiske samlinger og Mjøsamlingene på Minne slått sammen til Mjøsmuseet AS, og museets virksomhet strekker seg over hele Mjøsas vestre bredd. I sammenslutningen inngår Kapp Melkefabrikk, Holmen Brænderi på Gjøvik og Mjøsamlingene på Minnesund.

Relevante prioriteringer i RHP 2011:

- Attraksjonsutvikling og omdømmearbeid – herunder utvikling av Musikkregion Gjøvik.
- Tilrettelegge for å utvikle nasjonalt kraftsenter for innovasjon og nyskaping (NCE – Høgskolen i Gjøvik).
- Profilere bo- og livskvalitetene i regionen og gjøre disse kjent.

6.5 Midt-Gudbrandsdal

Den kulturbaserte næringsutviklingen i Midt-Gudbrandsdal står sterkt i bevisstheten hos næringene, i kommunene og i regionsamarbeidet. I 2011 har regionen tilsatt en prosjektmedarbeider i 100 % stilling, som skal følge opp prioriterte tiltak i prosjektet *Midt i Gudbrandsdalen 2020*. Prosjektet har fokus på bolyst og omdømme, og stillingen skal blant annet ha fokus på merverdi og ringvirkninger av arrangement i regionen. Nærings- og samfunnsøkonomisk verdiskaping er sentralt.

Peer Gynt AS er en av flere sentrale utviklingsaktører innen opplevelsesnæringen i Midt-Gudbrandsdal. Countryfestivalen, Titanofestivalen og Rudi Gard er også godt kjente aktører. Regionen jobber sammen med Countryfestivalen på Vinstra for å få status som knutepunktfestival. Peer Gynt-stemnet har hatt status som knutepunkt for festivaler med fokus på scenekunst.

Stavkirken og prestegården på Ringeby er sammen med Gålå, Kåja Messeområde og Rondane Høgfjellscene blant flere interessante arenaer for kultur- og opplevelsesnæring.

Reiselivsbasert næringsutvikling, hyttebygging, hoteller og andre overnattingssteder er viktige stikkord for satsingsområdene i regionen. Kulturlandskapet rundt Dale-Gudbrands gard er blant de rikeste i Norge (kilde: Kunnskapsparken Hedmark/ Lillehammer Kunnskapspark 2004). Regionrådet er sentrale i satsingen på Peer Gynt huset på Vinstra. Peer Gynt AS er lokalisert her, og eier huset, men det er en målsetting at dette skal være et hus for samlokalisering av kreative næringer. Fabrikken på Lillehammer er modell for etableringen. Regionrådet ønsker på sikt å jobbe mer med samlokaliseringsmodeller på Ringebru/Fåvang.

Relevante prioriteringer i RHP 2011:

Styrking av kultur- og opplevelsesnæringer ved:

- Samlokaliseringer
- Utvikle arrangement som gir merverdi/ringvirkninger for hele regionen
- Styrke Ringebru som opplevelses- og kultursenter

6.6 Nord-Gudbrandsdal

Nord-Gudbrandsdal er *Nasjonalparkriket*. Nasjonalparkriket er et regionalt næringsutviklingsprosjekt for Nord-Gudbrandsdal, med reiseliv, landbruk og servicerelaterte næringer som hovedsatsingsområde. Innenfor regionen ligger deler av fem nasjonalparker, og det er regionens utgangspunkt og bruke et slikt fortrinn til å bygge opp en unik konkurranseprofil. Elementer i et helhetlig reiseprodukt er lokale mattradisjoner, kulturlandskap, kulturminner, kulturarrangement og levende lokalsamfunn.

Kulturlandskapsprosjektet i Nord-Gudbrandsdal har som mål å finne fram til skjøtsel og forvaltning av de nasjonale verdifulle kulturlandskapa i regionen. Det biologiske mangfoldet skal opprettholdes, landskapsopplevelsen skal ivaretas og kulturmiljøer og kulturminner skal være synlig og tilgjengelige. Sentrale institusjoner og kulturarenaer i regionen er Jørundgard Middelaldersenter i Sel, Fjellmuseet i Lom, Steinsenteret, Regionalt Pilegrimsenter på Dovre og Bygdetunet på Lesja. Seksten tidligere selvstendige museumsenheter i Nord- og Midt-Gudbrandsdal ble i 2003 og 2008 konsolidert under sammenslutningen Gudbrandsdalsmusea AS. Matkultur står sentralt i utviklingsarbeidet i regionen, likeledes håndverkstradisjoner. Blant kultursatsinger som har potensial til å bli sentrale i utvikling av regionen er Kristinspelet på Sel og Eventyrfestivalen i Heidal.

Klimapark 2469 er under etablering i området rundt Galdhøpiggen og Juvasshytta. Prosjektet har som visjon å utvikle en unik arena for formidling, forskning og verdiskaping knyttet til klimaendringer, kulturminner og høyfjellsnatur i et langtidsperspektiv. Klimaparken skal først og fremst bidra til økt kunnskap om klimaendringer og utfordringer knyttet til dette. Satsingen vil også kunne føre til profilering av regionen og økt verdiskaping med basis i natur- og kulturarv.

Relevante prioriteringer i RHP 2011:

- Videreutvikle satsingen rundt Nasjonalparkriket.
- Offensiv satsing for å få etablert flere arbeidsplasser i regionen.
- Skape optimisme og godt omdømme i regionen.



7. Relevans til annet planarbeid

7.1 Verktøy for verdiskaping innen natur- og kulturparker

Statsbygg bestilte i 2008 en rapport fra Østlandsforskning der formålet var å beskrive og vurdere metoder som kan være aktuelle for å måle verdiskaping knyttet til kulturminner. Her er det lett å se for seg at slike metoder kan formes til også å gjelde andre kulturnæringer. Rapporten understreker at verdiskapingsbegrepet brukes veldig forskjellig i forskjellige sammenhenger, men det er likevel en del nyttige betraktninger i rapporten som er relevante dersom Oppland fylkeskommune skal jobbe videre med å lage egne modeller.

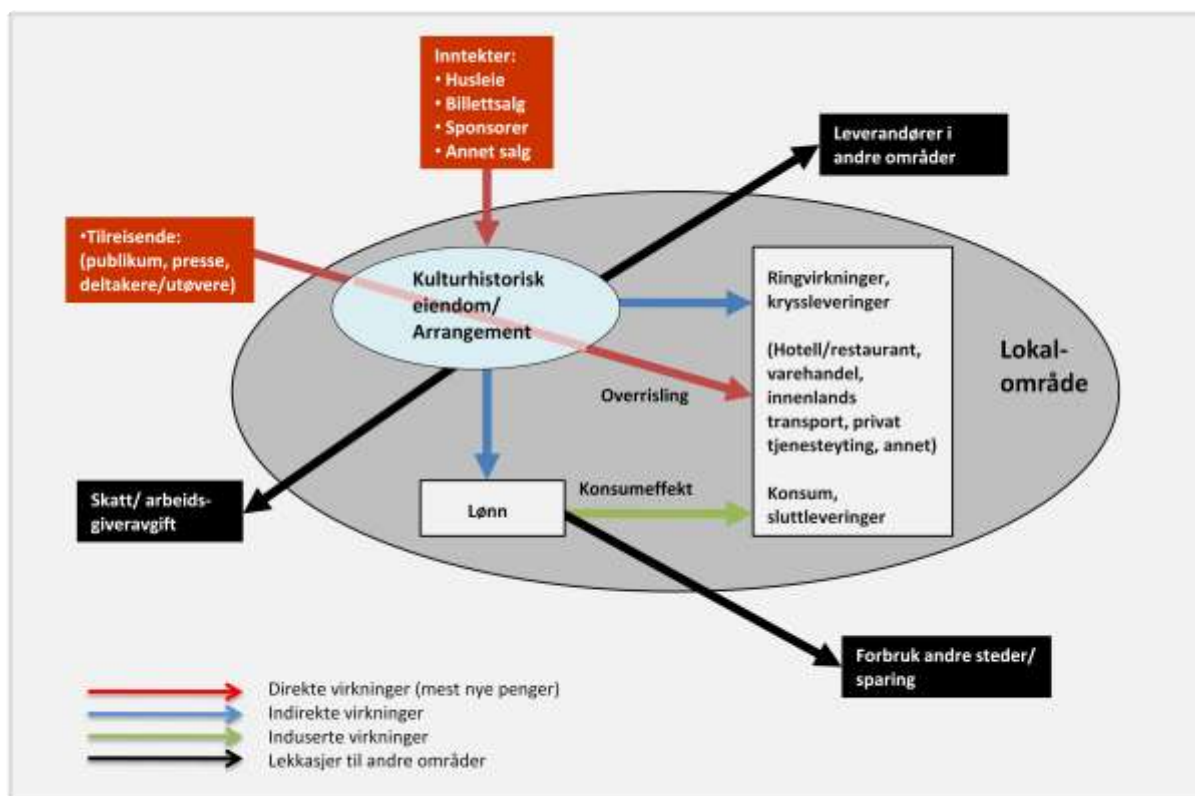
Rapporten lister blant annet opp tre elementer som det er vanlig å dele opp ringvirkninger i ved regionaløkonomiske analyser. Disse er aktuelle å bruke om det gjelder besøk i museer, festivaler eller ved filmproduksjon:

- Direkte effekter av økt etterspørsel og økt produksjon, blant annet overrisslingseffekter.
- Indirekte effekter i underleverandørbedrifter (produksjonsgenererte effekter).
- Induserte effekter, økt etterspørsel som følge av at inntektene i regionen øker (konsumgenererte effekter).

Med tanke på ringvirkninger vil det beste være at alle kunder kommer fra andre regioner, mens alle underleverandører er interne, dvs. de er lokalisert i samme region som den virksomheten vi vil måle ringvirkningene av. Minst ringvirkninger vil vi få hvis en virksomhet baserer seg på lokale kunder/publikum, men har eksterne underleverandører. Et eksempel på dette er kulturarrangementer basert på eksterne kunstnere/artister, og som retter seg mot et lokalt publikum. (ØF-rapport nr. 08/2007)

(Se modell neste side.)

Pengestrømmer generert av aktiviteter i/ved en kulturhistorisk eiendom, ev. et arrangement.



Kilde: Ericsson og Vaagland, Østlandsforskning (2002, 2005)

I oktober 2010 (FT-sak 40/2010) vedtok Fylkestinget i Oppland å starte opp program for verdiskaping og innovasjon på natur- og kulturarv i Oppland. Arbeidet er tenkt politisk gjennomgang med endelig vedtak før september 2011.

Oppland har store verdier knyttet til natur- og kulturarv og gode erfaringer med involvering og arbeid med verdiskapingsprosjekter. Med disse gode erfaringene bør det ligge godt til rette for en ytterligere styrking av dette feltet i Oppland.

Programmet, slik det er tenkt, vil kunne bli en direkte oppfølging av flere av de overordnede retningsvalgene i Opplands regionale planstrategi, jf. følgende stikkord: Kompetanseutvikling, FOU, stedsutvikling, folkehelse og universell utforming, bærekraftig reiseliv, landbruks- og fjellpolitikk, bruk og vern, klimatiltak og nasjonal oppmerksomhet på Opplands muligheter. En slik bred tilnærming viser også at store deler av fylkeskommunens apparat vil kunne være delaktig i et slikt programarbeid.

Fylkestinget ga i møte den 7. desember 2010 sin tilslutning til det fremlagte strategidokumentet *Framtidas museum i Oppland - Perspektiver og strategier mot 2015* og vektla at museenes rolle som kompetanse- og samfunnsinstitusjoner styrkes ved at museene aktivt deltar i regionale utviklingsprosesser, kulturminnearbeid og verdiskaping blant annet i samarbeid med reiselivsnæringen og gjennom sine fortrinn gjør seg gjeldende i pågående samfunnsdebatter.

7.2 Annen fylkespolitisk forankring og relevante planer

Det er en rekke vedtatte satsingsområder og strategier og vedtatt politikk på dette området som er aktuelt. Under gis en kort presentasjon av enkelte prioriteringer som ikke er omtalt tidligere i dokumentet. Disse vil få, eller kan få, økt aktualitet i en videre satsing på kulturnæringene og de kulturbaserte næringene.

● **Næringshageprogram**

I 2011 ble det nye næringshageprogrammet lansert. Fylkeskommunene og Kommunal- og regionaldepartementet (KRD) er eiere, mens SIVA er operatør. Næringshageprogrammet er et distriktpolitisk virkemiddel som skal bidra til økt nasjonal verdskaping, primært innenfor det distriktpolitiske virkeområdet. Dette skal skje gjennom tilrettelegging for utvikling av kunnskapsarbeidsplasser innenfor eksisterende næringsliv og etablering av nye bedrifter.

En næringshage er et utviklings- og nyskapingmiljø bestående av bedrifter, som gjennom et eget selskap - Næringshagen AS - ønsker å videreutvikle kunnskapsarbeidsplasser i regionen. Ved opptak i programmet må miljøet bestå av minimum fem eksisterende bedrifter, eller bedrifter i etableringsfasen med til sammen 10 ansatte. Miljøet må ha et sannsynliggjort potensial for det dobbelte. Næringshagen AS skal ha en daglig leder (utviklingsressurs) som har fokus på bedriftsrettet innovasjonsaktivitet.

Etablering av næringshagemiljø skal skje i samarbeid med SIVA. Det forutsettes at man kan dokumentere at det er et godt fundament for etablering av Næringshage.

Kulturnæring og kulturbaserte næringer er viktige satsingsområder for samtlige næringshager i Oppland, som igjen vil være med å styrke næringshagenes arbeid framover.

● **Virkemidler for regional forskning og innovasjon (VRI)**

VRI-Innlandet er et regionalt forsknings-, utviklings- og innovasjonsprogram for fylkene Hedmark og Oppland (Innlandet). Det består av et hovedprosjekt, som arbeider med ulike utviklings- og samhandlingsaktiviteter mellom næringsliv, virkemiddelapparatet og FoU institusjoner, og et forskerprosjekt. Prosjekteier for hovedprosjektet er Hedmark og Oppland Fylkeskommuner. Hedmark fylkeskommune vil på vegne av de to fylkeskommunene ivareta det formelle oppfølgingsansvaret for VRI-arbeidet.

Prosjektet har bygget bro og stimulert samhandling og kunnskapsflyt mellom bedrifter, forskningsmiljøer og offentlig sektor i regionen. Arbeidet har i betydelig grad bidratt til mer FoU-orienterte og FoU-kompetente fylkeskommuner, til at FoU-miljøene har fått økt fokus på regionale utfordringer og FoU-behov, til økt samarbeid mellom Østlandsforskning og høgskolene og til et mer FoU- og samhandlingsorientert næringsliv. Videre har man på ulike måter arbeidet for å mobilisere til forskningsbaserte utviklingsprosjekter i bedrifter, nettverk og regioner.

Kultur- og opplevelsesnæringene har vært i stor vekst, og er relativt tett koplet med reiseliv. VRI bistår arbeidet med å utvikle tettere samarbeid og innovasjon i næringene.

Fylkeskommunene har en ny VRI- søknad til vurdering hos Forskningsrådet. Dersom søknaden blir godkjent vil Innlandet fortsette med VRI satsingen frem til og med 2013.

● **Innovasjonsstrategi for Oppland**

Med bakgrunn i Oppland fylkeskommunes styringsdokumenter, Regional planstrategi og Regionalt handlingsprogram skal Innovasjonsstrategi for Oppland bidra til:

- Stor innovativ kraft og etablererevne. I dette ligger også forventninger til at staten gjennom en helhetlig og regionalisert virkemiddelbruk legger til rette for mer forpliktende samarbeid mellom ulike aktører innen forskning, utdanning, næringsliv og offentlige institusjoner.
- At næringslivet sikres rammebetingelser som fremmer innovasjon og nyskaping.
- At det skal legges til rette for sterke og robuste innovasjonsmiljøer i Oppland

Følgende satsingsområder vil være fortrinn og mulighetsområder for Oppland i et innovasjonsperspektiv:

- Industrien i Oppland
- Reiselivet i Oppland
- Bioenergisatsingen i Oppland
- Landbruket i Oppland
- De kultur- og opplevelsesbaserte næringene i Oppland
- Informasjonssikkerhetsmiljøet i Oppland

Fylkeskommunene vil i kraft av sin nye eierandel i Innovasjon Norge få mulighet til å påvirke sammensetningen av representanter som skal delta på foretaksmøter, hvem som skal sitte i hovedstyret og i de regionale styrene. Fylkeskommunene skal gjennom eierskapet få økt innflytelse på utviklingen av den nasjonale regional- og næringspolitikken. Til tross for at fylkeskommunene allerede er en viktig bidragsyter og oppdragsgiver for Innovasjon Norge, har en slik innflytelse manglet. Overtakelsen av eierandelene vil således styrke fylkeskommunens rolle i det strategiske og samordnende arbeidet med næringsutvikling i sin region.

Felles eierskap skal videre legge til rette for videreutvikling av en desentralisert organisasjon. For fylkeskommunen skal det bidra til å gi et bedre verktøy for å utøve sitt ansvar og mandat som regional utvikler, og bidra til å løfte regionale utviklingsmuligheter opp på nasjonalt nivå.

● **Planstrategi for Oppland**

Regional planstrategi (2010-2011) er et overordnet politisk styringsdokument for Opplands-samfunnet. Planstrategien er utarbeidet i tett samarbeid med kommuner, statlige organer, organisasjoner og institusjoner. Planstrategien skal konkretiseres gjennom planstrategiforum der alle regionrådslederne er representert. Regionalt planstrategiforum skal gi anbefalinger til fylkestinget om hvilke tema som bør være gjenstand for videre regional planlegging.

- **Regionalt Handlingsprogram**

Regionalt Handlingsprogram 2011 er en oppfølging av Regional planstrategi 2010-2011 og gir tydelig retning for ønsket utvikling i Opplandssamfunnet. (Hvordan planstrategi og oppfølging av den blir arbeidet med etter 2011 er ikke avklart da denne strategiplanen ble skrevet.)



8. Virkemiddelapparatet

I rapporten som ble utgitt av Nærings- og handelsdepartementet i 2010, *To mål – to midler – økt kunnskap om virkemidlene for kulturnæringene* var fokus å øke kunnskapen om statlige støttebidrag til kulturnæringene. Rapporten peker blant annet på at tilskuddsordningene som forvaltes av Norsk kulturråd i stor grad bevilges til mottakere som ikke i første rekke har et kommersielt fokus.

På den annen side er det få kunstnere som søker tilskudd fra Innovasjon Norge. Blant utfordringene som trekkes fram er blant annet at kunstnere og kulturentreprenører mangler kommersiell og administrativ kompetanse (økonomistyring, budsjettering, ledelse, markedsføring etc.)

- Innovasjon Norge: Kultur som virkemiddel for økonomi.
- Norsk kulturråd: Økonomi som virkemiddel for kultur.

8.1 Oppland fylkeskommune

Eksemplet over om Innovasjon Norge vs. Norsk kulturråd er relevant også i en fylkeskommunal kontekst. Erfaring viser at kultur- og kulturarvmidlene gis ut fra helt andre motivasjoner, og har andre midler, enn midler som bevilges fra regionalenheten og fra Innovasjon Norge. Ut fra et ønske om å ha en offensiv satsing på kulturnæringene og kulturbasert næringsliv, er det avgjørende å gjennomgå søknadsordninger, kvalitetskriterier og bekjentgjøring av ordninger. Det er også behov for tettere samarbeid mellom fagenhetene internt i fylkeskommunen, og mellom fylkeskommunen og eksterne samarbeidspartnere.

Fylkeskommunens virkemidler rettet mot det profesjonelle kulturfeltet er knyttet opp til politisk vedtatte satsingsområder som film (Film3 og Østnorsk filmsenter), partnerskap med kulturfestivaler, knutepunktinstitusjoner, Teater Innlandet, musikkproduksjon hvor profesjonelle er involvert og produksjoner knyttet opp til formidling i forbindelse med Den kulturelle skolesekken. Det bevilges tilskudd til enkelte andre organisasjoner og faste samarbeid der profesjonelle kunstnere er involvert. Eksempler på dette er Kunstnersenteret i Oppland, Austnorsk folkemusikksenter og Østnorsk Jazzsenter.

Det bevilges årlige kunstnerstipend til profesjonelle kunstnere, og det bevilges 2-årige arbeidsstipend til utvalgte kunstnere og musikere. På grunn av begrenset økonomisk ramme har det ikke blitt utdelt så mange arbeidsstipend som opprinnelig planlagt.

Gjennomføringen av fylkestingets politikk innen regional utvikling er nedfelt i 4-årige partnerskapsavtaler, med kommunene regionvis, og med statlige instanser. I partnerskapsavtalene med kommunene/regionene har OFK forpliktet seg til å bevilge 2,5 millioner kroner til hver region i såkalte partnerskapsmidler. Dette forutsetter 750 000 kroner i egenandel fra kommunene i hver region, til sammen 3,25 millioner kroner. Partnerskapsmidlene er tilretteleggende utviklingsmidler (ikke bedriftsrettede). Midlene skal ikke være en søknadsbasert virkemiddelordning, men gi regionrådene muligheter til å gjennomføre sine prioriteringer innenfor tilretteleggende utviklingsarbeid.

Partnerskapsavtalene med de statlige instansene som får en del av sine rammer fra de statlige midler, og som følges opp med årlige tilsagnsbrevbrev. I tilsagnsbrevene står politiske resultatmål og oppfølging av regionenes profiler i sentrum.

Overordna prioriteringer er:

- Et attraktivt og konkurransedyktig Oppland.
- Utvikling av Opplandssamfunnet gjennom samarbeid med kommuner og regioner.
- Omstilling, entreprenørskap og kompetanseutvikling.
- Til enhver tid ha disponible utviklingsmidler som kan benyttes inn i kreative og innovative initiativ i regionene, i samarbeid med andre aktører fra privat og offentlig virksomhet.

De politiske resultatmålene i RHP er grunnlaget for Oppland fylkeskommunes egne virksomhetsplaner.

Regionale forskningsfond

Regionale forskningsfond Innlandet (RFF-I) ble etablert 1. januar 2010 og er et samarbeid mellom Hedmark og Oppland fylker. RFF-I ble etablert for å gi bedrifter, offentlige virksomheter og FoU institusjoner mulighet til å søke om midler til forskningsprosjekter utenom nasjonale programmer.

Det kan søkes om kvalifiseringsstøtte, forskerprosjekter eller institusjonsprosjekter.

Fylkeskommunene har nedsatt et styre som foretar tildeling basert på innsendte søknader.

Søknadsfristene følger forskningsrådet sine det vil si april og oktober. I 2011 har RFF-I 13,9 mill. kr til disposisjon.

Krav til de som søker er at de blant annet må ha forankring i regionen, forskningen som gjennomføres skal være rettet mot et av satsingsområdene til RFF-I og søker må samarbeide med andre. I handlingsplanen for 2010 – 2011 går det fram at FoU-arbeidet i Innlandet bygger opp under og forsterker allerede etablerte satsinger. Reiseliv og kultur- og opplevelsesnæringen er definert som to av disse satsingene.

Mer informasjon om RFF-I finnes på fondets hjemmeside.

8.2 Innovasjon Norge

Fylkeskommunene eier 49 % i Innovasjon Norge nasjonalt. Oppland fylkeskommune eier 2,7 %. Gjennom eierskapet kan fylkeskommunen påvirke strategiske beslutninger på nasjonalt og lokalt nivå og utvikle bedre samordning av virkemiddelbruken til næringsutvikling i Oppland.

Innovasjon Norge Oppland er fylkeskommunens operative virksomhet for bedriftsfinansiering. IN Oppland skal innenfor sin tildelte ramme, ta hensyn til politiske signaler fra fylkeskommunen basert på årlig tildelingsbrev. Videre forventes at Innovasjon Norge tar innover seg politiske føringer fra fylkeskommunen og regionrådene underveis i året, slik at regionalt viktige bedrifter og satsinger kan få en best mulig vurdering og den mest hensiktsmessige støtte. Innenfor IN sine rammer til bedriftsrettede formål er utfordringene i stor grad knyttet til bedriftsutvikling i sentrale områder, industriutvikling spesielt.

I 2011 tildeler Oppland fylkeskommune en ramme på 34 millioner kroner til Innovasjon Norge Oppland. I tildelingen ligger noen overordna føringer. Blant annet skal IN Oppland ha fokus på satsinger knyttet til verdiskapingsprogram innenfor kulturarven og innenfor kulturbaserte næringer.

Innovasjon Norge har hatt en egen sektorsatsing innenfor kultur og opplevelse fra 2007 og fram til 2011. Statsbudsjettet for 2011 ga Innovasjon Norge mindre penger til administrasjon, noe som betyr at 90 millioner må spares på administrasjonsbudsjettet. I tillegg kom det ingen øremerkede midler til sektoren kultur og opplevelse i statsbudsjettet. Som følge av dette er det besluttet å ha færre sektorsatsinger, og kultur og opplevelsesnæringen vil ikke lenger være egen sektorsatsing.

Konsekvensen av dette er at det ikke vil bli utarbeidet egne strategier for næringen, og det legges heller ikke opp til et økt aktivitetsnivå ovenfor denne næringen. Det vil heller ikke være øremerkede nasjonale midler til sektoren.

Selv om det ikke vil eksistere en egen sektorsatsing, så vil fortsatt gode prosjekter og ideer kunne støttes gjennom de lokale midler Innovasjon Norge har, samt eksisterende sentrale midler som gjelder for alle typer bedrifter. Støtteordninger/tilbud som kan søkes/benytted:

- Etablererstipend – gründere som skal utvikle en forretningsidé og etablere ny bedrift
- Tilskudd til SMB – bedrifter med vekstambisjoner kan søke midler til bedriftsutvikling (kompetanse, konsulentbistand, messedeltakelse, produktutvikling etc.). Dette er mest aktuelt i distrikt på grunn av rammesituasjonen.
- Tilskudd til nyinvesteringer i distrikt som bidrar til nyskaping og økt lønnsomhet.
- Støtte til bedriftsnettverk; SMB med ambisjoner om vekst og nyskaping.
- OFU/IFU – industrielle og offentlige utviklingskontrakter. Bedrifter inngår et samarbeid med en krevende kunde om å utvikle et produkt/tjeneste.
- Lån - spesielt Innovasjon Norges risikolåneordning.
- Kompetansetilbud; etablereropplæring, FRAM (ledelses- og strategiutviklingsprogram), handelstekniske kurs, markedsorientering med flere.
- Rådgivningstilbud; design, IPR, internasjonalisering.

Kriteriene for å komme inn under Innovasjon Norges virkemidler er at prosjektet/ideen bidrar til nyskaping, at prosjektet gir bedriften god/økt lønnsomhet og at vi er utløsende med våre midler for iverksetting av prosjektet. Innovasjon Norge skal ikke bidra med støtte der det kan gi en uheldig konkurransevridende effekt.

Fylkestinget i Oppland vedtok i FT-sak 20/11 innholdet i *Fylkeskommunal eierpolitikk – Innovasjon Norge*. Dokumentet omhandler forventinger, politikk og prosedyrer knyttet til fylkeskommunenes eierskap i Innovasjon Norge. Det som ikke omhandles i dette dokumentet, vil være sammenfallende med regjeringens eierpolitikk.



9. Mål, strategier og tiltak

Mål 1: **Opplevelsesfylket Oppland**

Strategi: **Oppland fylkeskommune skal bidra til å øke verdiskaping, sysselsetting og innovasjon innen kulturnæringene.**

Tiltak

1. Utarbeide verktøy for å måle verdiskapingspotensial i kulturnæringene.
2. Legge til rette for flere næringsklynger for kulturnæring og kulturbasert næringsliv, som for eksempel Fabrikken på Lillehammer og Peer Gynt-huset på Vinstra.
3. Øke kulturaktørens bedriftskompetanse.
4. Videreutvikle satsing på kulturnæring gjennom faglig sterke regioner.
5. Videreutvikle Oppland som et attraktivt reiselivsfylke gjennom bærekraftige natur- og kulturbaserte opplevelser.
6. Være pådriver for at kulturnæringene tas inn i regionale handlingsplaner, også som innsatsfaktor i andre næringer.
7. Bistå regionene med kompetanse og erfaringsoverføring for utvikling av kulturnæring.
8. Stille krav til tilskuddsmottakere innen kulturnæringene om bevissthet om samfunnsøkonomisk lønnsomhet.
9. Utvikle Oppland som reiselivsdestinasjon i samarbeid med aktører i markedet, organisasjonene, regionene og andre.
10. Ha en bevissthet om bruk av lokale leverandører der det er mulig, både for arrangementer i fylkeskommunal regi og der Oppland fylkeskommune er inne med ressurser.
11. Utvikle tydelig politikk for kulturnæringenes betydning som innsatsfaktor for reiselivet, og for reiselivet som aktør i opplevelsesindustrien.
12. Videreutvikle kulturnæringene med mål om økt verdiskaping for reiselivet og, synliggjøre opplevelsesfylket Oppland gjennom destinasjonsportaler som FjellNorge og visitnorway.com og andre relevante markedskanaler.

Mål 2: Kunstnerfylket Oppland

Strategi: Oppland skal være et kunstnerfylke med høy kompetanse og tydelige visjoner der det skal være attraktivt å etablere virksomhet.

Tiltak

1. Legge til rette for økt synliggjøring av fylkets utøvende kunstnere og deres betydning for verdiskaping.
2. Samarbeide med regionene for å skape arenaer for nærings samarbeid spesielt rettet mot unge utøvere.
3. Styrke samarbeidet med de høykompetente fagmiljøene som finnes i fylket, jf. film, teknologi m.m.
4. Utvikle en strategisk plan for talentutvikling og kompetanseheving i samarbeid med høyskolemiljøene og kunstnerorganisasjonene.
5. Synliggjøre kulturnæringenes potensial til lokal og regional verdiskaping.
6. Følge opp Oppland fylkeskommunes Scenekunstmelding, og sørge for at det finnes gode øve- og spillesteder for scenekunst i Oppland.
7. Støtte opp om etablerte institusjoner og visningsarenaer.
8. Utarbeide en egen politisk strategiplan for visuell kunst med fokus på profesjonell virksomhet.
9. Utarbeide en politisk strategiplan for musikk med fokus på profesjonell virksomhet.
10. Markedsføre tydeligere muligheter innen virkemiddelapparatet, forenkle søkerprosesser.
11. Politisk gjennomgang og evaluering av tilbudet som gis innen kreative fag i videregående skole.
12. Videreføre samarbeid med utvalgte kulturfestivaler i fylket.

Mål 3: Kulturarvfylket Oppland

Strategi: Oppland skal være ledende på verdiskaping innen natur- og kulturarv gjennom synliggjøring av næringens potensial til lokal og regional verdiskaping

Tiltak

1. Gjennomføre analyse av forhold som hindrer en optimal næringsmessig utnyttelse av natur- og kulturarven i Oppland.
2. Bidra til målrettede overordna grep for bedre næringsmessig utnyttelse av natur- og kulturarven.
3. Støtte opp om lokal satsing i noen utvalgte områder av høy verdi på natur- og kulturarven.
4. Sammen med kommunene sørge for at Pilegrimsleden framstår som en sammenhengende og velfungerende turveg gjennom fylket, og legge til rette for næringsutvikling langs leden.
5. Bidra til utvikling av de tre regionale pilegrimssentrene i Oppland og aktivitet knyttet til denne satsingen.
6. Internasjonalt samarbeid som verktøy for utvikling og kompetanseheving.

Iverksettelse av strategiene, både når det gjelder innbyrdes prioritering og omfang, må vurderes i forbindelse med den årlige behandlingen av Regionalt handlingsprogram.



OPPLAND
fylkeskommune

