

## Saksgang

Utvalg	Møtedato	Utvalgssak
Lofotrådet	12.-13.12.18	Sak 53/18

Arkivsak ID  
18/1743

Saksbehandler  
Randi Lervik

### sak 53/18 Jakten på Lofoten" - orientering

«Jakten på Lofoten» er navnet på stedmerkeprosjektet for Lofoten. Prosjektet initiert av Lofotrådet etter en mulighetsstudie gjennomført av Snøhetta arkitekter i 2014 kalt Lofoten 2030. I denne saken presenteres utvikling i prosjektet og planlagt videre framdrift gjennom en orientering fra SALT som prosjektleder og Destinasjon Lofoten som prosjekteier. Samtidig presenteres koblinger og samarbeidsmuligheter med andre utviklingsprosjekter i regionen.

Saksdokumenter:

Dok.dato	Tittel	Dok.ID
11.12.2018	Utfyllende informasjon om prosjektet _Jakten på Lofoten_	1452890

Saksopplysninger:

"Hva er unikt for Lofoten?, hva bør vi bygge videre på?, hva bør vi forkaste? Hvilke lokalsamfunn vil vi ha? Hvor ønsker vi å være i 2030?" er alle spørsmål Lofotrådet sammen med Norsk Designråd startet med i 2010. Siden da har det vært arbeidet med et profil- og merkeprosjekt for Lofoten, som i dag i 2018 har utviklet seg til stedsmerkeprosjektet «Jakten på Lofoten», som har som hovedmål å styrke Lofoten som attraktivt bo- og arbeidssted, ved å formidle de egenskaper, fordeler og verdier som er unike for regionen.

Hva har skjedd:

2010 Regional idédugnad med bl.a. Lofotrådet og Norsk designråd – Gimsøy

2011 Vedtak i Lofotrådet om oppstart av forprosjekt (sak 37/11)  
Valg av styrings/arbeidsgruppet til forprosjektet (sak 79/11)  
Eivind Holst (leder)  
Elisabeth Dreyer  
Hege Eilertsen  
Jonny Finstad  
Randi Gregersen  
Tore Johansen  
Sigvald Rist  
Benedicte Wildhagen (Norsk Designråd)  
Geir Kristiansen (Lofoten næringsforum – fra mai 2013)

2013 Oppstart arbeid i styringsgruppen for forprosjekt  
Juli Snøhetta velges som leverandør av mulighetsstudie/forprosjekt.

**Lofotrådet**

Postboks 406, 8376 Leknes  
Tlf.: 76 05 43 75 – Mobil: 958 88 250  
post@lofotradet.no – [www.lofotradet.no](http://www.lofotradet.no)

2014

Januar/Februar Prosjektrapport med mulighetsstudie og film fra Snøhetta presenteres: «Hvordan skape vekst på de egenskaper, fordeler og verdier som er unikt for Lofoten?» Snøhetta konkluderer med at Lofoten har mange av de kvalitetene som skal til for å bygge en sterk merkevare. Imidlertid mener de det mangler

- Et tydelig eierskap
- Kontroll
- Plan for forvaltning av merkevaren

Desember Initiert av Innovasjon Norge presenterer SALT sammen med SISU design og Tind arkitekter konseptskisse for hovedprosjekt. Vedtak i Lofotrådet (sak 44/14):  
"Lofotrådet ønsker å videreføre og ha eierskap til arbeidet med prosjekt Profil- og merkevarebygging i Lofoten. Lofotrådet vil dekke inntil 50% av en kostnadsramme på kr 100.000 for å engasjere SALT til utforming av finansieringsløsning for et hovedprosjekt for profil- og merkevarebygging i Lofoten."

2015

Mai Vedtak i Lofotrådet (sak 8/15):  
«Redegjørelse fra SALT vedr. status for arbeidet med å skape grunnlag for finansiering og videreføring av profil- og merkevareprosjektet i Lofoten tas til orientering.»  
Innovasjon Norge, Sparebank1 Nord-Norge og Lofoten Sparebank går inn som finansører i prosjektet.

2016 Eierskap til prosjektet overdras fra Lofotrådet til Destinasjon Lofoten, ref. sak 49/15. Lofotrådet oppnevner Hans Fredrik Sjørdal som representant i prosjektets styringsgruppe.

2017 Arbeidet med hovedprosjektet igangsettes og har fokus på kunnskapsinnhenting rundt stedsmerkevare, utforming og tilpasning av framdriftsplan, arbeidspakker, innledende aktørkartlegging og kobling mot andre prosjekter.

2018 Mål-, delmål og resultatformuleringene spisses:  
Hovedmål: *å styrke Lofoten som attraktivt bo- og arbeidssted, ved å formidle de egenskaper, fordeler og verdier som er unike for regionen.*

Delmål:

1. Identifisere de egenskaper, fordeler og verdier som er unike for Lofoten som bo- og arbeidssted – fortellingen om Lofoten, de kvaliteter stedsmerkevaren skal bygges på.
2. Utvikle en visuell identitet som skal benyttes i formidling av Lofoten som bo- og arbeidssted.
3. Jakten på Lofoten skal gi innspill til retningslinjer som kan benyttes i stedsutviklingen av regionen.
4. Utvikle en felles nettbasert informasjonskanal (profilering av stedsmerkevaren)
5. Utvikle forretningsmodell for videre drift av Jakten på Lofoten.

Prosjektet endrer arbeidstittel fra «merkevareprosjektet» til «Jakten på Lofoten»  
Det etableres hjemmeside <https://jaktenspalofoten.no/>

Oktober Det etableres felles styringsgruppe for prosjektene «Jakten på Lofoten» og «Merket for bærekraftig reisemål», begge eid av Destinasjon Lofoten. Lillian Rasmussen er Lofotrådets representant inn i styringsgruppen. Innovasjon Norge og Nordland

fylkeskommune inviteres med. Samtidig etableres koordineringsgruppe mellom prosjektlederne i de nevnte prosjektene, prosjektleder «bærekraftig besøksforvaltning» eid av Nordland fylkeskommune og Lofotrådets sekretariat.

Hensikten er

- Bedre samling av prosesser og prosjekter mot felles mål
- Unngå parallelprosesser og ineffektiv ressursbruk
- Felles koordinering av kommunikasjon og informasjonsuthenting
- Jobbe med å inkludere andre relevante parter

Samarbeidet tuftes på en felles forståelse av turisme som samfunnsbygger: Hvordan kan vi som bor og jobber i Lofoten bruke reiselivet til å skape det samfunnet som vi ønsker?

### **Forslag til vedtak**

Tas til orientering.