

Næringsdestinasjon Fredrikstad

Kommunedelplan for
næringsutvikling i Fredrikstad
2014-2017

Fredrikstad skal
etableres som en
av de tre mest attraktive
næringsdestinasjonene
rundt Oslofjorden!

Vedtatt av Bystyret 23.10.2014

INNHOOLD

FORORD	3
1 SAMMENDRAG	5
2 UTFORDRINGER OG MULIGHETER	6
3 ROLLEAVKLARINGER I ARBEIDET MED NÆRINGSUTVIKLING	12
4 VISJON OG MÅL	14
5 SATSINGSOMRÅDER OG STRATEGIER	15
6 DET REGIONALE PERSPEKTIV	24

FORORD

Fredrikstad kommune har behov for flere arbeidsplasser. Det er positivt at Fredrikstad kommune oppfattes som attraktiv bostedskommune og at mange flytter til kommunen. Det er imidlertid ikke bærekraftig over tid, hvis vi ikke samtidig klarer å utvikle nok arbeidsplasser til den økende befolkningen.

De strategier og tiltak som er beskrevet i Næringsplanen blir derfor viktige virkemidler for å øke antall arbeidsplasser. Fredrikstad kommune har som ambisjon å bli en av de mest attraktive næringsdestinasjonene rundt Oslofjorden.

Arbeidet med næringsplanen har vært gjort i nært samarbeid med Fredrikstad Næringsforening. Strategier og tiltak er i stor grad samordnet med næringsforeningen. Dog har næringslivet større ambisjoner enn det kommunen i realiteten kan innfri med begrensede midler. Planen beskriver derfor dette gapet mellom forventning og realistisk aktivitetsnivå.

Det ble etablert arbeidsgrupper med deltakere fra både kommune, næringsliv, og andre offentlige instanser. Seks arbeidsgrupper har arbeidet seg gjennom en rekke temaer ¹ for så å komme opp med forslag til strategier for kommunen ².

Involveringen vil forhåpentlig bidra til sterk forankring i hele næringslivet i et felles mål om å utvikle Fredrikstad som næringsdestinasjon.

Vi har lagt vekt på at arbeidet med næringsplanen skal være kunnskaps- og faktabasert. Fredrikstad kommune og Fredrikstad Næringsforening er derfor aktive deltakere i et flerårig forskningsprosjekt hvor hensikten er å bedre forstå hva som er velfungerende tiltak i forhold til det å gjøre et sted attraktivt for bosetting, for besøk og for bedrifter. Det er også blitt gjennomført flere analyser og utredninger som grunnlag for næringsplanen.

Næringsplanen for Fredrikstad skal være et styringsverktøy både politisk og administrativt. Næringsplanen skal være en overordnet plan som legger rammer og føringer for næringsutviklingen i Fredrikstad. Planen er derfor i begrenset grad detaljorientert.

Strategiene adresserer

- hva kommunen kan gjøre
- hva næringslivet kan gjøre
- hva kommunen kan gjøre sammen med næringslivet

Fredrikstad Næringsforening har fått mulighet til å gi tilleggskommentarer der hvor de mener noe utover det vi allerede er enige om.

Fotnoter

1 Disse temaene er (1) Kommunal «landingsstripe» for næringslivet, (2) Innovasjon og nyskaping, (3) Arbeidsplassutvikling, (4) Arbeidskraft, (5) Offentlig og privat samarbeid, og (6) Byutvikling.

2 Alle innspillene er samlet i et eget dokument.

LESERVEILEDNING

Næringsplanen har følgende hovedinndeling:

Utfordringer og muligheter

Her beskrives bakgrunnen for næringsplanen med hovedutfordringene og mulighetsrommet. Videre beskrives hvordan arbeidet med næringsplanen har vært gjennomført og hvilken rolle Fredrikstad kommune og Fredrikstad Næringsforening har i næringsarbeidet.

Visjon og mål

Her beskrives visjon og mål for næringsutvikling i Fredrikstad.

Satsingsområder og strategier

Her beskrives prioriterte strategier innenfor satsingsområder.

Det regionale perspektiv

Her beskrives et mulighetsbilde for regionalt samarbeid om næringsutvikling, hvor Nedre Glomma vurderes som ett næringsområde.

1 SAMMENDRAG

Fredrikstad kommune erkjenner at en av de største og viktigste utfordringene vi har i tiden framover er å skape arbeidsplasser til en stadig økende befolkning. Gjennom våre tre hovedroller for næringsutvikling vil vi søke å skape disse arbeidsplassene.

Vi er vertskap for næringslivet, og det er viktig at næringslivet oppfatter at de blir sett og hørt og at kommunen yter gode tjenester overfor næringsaktørene. Denne planen søker å styrke vår posisjon som vertskommune. To av tiltakene er å øke kapasiteten innen oppfølging av næringsaktørene samt gjøre informasjon lettere tilgjengelig.

Kommunen kjøper en stor mengde produkter og tjenester av næringslivet gjennom et år. Gjennom å være en krevende kunde søker vi stimulere til innovasjon og nyskaping i næringslivet. Tiltakene har til hensikt å bedre kommunens evne til gjennomføre gode innkjøpsprosesser samt delta i offentlige forsknings- og utviklingsprosjekter.

Kommunen erkjenner at vi også skal stimulerer nye og eksisterende selskaper til innovasjon og vekst. Gjennom offentlige finansieringsprogrammer og eget næringsfond skal vi skape et offensivt næringsliv. Planen beskriver strategier og tiltak som bidrar til dette.

Forskning viser at byer oppfattes som attraktive for næringslivet når det er en balanse mellom bo-, besøks- og bedriftsattraktivitet. Planen har tatt denne teorien inn i seg og beskriver hvordan disse faktorene kan styrkes. Dette innebærer også sterkt fokus på byutvikling som virkemiddel.

Regionalt samarbeid vil i økende grad bli viktig fordi vi deler et felles arbeidsmarked med nabokommunene våre. Sentralt i dette arbeidet står Smart City programmet som nå favner Fredrikstad, Hvaler, Halden og Sarpsborg.

Planen beskriver rollefordelingen mellom Fredrikstad kommune og Fredrikstad Næringsforening. Kommunen ser det som hensiktsmessig å støtte oppom næringsforeningens arbeid og bidra i flere prosjekter deriblant «Fredrikstad på kartet».

2 UTFORDRINGER OG MULIGHETER

Fredrikstad kommune og Fredrikstad Næringsforening deler felles visjon for næringsutviklingen i Fredrikstad. *Byens næringsliv skal fremstå som et kraftsentrum i fylket, hvor Nedre Glomma blir Oslofjordens mest attraktive byområde for mennesker, kompetanse og kapital.*

Samtidig har Fredrikstad en stor utfordring med å tilby nok arbeidsplasser til en voksende befolkning – noe som igjen kan føre til store kostnader knyttet til arbeidsløshet og andre sosiale utfordringer. Denne ubalansen er ikke bærekraftig over tid. Et overordnet mål for Fredrikstad kommune vil derfor være at *antall arbeidsplasser i Fredrikstad skal ha en økning som er relativt sett sterkere enn befolkningstilveksten*³.

Næringsplanens strategier og tiltak skal bidra til bevegelse; til endring. Ikke bare internt i kommuneforvaltningen, men også i kommunens samhandling med næringsaktørene, og selvfølgelig, og kanskje ikke minst like viktig: Mellom næringslivets representanter. Samlet sett snakker vi om å utvikle det samlede næringsmiljøet i byen vår, slik at byen framstår som en attraktiv næringsdestinasjon! Derfor har vi satt som mål at *Fredrikstad skal etableres som en av de tre mest attraktive næringsdestinasjonene rundt Oslofjorden.*

I næringsplanen har vi valgt å gruppere inn strategiene og tiltakene i ulike satsingsområder som, gjennom forskning, har vist seg å være viktig for økt attraktivitet. For arbeidsplassvekst er det særlig attraktivitet for bedrifter og for besøkende som er viktig.

2.1 UTFORDRINGER

2.1.1 Bostedsattraktiviteten er den sterkeste drivkraften

I følge Telemarksforskning har det ikke vært spesiell god utvikling i næringslivet i Fredrikstad de siste 10 år⁴. Det har vært en nedgang i konkurranseutsatte basisnæringer⁵, samtidig som at det har vært en vekst for de lokale næringene⁶ og besøksnæringen⁷. I nasjonal sammenheng viser rapportene fra Telemarksforskning at Fredrikstad scorer i nedre kvartil blant alle landets kommuner.

Fotnoter

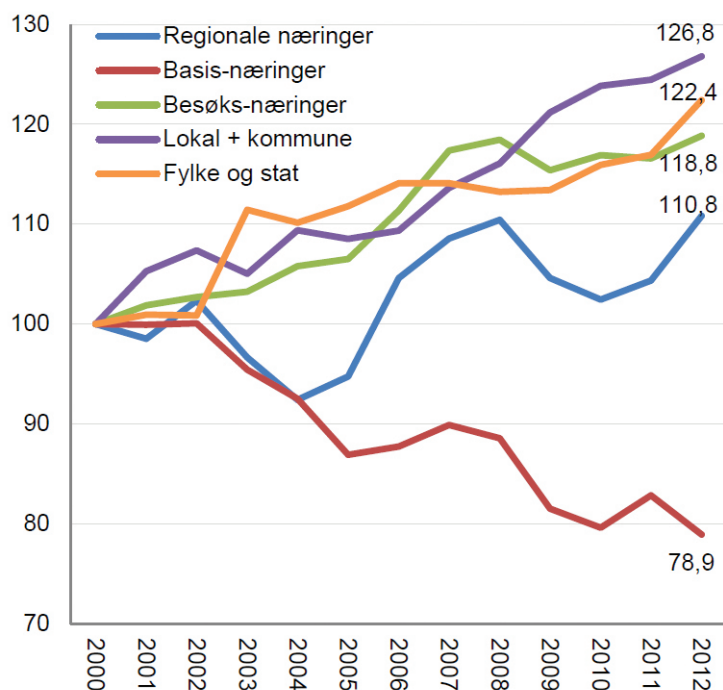
3 Kommuneplan 2011-2023 Samfunnsdelen. Vedtatt av Bystyret 10. februar 2011.

4 Telemarksforskning, Regional analyse for Fredrikstad, TF notat nr 50/2013, Næringsutvikling og attraktivitet

5 Basisnæringer som genererer inntekter utenfra regionen. Som for eksempel vareproduserende industri, natur (landbruk, fiske, gruvedrift) og teknologiske tjenester (IT, telekom, engineering, teknologisk konsulentarbeid, forskning)

6 Privat virksomhet innen primærhelsetjenester, skoler, avfallshåndtering og barnehager

7 Handel, aktivitet, servering, overnatting



Figur 1 Utviklingen i antall arbeidsplasser i de ulike næringene i Fredrikstad, indeksert mot utviklingen av de samme næringene på landsbasis med utgangspunkt i 2000. Kilde: Telemarksforskning, 2014. De ulike næringene er nærmere beskrevet i fotnote ⁸.

Man kan med andre ord si at veksten i Fredrikstad er befolkningsdrevet og ikke næringsdrevet. Det er altså bostedsattraktiviteten som er den sterkeste drivkraften for vekst i Fredrikstad i dag. Dette er ikke bærekraftig over tid. Det må bli mer vekst i næringslivet. Hvis vi ikke får til dette så vil befolkningsveksten føre til store utfordringer og kostnader. Kostnadene for kommunen og samfunnet som helhet kan bli store i forhold til økt arbeidsløshet og økte sosiale kostnader. Likeså vil boliginvesteringene svekkes, da det ikke vil være nødvendig kjøpekraft til nye boliger. Dette er også noe som er en av de viktigste indikatorene for et steds attraktivitet.

Fotnoter

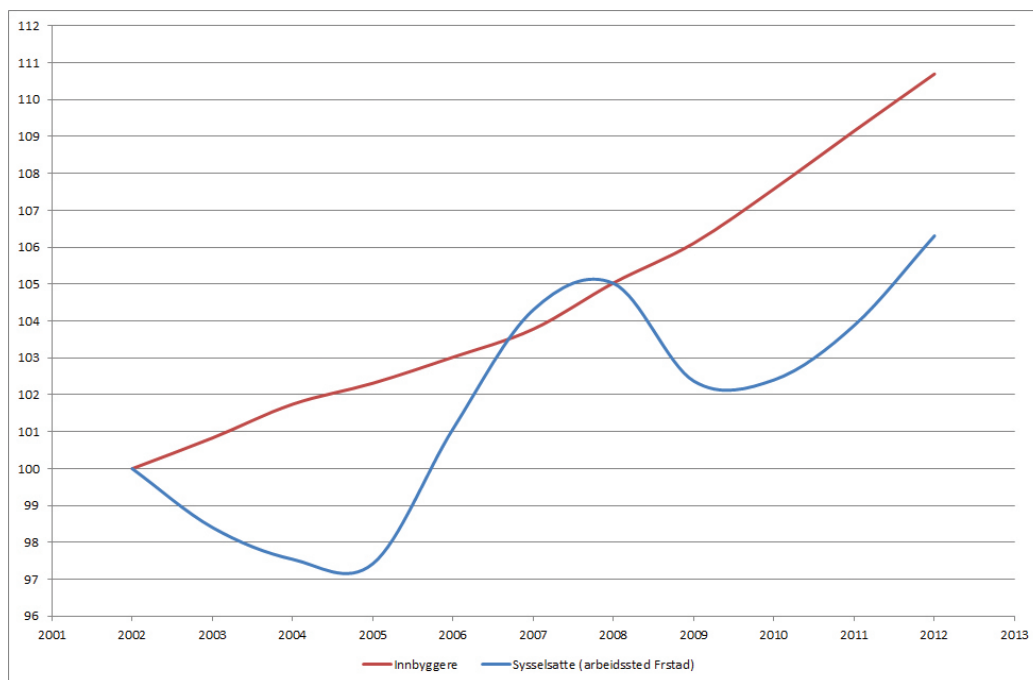
8 Basisnæringer er de delene av næringslivet som genererer inntekter utenfra. Eksportnæringer er basisnæringer, men vi kan også legge til næringer som selger sine produkter eller tjenester ut av regionen, selv om salget ikke er til andre land. Alle primærnæringene og stort sett all industri kan regnes som basisnæringer.

Besøksnæringer er de delene av næringslivet hvor kunden må være personlig til stede. Butikkhandel (men ikke internetthandel), servering, overnatting, opplevelser og personlige tjenester er bransjer som vi regner som besøksnæringer.

Regionale næringer inneholder bransjer som bygg og anlegg, engros- og agenturhandel, transport og forretningsmessige tjenester.

Lokale næringer regnes privat virksomhet innenfor primærhelsetjenester, skoler, avfallshåndtering og barnehager. Dette er tjenester som er knyttet til lokalbefolkningen, og som i mange tilfeller er substitutter til de kommunale tjenestene. De lokale næringene kan vi derfor se i sammenheng med kommunal sektor.

I Figur 2 nedenfor ser vi at den relative utviklingen i befolkningsveksten for Fredrikstad har steget jevnt over en lengre tidsperiode. Dette er positivt så lenge vi kan ha en vekst i antall arbeidsplasser som er på samme nivå som, eller høyere enn, befolkningsøkningen. Noe som var tilfelle i perioden 2007-2008 – da det sist var en høykonjunkturperiode. Det skjer store endringer i antall arbeidsplasser innen helsesektoren når Sykehuset Østfold flytter sin virksomhet til Kalnes. De fleste av de 3000 ansatte ved Kalnes vil komme fra Fredrikstad. Dette er en utvikling kommunen vil monitorere nøye.



Figur 2 Den relative utviklingen i sysselsetting og befolkning fra 2002 til 2012 i Fredrikstad. (Tallene er indeksert, dvs tallene for 2002 settes = 100.)

2.1.2 Konkurransen mellom regioner

Regionrådet for Nedre Glomma⁹ fremhever viktigheten av å tenke regionalt i forhold til næringsutvikling.

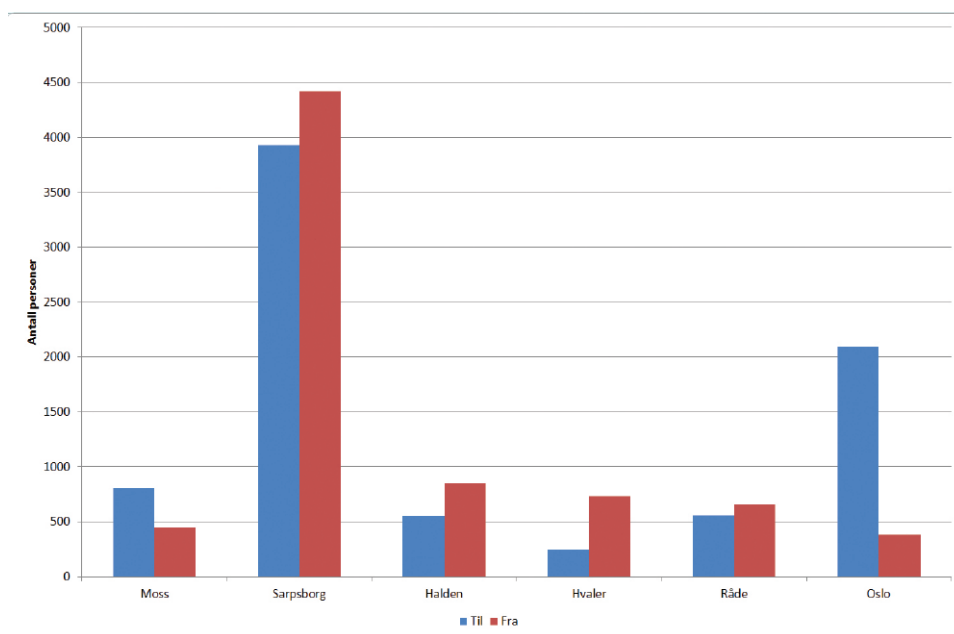
I Østfold er det befolkningen som vokser, mens veksten i antall arbeidsplasser er blant det laveste i landet. Utdanningsnivået er fortsatt lavt, og bedriftenes lønnsomhet, vekst og nyetableringer skårer kun middels i forhold til resten av landet. Fylket skårer også omtrent middels når det gjelder innovasjon i næringslivet.

Nedre Glomma er den største regionen i Østfold. Hvordan skal Nedre Glomma i større grad dra nytte av sin beliggenhet i nærheten av Oslo og til utlandet ved å bli mer attraktiv for etablering av næringsliv med kompetansebehov og høy verdiskaping, samt oppnå større innflytelse og stimuli fra statlige myndigheter? Samlet har Nedre Glomma om lag halvparten av fylkets innbyggere og er Norges 4. største sammenhengende byområde. Dette gir oss muligheter for å skape enda sterkere dynamikk, synergi og omdømme som næringsdestinasjon.

Fotnote

⁹ Vedlegg til sak 6/12 "Anbefaling om felles regionalt kapittel i kommunenes planstrategier" Vedlagt til Innkalling til møte i regionrådet 7.3.2012.

Nedre Glomma er også et felles- bo og arbeidsområde (se Figur 3), som viser hvordan pendlingsmønsteret er mellom Fredrikstad og utvalgte kommuner i Østfold samt Oslo. Det er mellom 8000 og 9000 mennesker som pendler mellom Fredrikstad og Sarpsborg hver eneste dag. Det er flere som pendler til Fredrikstad fra Østfoldbyene enn omvendt. Et unntak er Moss hvor det er flere som pendler fra Fredrikstad til Moss enn fra Moss til Fredrikstad. I overkant av 2000 mennesker pendler fra Fredrikstad til Oslo hver dag. Fredrikstad og Nedre Glomma har derfor alle muligheter til å utvikle seg som en moderne og attraktiv region i Oslofjord-alliansen.



Figur 3 Pending til/fra Fredrikstad (basert på tall fra Østfold analyse, 2011)

Det er en sterk konkurranse mellom flere regioner rundt Oslofjorden om å være attraktive som bosted, som arbeidssted og for besøk. Velfungerende regioner med godt omdømme trekker til seg kompetansearbeidsplasser, FoU etableringer, næringsetableringer og ikke minst infrastrukturelle investeringer. Mer samarbeid om plan og næringsutvikling, fram- snakking og felles omdømmebygging blir derfor viktig for å styrke Nedre Glomma som næringsregion.

2.1.3 Urbanitet og attraktivitet

Å være attraktiv for gruppen av unge voksne pekes også på som en av utfordringene¹⁰. Denne delen av befolkningen har større preferanser til et urbant og levende bymiljø. Urbanisering - å utvikle et levende sentrum - er derfor en klar utfordring for Fredrikstad. Å styrke et sentrums attraktivitet handler blant annet om å utvikle sentrum som en sosial arena, ved å legge til rette for økt aktivitet og mangfold. Men, det handler også om å legge til rette for et kompakt handelssentrum, med akseptable gangavstander og fokus på å forsterke handelsaksene: Grønli/Dammyr – Torvbyen – Stortorget – FMV, samt Nygaardsgata, samt sikre næringslivet arealmessig vekst og utviklingsmuligheter i sentrumsområdet slik at det legges til rette for ønsket næringsutvikling. Når man også bruker elva til å binde sammen bydelene¹¹ vil dette kunne bidra til utvikling av et attraktivt og funksjonelt byområde.

2.1.4 Behovet for endring

Som vi ser av Figur 1 er det særlig basisnæringene¹² som sliter. Samtidig som man forsøker å tiltrekke seg næringer med stort potensiale for verdiskaping, må man tenke på hvordan man gjennom innovasjon og nytenkning kan utvikle eksisterende næringsliv. Hensikten må være å forsterke verdiskapingen samt opprettholde og øke antall arbeidsplasser. Utvikling av nye arbeidsplasser blir derfor et samspill mellom mange aktører, hvor man arbeider for å gi den enkelte bedrift gode vekstvilkår.

Fotnoter

10 Kommunedelplan for Fredrikstad byområde for 2011-2023

11 Gamlebyen, Kråkerøy, Gressvik og sentrum

12 Basisnæringer er de delene av næringslivet som genererer inntekter utenfra. Eksportnæringer er basisnæringer, men vi kan også legge til næringer som selger sine produkter eller tjenester ut av regionen, selv om salget ikke er til andre land. Alle primærnæringene og stort sett all industri kan regnes som basisnæringer.

2.2 MULIGHETER

2.2.1 Bruke eksisterende virkemidler på en bedre måte

Innovasjonssystemet i Østfold er under endring. Fredrikstad kommune har som mål å støtte og stimulere systemet for å bidra til at regionens evne til innovasjon og nyskaping utvikler seg optimalt. Både Innovasjon Norge, Regionale Forskningsfond og Forskningsrådet representerer viktige institusjoner i dette innovasjonssystemet. Østfold har imidlertid ikke klart å hevde seg i kampen om innovasjonsmidler. Det kreves mye søkerkompetanse og det går mye tid med til søknadsprosessene. Få bedrifter besitter denne kompetansen internt, spesielt i små- og mellomstore bedrifter (SMB bedrifter), som det er mange av i Østfold. Mange har heller ikke egne ressurser som kan arbeide med utvikling. Det å samarbeide i nettverk kan her være en effektiv måte å få til utvikling på. Særlig i kombinasjon med at noen i nettverket tar en koordinerende rolle i forhold til søknadsskriving. Dette kan være enkeltpersoner eller det kan være en gruppe.

Internasjonalt samarbeid kan bidra til å styrke omdømmet til Fredrikstad kommune generelt og gjøre kommunen til en mer attraktiv arbeidsplass¹³. Internasjonalt samarbeid kan også bidra til å skape flere arbeidsplasser i Fredrikstad. I forhold til næringsutvikling fremheves betydningen av Interreg som et viktig virkemiddel. Interregprosjekter har bidratt til å etablere kontakt mellom foretak i Norge og Sverige, koblet kunstnere og næringsliv sammen og videreutviklet Gamlebyen og Isegran som besøksmål. I tillegg til dette ligger det store muligheter for å knytte seg opp til Horizon 2020 som er EU's nye rammeprogram for forskning og innovasjon. Dette er et 7 årig program (2014-2020) med et totalbudsjett på ca 70 milliarder Euro¹⁴.

Å delta i regionale, og interregionale, samarbeidsprosjekter kan fungere som springbrett for deltakelse i større internasjonale programmer (som for eksempel Horizon 2020).

Fotnoter

13 Fredrikstad kommunes temaplan for internasjonalt samarbeid vedtatt i Formannskapet 05.09.2013.

14 http://ec.europa.eu/research/horizon2020/index_en.cfm

2.2.2 Drivere kan fungere som katalysatorer for næringsutvikling

Noen drivere i samfunnsutviklingen er viktigere enn andre; de endrer utviklingen, påvirker attraksjonskraften, verdiskapingen, og indirekte, tjenestekvalitet og tjenestebehov. Fredrikstad kommune har derfor valgt kunnskap, kultur og klima som prioriterte drivere i sin kommuneplan for perioden 2011-2023 ¹⁵.

Drivere kan her være egenskaper, eller kjennetegn, ved dagens og framtidens samfunn som vil påvirke oss i stor grad.

Kunnskap kan være katalysator for næringsutvikling ved å prioritere strategier og tiltak som bidrar til:

- Økt kunnskapsnivå blant befolkningen, og spesielt i bedriftene, med utgangspunkt i bedriftenes behov
- Utvikling av partnerskap med høyskole, næringsliv og regionale forskningsmiljøer om høyere utdanning, forskning, innovasjon og tjenesteutvikling
- Å tiltrekke seg høykompetent arbeidskraft og kunnskapsbaserte arbeidsplasser til regionen
- Å utvikle næringsklynger basert på kompetanse
- Økt innovasjonskultur
- Innovasjon og nyskaping internt i kommunen i samspill med næringslivet
- Rett innhold i utdanning (nytteverdi for regional næring), samt reduksjon av «drop-outs» fra skolen, ved å videreutvikle gode samarbeidsforhold mellom skole og næringslivet. Dette gjelder både grunnskole, videregående skole og høyere utdanning.

Kultur kan være katalysator for næringsutvikling ved å prioritere strategier og tiltak som bidrar til:

- Attraktive kulturbegivenheter og arrangementer
- Et godt ry som arrangørby
- Et synlig og levende studentmiljø
- Arenaer for kulturbaserte opplevelser

Klima kan være katalysator for næringsutvikling ved å prioritere strategier og tiltak som bidrar til:

- Et attraktivt lokalt og regionalt kollektivtilbud
- En effektiv og miljøvennlig infrastruktur
- Samarbeid med høyskole og næringsliv for å identifisere og løse miljøproblemer
- Å utvikle de mulighetene som klimautfordringene gir både med hensyn til forretningsutvikling og nye kompetansearbeidsplasser.

Fotnote

15 Kommuneplan 2011-2023 Samfunnsdelen. Vedtatt av Bystyret 10. februar 2011.

3 ROLLEAVKLARINGER I ARBEIDET MED NÆRINGSUTVIKLING

3.1 KOMMUNENS ROLLER I NÆRINGSARBEIDET

Fredrikstad kommune har først og fremst tre viktige roller å ivareta i næringsarbeidet.

1. Kommunen skal være *vertskap for næringslivet*. Vi skal yte gode kommunale tjenester, se og lytte til næringslivet og legge til rette for etableringer og ekspansjon. Vi skal være lette å komme i kontakt med og gi gode råd og rask oppfølging. Konkurransen mellom kommunene som tilretteleggere er økende. Kommunen vil derfor

- ansette en Næringsvert allerede i 2014 for å påse at næringslivet oppfatter kommunen som en god partner.
- delta i prosjektet «Fredrikstad på kartet». Dette er et eksempel på hvordan vi går i partnerskap med næringslivet for å synliggjøre hvilke muligheter som ligger i Fredrikstad.
- bruke ressurser på å tiltrekke seg virksomheter ved tilrettelegging og nært samarbeid i forbindelse med etableringen.
- tiltrekke oss oppmerksomhet rundt de områdene vi er gode på. Konferanser og faglige møteplasser er viktig i dette arbeidet.

2. Kommunen skal bidra som en *aktør i markedet ved å kjøpe produkter og tjenester fra næringslivet*. Det er når vi etterspør nye, kreative og krevende produkter og tjenester at vi bidrar til å skape et konkurransekraftig og innovativt næringsliv. Fredrikstad kommune kjøper produkter og tjenester for 900 millioner kroner i året¹⁶. Det er en ambisjon å bli bedre på å bruke det regelverket som finnes til innovative anskaffelser og bli bedre på offentlig privat samarbeid.

3. Kommunen skal *stimulere til innovasjon og utnytte muligheter til nyskaping*. Delvis gjennom direkte økonomisk støtte. Derfor har kommunen etablert en næringsfond som for tiden er på 9 millioner kroner. Kommunen skal også stimulere til samarbeid mellom offentlige og private aktører gjennom å være part i OFU-kontrakter (Offentlige Forsknings- og Utviklingskontrakter). Når det gjelder å stimulere innovasjonsmiljøer har kommunen en begrenset rolle. Forskning viser at det er innovasjonsselskapene som må ta den ledende rollen. Kommunen kan stimulere ved deltakelse og økonomiske midler slik vi gjør i partnerskapet med NCE Smart Energy Markedet og deres Smart City program.

Fotnote

¹⁶ Et avrundet tall basert på regnskap fra 2012

3.2 ROLLEN TIL FREDRIKSTAD NÆRINGSFORENING^{FNF}

Fredrikstad Næringsforening er en viktig aktør i utviklingen av næringslivet i Fredrikstad og i Nedre Glomma-regionen ¹⁷. For Fredrikstad kommune er foreningens arbeid først og fremst viktig på følgende måter:

1. FNF er et talerør for næringslivet overfor kommunen og en samarbeidspartner i næringsarbeidet. Det er derfor en fordel at foreningen er representativ for næringslivet og engasjerer flest mulig av bedriftene i kommunen.
2. FNF vil kunne skape entusiasme blant egne medlemmer og framstå som en positiv kraft i næringslivet hvilket igjen vil kunne trekke nye bedrifter til regionen.
3. FNF stimulerer medlemmene til egen innovasjon og nyskaping, samt stå ansvarlig for egne utviklingsprosjekter finansiert gjennom offentlige midler, samt egeninnsats og innsamling fra deltakende bedrifter.
4. Løse avtalte oppgaver i grensesnittet mellom det offentlige og bedrifter (slik som Visit Fredrikstad & Hvaler gjør med turistkontor og gjestehavn).
5. FNF som utfordrer, pådriver, og næringspolitisk organisasjon som kan være lagspiller i saker som gavner byen (eks samferdsel, diverse nyetableringer, fylkeskulturscene, byferge).
6. Samspiller i å formidle omforente strategier
7. Utviklingsaktør innen innovasjon og OPS prosjekter. Utviklingsprosjekter søkes løst via offentlige midler samt med egeninnsats, eller supplert med egne innsamlede midler i form av forutsigbare avtaler.

Fredrikstad kommune og FNF har som mål å gjøre hverandre gode slik at Fredrikstad fremstår som en attraktiv næringsdestinasjon. Mye av vårt omdømmearbeid vil vi gjøre i nært samarbeid. Samtidig innser kommunen at ikke alle bedrifter er medlem av FNF og at det er kommunens plikt å støtte og å levere tjenester til alle bedrifter i kommunen.

Fotnote

17 Sitat Knut Vareide (Telemarksforskning) på FNF sin generalforsamling, 2014: «Tilstedeværelse av en aktiv næringsforening er en viktig faktor for å skape en positiv næringsattraktivitet»

4 VISJON OG MÅL

Næringsplanens strategier og tiltak skal bidra til bevegelse; til endring. Ikke bare internt i kommuneforvaltningen, men også i samhandlingen med næringsaktørene, og selvfølgelig, og kanskje ikke minst like viktig: Mellom næringslivets representanter. Samlet sett snakker vi om å utvikle det samlede næringsmiljøet i byen vår. Slik at byen framstår som en attraktiv næringsdestinasjon!

Det er viktig for Fredrikstad, som en næringsdestinasjon, at utviklingen skjer i tett samarbeid med Fredrikstad Næringsforening.

*Det er derfor naturlig at det er en felles overordnet **visjon** for næringsutviklingen, som er:*
Byens næringsliv skal fremstå som et kraftsentrum i fylket, hvor Nedre Glomma blir Oslofjordens mest attraktive byområde for mennesker, kompetanse og kapital.

*Et overordnet **mål** for Fredrikstad kommune vil være at:*

Antall arbeidsplasser i Fredrikstad skal ha en økning som er relativt sett sterkere enn befolkningstilveksten

Isolert sett kan det for næringslivet være en fordel at man har et overskudd av antall innbyggere i forhold til antall arbeidsplasser (som for eksempel tilgang på arbeidskraft og mindre lønnspress).

Både næringslivet og kommunen ser behovet for å utvikle byen som en attraktiv næringsdestinasjon og fornye tradisjonell industri i nedgang.

*Derfor vil en felles **målsetning** være at:*

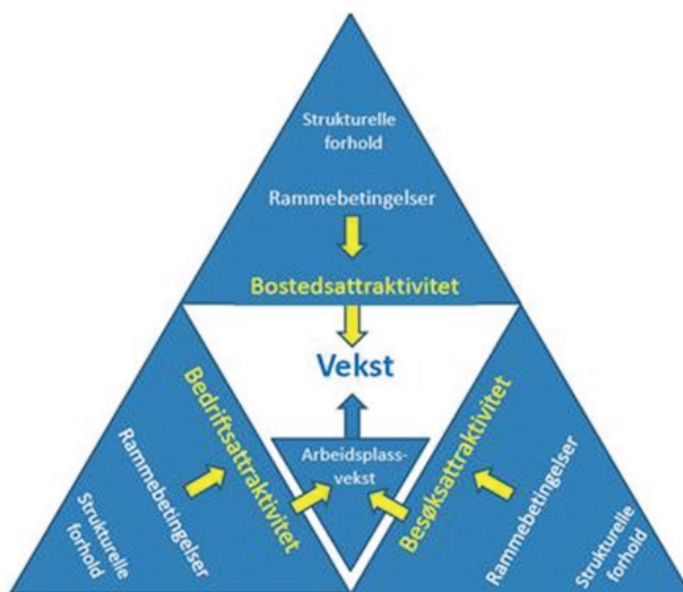
Fredrikstad skal etableres som en av de tre mest attraktive næringsdestinasjonene rundt Oslofjorden¹⁸.

Fotnote

¹⁸ Det refereres her til NHOs NæringsNM.

5 SATSINGSOMRÅDER OG STRATEGIER

Både Fredrikstad kommune og Fredrikstad næringsforening legger teoriene om attraktivitet¹⁹ til grunn for arbeidet med attraktivitet og næringsutvikling. I dette ligger det en forståelse av at attraktivitet (både for bosted, bedrifter og besøk) har en innbyrdes avhengighet. Attraktivitetspyramiden er en modell som forsøker å forklare sammenhengen mellom bedriftsattraktivitet, besøksattraktivitet og bostedsattraktivitet.



Figur 4 Attraktivitetspyramiden (Telemarksforskning)

I følge analyser gjennomført av Telemarksforskning scorer Fredrikstad høyt på bostedsattraktivitet, middels på besøksattraktivitet og dårlig på bedriftsattraktivitet. Heldigvis er det en forståelse av at attraktivitet er knyttet til forhold som kan påvirkes lokalt, eller som er unikt ved det enkelte sted, og som påvirker flyttestrømmen til eller fra et sted. Med andre ord; det bør være mulig å gjennomføre aktiviteter og tiltak som kan bidra til at Fredrikstad øker sin attraktivitet som næringsdestinasjon.

Som vi ser er av Tabell 1 på neste side er det flere faktorer som kan bidra til bedriftsattraktivitet.

Tilgjengelighet av næringsarealer og næringslokaler er viktige faktorer som kan bidra til bedriftsattraktivitet. Særlig er mangel på tilgjengelighet oftere en forklaring på manglende vekst. Bygninger og areal er derfor en viktig forutsetning for å forstå og utvikle stedlig attraktivitet. Samtidig er bolig- og byggevirksomhet en viktig driver for bedriftsattraktivitet.

Fotnote

19 Vareide K., Kobro L., Storm H., "Programteori for attraktivitet", TF-notat nr: 13/2013

Tilgang på forretningstjenester, kompetanseinstitusjoner og en næringsvennlig kommune, kan være eksempler på ameniteter²⁰ som kan gjøre det mer attraktivt å drive forretning på et sted. Bedrifter kan også være opptatt av at et sted har ameniteter som gjør stedet attraktivt som bosted, fordi det indirekte kan gjøre det lettere å rekruttere ønsket personell. Identitet og stedlig kultur handler om attraktivitetsskapende forhold som ikke er fysiske, men som har med sosiale relasjoner og holdninger å gjøre. For bedriftsattraktivitet er det flere kulturelle forhold som kan forklare hvorfor noen steder har større vekst enn andre. Bedrifter som danner nettverk og som samarbeider kan øke sin konkurransekraft. Noen steder kan ha et positivt innovasjonsklima, andre steder er jantelov og misunnelse et hinder mot vekst. Klyngeeffekter er ofte beskrevet som avhengig av at det er relasjoner mellom bedrifter innenfor et geografisk avgrenset område, preget av samarbeid og tillit.

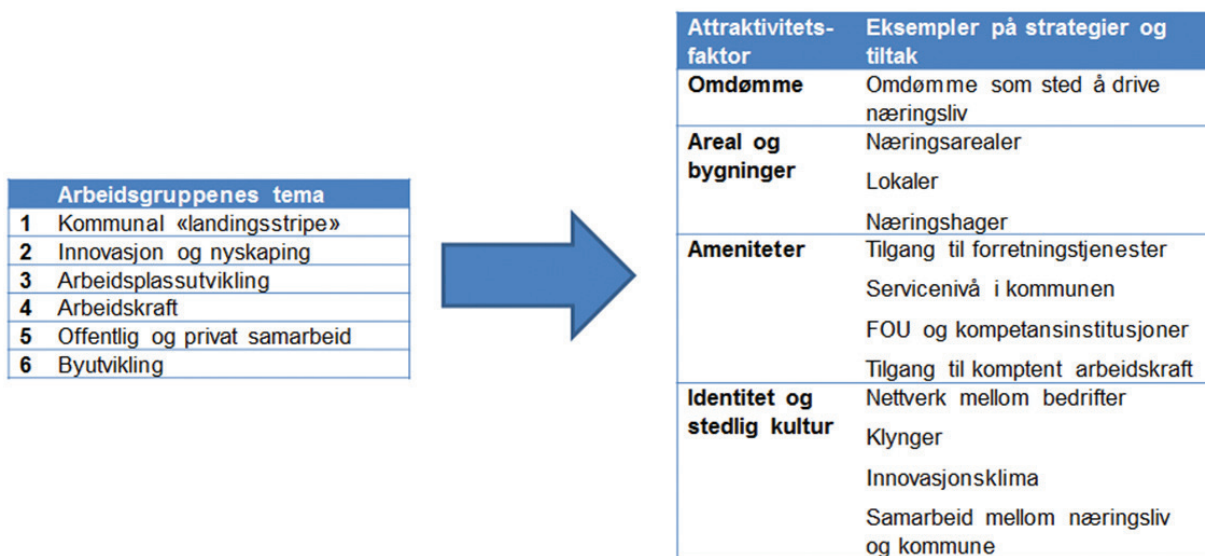
	Bedrift	Besøk	Bosted
Omdømme	Omdømme som sted å drive næringsliv	Omdømme som sted å besøke	Omdømme som sted å bo
Areal og bygninger	Næringsarealer Lokaler Næringshager	Areal til hytter Eksisterende hytter Overnattingskapasitet	Tomteareal Boliger Tilgjengelighet
Ameniteter (fysiske kvaliteter og tilbud)	Tilgang til forretningstjenester Servicenivå i kommunen FOU og kompetansinstitusjoner Tilgang til kompetent arbeidskraft	Naturherligheter Tilrettelegging friluftsliv Kulturtilbud Sport og fritidstilbud	Kommunens tjenester, barnehage, skole etc. Naturherligheter Tilrettelegging friluftsliv Kulturtilbud Sport og fritidstilbud
Identitet og stedlig kultur	Nettverk mellom bedrifter Klynger Innovasjonsklima Samarbeid mellom næringsliv og kommune	Gjestfrihet Serviceholdning Samarbeid mellom besøksnæringene Destinasjonsutvikling	Lokal identitet Gjestfrihet Toleranse Samarbeidsånd Utviklingskultur

Tabell 1 Spesifikasjon av faktorer som har betydning for attraktivitet. (Vareide et al, 2013)

Fotnote

20 Et samleuttrykk for mange ulike typer fysiske kvaliteter og tilbud som eksisterer på et sted, og som kan gjøre stedet attraktivt.

Det har blitt gjort en prioritering og omgruppering av de strategier og tiltak som arbeidsgruppene kom frem til ²¹, slik at dette passer inn i de valgte satsningsområdene (attraktivitetsfaktorer) slik Figur 5 nedenfor viser.



Figur 5 Omgruppering av forslag fra arbeidsgruppene

Figuren nedenfor illustrerer hvordan strategier innenfor de prioriterte satsingsområdene, med fokus på attraktivitet for bedrifter og besøkende, bidrar til å nå de overordnede målene i næringsplanen.

MÅL			
<i>Antall arbeidsplasser i Fredrikstad skal ha en økning som er relativt sett sterkere enn befolkningstilveksten.</i>			
<i>Fredrikstad skal etableres som en av de tre mest attraktive næringsdestinasjonene rundt Oslofjorden.</i>			
SATSINGSOMRÅDER			
Omdømme	Areal og bygninger	Ameniteter*	Stedlig identitet og kultur
Strategier			
Attraktivitet for bedrifter og besøkende			

* Fysiske kvaliteter og tilbud

Fotnote

21 Forslag til strategier og tiltak er beskrevet i eget vedlegg til saksdokumentet.

Nedenfor gjentas innholdet fra Tabell 1, men nå konkretiseres de prioriterte tiltakene. I henhold til Telemarksforskning og attraktivitetsmodellen er det to typer attraktivitet som direkte virker inn på arbeidsplassveksten; bedrifts- og besøksattraktivitet. Vi har derfor i næringsplanen valgt å fokusere på dette.

5.1 BEDRIFTSATTRAKTIVITET

OMDØMME

Med omdømme menes her hvilken oppfatning næringslivet har om å drive virksomhet i Fredrikstad.

MÅL

Næringslivet er tilfredse med å drive virksomhet i Fredrikstad og anbefaler andre å flytte sin virksomhet til kommunen²².

STRATEGIER

Hva kan kommunen gjøre?

- Øke kommunikasjonen med omverdenen. Fremstå som en profesjonell og attraktiv kommune å etablere seg i, og markedsføre kommunen i en konkurranse med andre byer og regioner.
- Søke forpliktende samarbeid med miljøer som ikke omfattes av Næringsforeningen og gjennomføre avtalte tiltak.

Hva kan næringslivet gjøre?

- Hver enkelt bedrift bør arbeide aktivt for å bedre kunnskapen om regionens fordeler.
- Delta i regionale klynger for kunnskapsbygging samt markedssamarbeid

Hva kan kommunen gjøre sammen med næringslivet?

- Iverksette et langsiktig omdømme- og kommunikasjonsprogram (markedsføring) slik Drammen og andre store norske byer har gjort med suksess.
- Videreutvikle prosjekt «Fredrikstad på kartet» som del av omdømmeprogrammet.
- Invitere næringslivet og sivilsamfunnet sammen for å jobbe frem ulike sosiale entreprenørskap²³.
- Bidra til at bedriftene i byområdet skal ha et høyt aktivitetsnivå for å skape en levende by
- Bidra til å tilrettelegge for mer urbane og attraktive egenskaper i byen så vi fremstår som attraktive for høykompetansebedrifter og ansatte.

Fotnoter

²² I hvert satsingsområde vil det gjennomføres målinger med metoder som er egnet til formålet (som for eksempel spørreundersøkelser)

²³ Sosialt entreprenørskap kan forstås som en metode, etter forretningsmessige prinsipper, som kan bidra til å løse en del samfunnsproblemer.

AREAL OG BYGNINGER

Tilgjengelighet av næringsarealer og næringslokaler er viktige faktorer som kan bidra til bedriftsattraktivitet. Særlig er mangel på tilgjengelighet oftere en forklaring på manglende nyetablering og vekst. Stadig flere virksomheter ønsker å etablere seg i næringshager eller klynger. Egnede arealer og bygninger er derfor viktig for å oppnå god bedriftsattraktivitet.

MÅL

Eksisterende bedrifter finner rom for vekst. Nye bedrifter finner det funksjonelt og lønnsomt å etablere seg i Fredrikstad.

STRATEGIER

Hva kan kommunen gjøre?

- Etablere oversikt over alle næringsområder i kommunen og klassifisere, samt markedsføre disse i en setting med områdenes egenskaper og klyngemuligheter.
- Gjennomføre strategiske oppkjøp av eiendommer for å skape mulighet for ekspansjon.
- Kommunen skal arbeide for at tilgjengeligheten til handelsbedrifter blir enda bedre spesielt sett i lys av at bruken av personbiler skal reduseres.
- Infrastruktur og samferdsdel er en viktig del av det å få til næringsutvikling. Arbeidet med infrastruktur og samferdsel håndteres i hovedsak gjennom pågående virkemidler og prosjekter som for eksempel Belønningsordningen og Bypakke for Nedre Glomma. I kontakt med næringslivet vil det være spesielt viktig å lytte til de problemstillingene som eksisterende, og potensielt nye, virksomheter kommer opp med i forhold til infrastruktur og samferdsel.
- Prinsippet om «rett funksjon på rett sted» ifht transportminimering bør ligge til grunn for arealbruken i kommunen, jf. abc-prinsippene for næringslokalisering. Arealdisponering med dette prinsippet til grunn vil bidra til å styrke bysentrum samtidig som det minimerer behovet for transport.

Hva kan næringslivet gjøre?

- Bidra til at næringsområder fremstår estetisk tiltalende

Hva kan kommunen gjøre sammen med næringslivet?

- Transformere industriområdet på Øra, andre næringsområder og kvartaler i byområdet
- Oppsøke og utnytte initiativ som innebærer flere arbeidsplasser og virksomhetsetableringer

AMENITETER*

Ameniteter er et samleuttrykk for mange ulike typer fysiske kvaliteter og tilbud som eksisterer på et sted, og som kan gjøre stedet attraktivt. Slik som: Tilgang til forretningstjenester, servicenivå i kommunen, FOU og kompetanseinstitusjoner, samt tilgang til kompetent arbeidskraft.

MÅL

Fredrikstad kommune tilbyr de kvaliteter som skal til for at næringslivet kan vokse og skape nye produkter og tjenester.

STRATEGIER

Hva kan kommunen gjøre?

- FK skal være med på å synliggjøre de forretningstjenestene som finnes overfor virksomheter som ønsker å etablere seg i kommunen.
- Søke bedre tilgang til kapitaltjenester gjennom å synliggjøre tilbudene til Innovasjon Norge, Oslofjordfondet, Forskningsrådet m fl.
- Ansette næringsvert som skal sikre respons og kvalitet i kommunens tjenesteleveranser.
- FK skal forbedre sine nettsider knyttet til næringsutvikling samt vurdere andre elektroniske kommunikasjonsstrategier.
- Starte prosjekter for å øke kommunens innovasjon innen tjenesteutvikling
- Ta en aktiv rolle i utviklingen av nye arbeidsplasser innen helsetjenester.
- Fredrikstad kommune vil revitalisere sitt engasjement i «Nasjonalt program for leverandørutvikling» (og andre arenaer knyttet til innkjøpsprosesser) for derigjennom å bli bedre på innovative offentlige anskaffelsesprosesser. «Nasjonalt program for leverandørutvikling»²⁴ samarbeider blant andre med KS og Framtidens byer (hvor Fredrikstad er medlem). Fredrikstad kommune er også medlem i KS innkjøpsforum
- Bidra til å forsterke samarbeidet mellom kompetansemiljøer (for eksempel Østfoldforskning, HiØ, konsulentmiljøer og Sykehuset Østfold)
- Støtte HiØ i arbeidet med å bli landets mest attraktive høgskole, ved å være en utfordrer til HiØ når det gjelder utviklingen av nye studier.
- Kommunen bør videreutvikle samarbeidet med HiØ gjennom to strategiske grep: 1) videreutvikle eksisterende samarbeidsprosjekter, 2) utvikle nye samarbeidsprosjekter – innenfor områder som kommunen har tro på vil stimulere til mer innovasjon, nyskaping og bedret konkurranseevne
- Fortsatt satsing på NyVekst og Drivhuskonseptet i samarbeid med HiØ
- Fortsatt nært samarbeid med Hydrogenfabrikken og deres Reaktor-miljø
- Bidra som partner i OFU-kontrakter
- Ta initiativ til prosjekter som kan bidra til økt yrkesdeltakelse hos innvandrere, ved bruk av tilskuddsordninger hos Integrerings- og mangfoldsdirektoratet (IMDI)²⁵ .

Hva kan næringslivet gjøre?

- Bidra som partner i OFU-kontrakter
- Bevisstgjøre bruk av FoU muligheter

Hva kan kommunen gjøre sammen med næringslivet?

- Søke bedre tilgang til kapitaltjenester gjennom å:
 - a) Etablere en møteplass mellom investorer og «gründere»
 - b) Bidra til etableringen av et lokalt / regionalt investeringsfond
 - c) Synliggjøre Fredrikstad overfor investorer

* Fysiske kvaliteter og tilbud

Fotnoter

24 <http://leverandorutvikling.no/>

25 www.imdi.no/no/Tilskudd/

IDENTITET OG STEDLIG KULTUR

Identitet og stedlig kultur handler om attraktivitetsskapende forhold som ikke er fysiske, men som har med sosiale relasjoner og holdninger å gjøre. Bedrifter som danner nettverk og som samarbeider, kan øke sin konkurransekraft, og der i gjennom utvikle et innovasjonsklima. Klyngeeffekter er ofte beskrevet som avhengig av at det er relasjoner mellom bedrifter innenfor et geografisk avgrenset område, preget av samarbeid og tillit. Samarbeid mellom kommune og næringsliv er her viktig.

MÅL

I Fredrikstad er det naturlig at bedrifter, FoU miljøer og det offentlige samarbeider for å utvikle komplementære klynger og nettverk i den hensikt å styrke innovasjon og nyskaping.

STRATEGIER

Hva kan kommunen gjøre?

- Kommunen vil støtte etableringen av prosjektarenaer (bedriftsnettverk og klynger) innen driverne klima, kunnskap og kultur.
- Videreutvikle kommunens engasjement i nettverkene Gjenvinning Østfold og Borg Plast-Net.
- Kommunen skal stimulere til etableringen av en industriell klynge knyttet til klima, energi og miljø (tilrettelegge for aktiviteter som fremmer innovasjon i løsning av klima og miljø knyttet til bygg og arealer). Byggenæringen vil her være viktig.
- Stimulere innovasjonsmiljøet gjennom partnerskap med NCE Smart City programmet.
- Kommunen skal jobbe videre med etableringer – slik som Nautilus Marinepark og fiskeoppdrett på Øra.
- Bidra til at det blir arrangert konferanser som synliggjør lokal / regional kompansse (slik som Ørakonferanse, GIS-konferanse ++)
- Øke samarbeidet mellom kommune, næringsliv og idrett for å tiltrekke seg større idrettsarrangementer.

Hva kan næringslivet gjøre?

- Bruke ulike arrangement og tilbud i relasjonsbygging mot samarbeidspartnere
- Være sponsor til at arrangement kan realiseres
- Delta aktivt i klynger og nettverk, samt i prosjekter hvor det er samarbeid på tvers og med kommunen

Hva kan kommunen gjøre sammen med næringslivet?

- Stimulere til bedriftsnettverk innenfor de strategiske områdene Klima, Kunnskap og Kultur.
- Bidra til mer effektiv handelvirksomhet gjennom utviklingen av 3 forskjellige samarbeidsprosjekter knyttet til geografisk avgrensede byområder
- Vurdere mulighet for videreutvikle disse samarbeidsformene i henhold til BID-modellen (BID=Business Improvement District).
- Bidra til å etablere Øra-konferansen
- Bidra til å få Gjenvinningskonferansen til Fredrikstad
- Videreføre det nære samarbeidet med Fredrikstad Næringsforening gjennom felles aktiviteter (slik som Fredrikstad på kartet)
- Arrangere dialogmøter med næringslivet innenfor forskjellige tema (bygg, reg, etablering ++)
- Gjennomføre profilering- og kampanjeprosjekter som bidrar til mer nasjonal oppmerksomhet for Nedre Glomma.

5.2 BESØKSATTRAKTIVITET

I forhold til besøksattraktivitet har kommunen valgt kun å fokusere på attraktivitetsfaktorer knyttet til identitet og stedlig kultur.

IDENTITET OG STEDLIG KULTUR

Gjestfrihet, serviceholdning, samarbeid mellom besøksnæringene, destinasjonsutvikling.

Analyser viser at besøksnæringen trolig ikke vil bidra med mange arbeidsplasser og stor verdiskaping alene, men at den skaper vesentlig overrisslingseffekt for andre næringer. I det perspektivet er besøksnæringen viktig for utviklingen av næringslivet i Fredrikstad. Samtidig bidrar gode opplevelser til et godt omdømme som øker bostedsattraktiviteten.

I denne næringsplanen ønsker vi å legge spesiell vekt på samarbeid mellom besøksnæringene og destinasjonsutvikling. Utviklingen av muligheter som Nautilus Marinepark, Fredrikstad by som vertskap for cruiseanløp med flere.

MÅL

Kommunen har optimalisert mulighetene for samarbeid mellom besøksnæringene og destinasjonsutvikling på en slik måte at overrisslingseffektene for andre næringer blir så stor som mulig.

STRATEGIER

Hva kan kommunen gjøre?

- Fortsatt støtte Visit Fredrikstad & Hvaler
- Arbeide med Smart Reiseliv gjennom det regionale Smart Cities samarbeidet
- Arbeide aktivt for at konferanser blir lagt til Fredrikstad
- Være en vesentlig bidragsyter i å finansiere en by-, aktivitets og sentrumsleder (byen som kjøpesenter, aktivitetssentrum og opplevelsessenter).

Hva kan næringslivet gjøre?

- Søke å få egne konferanser lagt til byen
- Utvikle egen virksomhet slik at man drar nytte av og høste gevinster av reiselivsvirksomheter til byen

Hva kan kommunen gjøre sammen med næringslivet?

- Samarbeide om større arrangementer der hvor lokal kompetanse kommer til syne.
- Utvikle bysentrum til et urbant og spennende handels- og opplevelsesområde.

KONSEKVENSER AV ULIKE PRIORITERINGER

Vi har vurdert konsekvensene av tre forskjellige scenarier med utgangspunkt i tilgjengelige budsjettmidler: (1) høyt budsjett, (2) normalt budsjett og (3) lavt budsjett.

Med **høyt budsjett** mener vi at det tilføres mer penger til næringsarbeidet i form av fondsmidler og verdiskapingsmidler. Midler vil også bli tilgjengelige gjennom andre budsjetter i form av prosjektmidler til Smart City satsingen. I dette scenarioet vil vi bruke mer penger på omdømmeprojekter. Vi vil kunne danne en grunnleggende stolthet for Fredrikstad og næringslivet i regionen. Samarbeid mellom bedrifter for å øke innovasjon og nyskaping vil kunne bli stimulert med økonomiske midler. Kommunen vil bli oppfattet som en ledende og aktiv aktør i næringsarbeidet. Sannsynligheten for å lykkes i å bryte den negative trenden antas å være middels til høy.

Et **normalt budsjett** er tilsvarende det vi har hatt i 2013 samtidig som næringsfondet ikke blir svekket. Noen midler vil bli brukt til samarbeidsprosjekter med Fredrikstad Næringsforening og andre næringsaktører. Omdømmeprojekter vil holde et middels nivå. Vi vil bruke mindre midler på konferanser som bringer folk til byen hvor de får gode opplevelser. Vi vil i mindre grad kunne stimulere initiativ til innovasjon og nyskaping gjennom næringsfondet. Arbeidet med å planlegge og legge til rette for nyetableringer og vekst vil kunne videreføres. Sannsynlighet for å svekke næringsposisjonen ytterligere er middels til høy.

Lavt budsjett tilsier at det ikke blir tilført mer midler til næringsfondet og at verdiskapingsmidlene blir redusert. I dette scenarioet vil vi gradvis gå tom for penger. Vi må avslutte omdømmeprojekter og det vil bli vanskelig å stimulere nettverk av bedrifter og næringsetablering. Dog vil bemanningen være på plass, og kommunen vil kunne fungere som et godt vertskap overfor næringslivet under forutsetning av at økonomien ikke reduserer kvaliteten på de kommunale tjenestene. Arbeidet med å planlegge og legge til rette for nyetableringer og vekst vil kunne videreføres. Sannsynligheten for at den negative utviklingen innen næring og arbeidsplasser fortsetter er høy.

Det er rollen som stimulator til nyskaping og vekst som er den rollen som er mest følsom for reduksjon i budsjettene. Reduksjonen av næringsfondet og verdiskapingsmidler vil redusere evnen til å støtte gode initiativ. Rollen som markedsaktør er avhengig av kommunens samlede økonomi og i hvilken grad vi klarer å stimulere til innovasjon gjennom våre innkjøp. Rollen som vertskap for næringslivet er minst følsom for økonomiske svingninger under forutsetning av at vi ikke reduserer bemanningen. Aktiviteten er stort sett avhengig av personressurser og kommunens evne til å levere gode tjenester.

Kommunen, i samarbeid med næringslivet, tar den kritiske utviklingen i bedriftsattraktivitet svært alvorlig. Næringsfondet vil være et viktig virkemiddel, og bør brukes til å finansiere tiltak som er beskrevet i næringsplanen.

6 DET REGIONALE PERSPEKTIV

«Vår suksess er avhengig av våre naboers suksess»

6.1 REGIONALE PERSPEKTIVER OG INNSATSOMRÅDENE

På regionalt nivå gir fylkeskommunens strategiske næringsplan og Regionrådet for Nedre Glomma sine innspill om regional næringsutvikling viktige føringer.

Fylkeskommunens strategier er knyttet opp til 3 klare fokusområder (innovasjon, attraktivitet samt nasjonal politikk og rammebetingelser). Dette gjenspeiles i stor grad også i de innsatsområder og tiltak som er beskrevet i næringsplanen for Fredrikstad. Særlig ambisjonene om å:

- Øke omfanget av næringslivets FoU og innovasjonsarbeid
- Flere og bedre etableringer i Østfold
- Omstilling i eksisterende næringsliv
- Stedsutvikling
- Infrastruktur og samferdsel
- Kompetanse.

Regionrådet for Nedre Glomma²⁶ fremhever viktigheten av å tenke regionalt i forhold til næringsutvikling - fordi:

- Nedre Glomma regionen, som er den tyngste regionen i Østfold, må i større grad dra nytte av sin beliggenhet i nærheten av Oslo og til utlandet ved å bli mer attraktiv for etablering av næringsliv med kompetansebehov og høy verdiskaping, og større innflytelse overfor statlige myndigheter. Velfungerende regioner med godt omdømme trekker til seg kompetansesarbeidsplasser, FoU etableringer, næringsetableringer og ikke minst infrastrukturelle investeringer.
- I eksisterende næringsliv må det skje kontinuerlig utvikling og forbedringer for å forsterke verdiskapingen samt opprettholde og øke antall arbeidsplasser. Utvikling av nye arbeidsplasser er et samspill mellom mange aktører. For å få til felles satsinger bør det utarbeides felles plan for økt verdiskaping og næringsutvikling. Planen bør ta utgangspunkt i et nært samarbeid med fylkeskommunen.
- Samtidighet i utarbeidelse av kommuneplan kan være hensiktsmessig, slik at man også der kan drøfte regionale utfordringer og muligheter, samt drøfte hvordan man med felles regionale grep kan møte utfordringene og gripe mulighetene.

I næringsplanens, og arbeidsgruppens, forslag til innsatsområder og tiltak er det synliggjort flere eksempler som som gjenspeiler dette. Gjennomgående handler dette mye om å få til bedre samarbeid mellom FoU miljøer, næringsliv og det offentlige. I næringsplanen har vi valgt å konkretisere dette regionale næringsssamarbeidet ved å prioritere initiativet som handler om Smart Cities.

Fotnote

²⁶ Vedlegg til sak 6/12 "Anbefaling om felles regionalt kapittel i kommunenes planstrategier" Vedlagt til Innkalling til møte i regionrådet 7.3.2012.

6.2 SMART CITIES – ET FELLES REGIONALT INNSATSOMRÅDE

Smart Cities er ikke et ferdig utviklet prosjekt/program – men mer et konsept som på verdensbasis finnes i ulike former. Et viktig poeng med Smart Cities er at det handler om å utnytte eksisterende og ny infrastruktur på en bedre måte ved å tilføre smart teknologi. Det finnes heller ingen absolutt definisjon av hva Smart Cities er for noe²⁷. Smart Cities kan forstås som et konsept som ikke er statisk, og kan sees på som en prosess, en serie trinn som fører til at en by både blir mer spenstig og bedre å bo i. En slik by responderer ofte raskere på nye utfordringer. En Smart City er en by der innbyggerne er i stand til å benytte alle de tjenester som tilbys, offentlige så vel som private, på en måte som passer best for hans eller hennes behov. I Smart City kombineres hard infrastruktur, sosial kapital (inkludert lokale ferdigheter og samfunnsinstitusjoner), og (digitale) teknologier på en slik måte at det driver frem en bærekraftig økonomisk utvikling slik at man får et attraktivt miljø for alle. Smart Cities er ofte attraktive som steder å bo i, arbeide i, og å besøke.

En «smart» tilnærming er gjerne drevet frem av informasjonsteknologi og kjennetegnes ofte ved:

- en moderne digital infrastruktur, kombinert med en sikker (men åpen) tilgang til eksisterende gjenbrukbare data, som gjør innbyggerne i stand til å skaffe den informasjonen de trenger, når de trenger den
- en erkjennelse av at service handler om å sette borgerne i sentrum. Dette kan innebære deling av styringsinformasjon for å gi en sammenhengende tjeneste (for eksempel deling av adresseendringer mer effektivt), og tilby levering internettjeneste der det er mulig (for eksempel chatting med saksbehandlere i kommunen).
- en intelligent fysisk infrastruktur (for eksempel “smarte” systemer hvor man samler og analyserer data på slik måte at man optimaliserer transport for å takle toppe i rushtiden)
- en åpenhet i forhold til det å lære av andre, eksperimentere med nye tilnærminger og nye forretningsmodeller
- åpenhet i forhold til resultater/ytelser (for eksempel systemer som gjør innbyggerne i stand til å sammenligne kvalitet på ulike tjenester)
- en ledelse som har en klar og konsistent visjon om hva den fremtidige byen skal tilby sine innbyggere, med en forpliktelse til å levere det som er nødvendig for å få dette til

Fredrikstad kommune har i flere år arbeidet aktivt i samarbeidsprosjektet Framtidens byer²⁸. Det å tenke «Smart Cities» kan være å videreføre erfaringene og idéene fra dette arbeidet også på andre områder.

Fredrikstad kommune undertegnet partneravtale med NCE Smart Energy 22. januar 2014. Sarpsborg kommune har også inngått en tilsvarende avtale hvor fokuset er på Smart City. Hvaler kommuner har vært med i NCE Smart Energy samarbeidet over noe tid og gjennomført flere spennende prosjekter. I Halden kommune har man kommet langt i planlegging av boliger på området Tyska – hvor smarte løsninger for eldre beboere tenkes implementert. Værste AS har inngått avtale om å utvikle konsepter rundt smart cities på sitt område i Fredrikstad. Vi ser derfor at et regionalt samarbeid kan tuftes på dette felles programmet – Smart Cities.

Intensjonen med dette avsnittet er derfor å peke på noen muligheter om hva dette kan være, og noen tanker om hvordan samarbeidet kan utvikles for å fremme innovasjon og styrke dagens og morgendagens næringsliv gjennom et slikt program.

6.2.1 Smart Helse

Fredrikstad kommune leverer IT-tjenester til Hvaler kommune. Fredrikstad Energi AS har installert nye målere i hver husstand på Hvaler som muliggjør elektronisk kommunikasjon. Dette danner grunnlaget for en infrastruktur som kan benyttes i flere sammenhenger – bl.a. leveranser av forskjellige former for velferdsteknologi. Om Fredrikstad og Sarpsborg også tar ibruk tilsvarende infrastruktur fremstår Nedre Glomma som et stort laboratorium hvor forskjellige løsninger kan utvikles og testes i stor skala. Dette vil kunne styrke lokalt næringsliv samt tiltrekke seg virksomheter utenfor regionen innen det vi kaller Smart Helse. Sarpsborg og Fredrikstad samarbeider allerede i prosjektet e-Senior som omhandler nettet disse problemstillingene. I tillegg er Oslo og Gøteborg med i prosjektet som gjør at Smart Helseprosjektet kan få stor oppmerksomhet og ringvirkninger.

6.2.2 Smart Transport

På Hvaler forsøker man å regulere bruken av elektrisitet slik at man unngår de store toppene i forbruket. På den måten kan man unnvære å dimensjonere nettet til toppbelastning og dermed spare penger. Samme tankegang kan man se for seg innen transportstyring. De neste årene skal det investeres 8 milliarder kroner i veier og broer, sykkelstier og kollektivløsninger i Nedre Glomma. Hvis vi kunne bruke noen få kroner til å utvikle teknologi som gjør det mulig å redusere toppbelastningen på veinettet, vil vi kunne oppnå veier uten køer og kollektivtransport som kommer lettere fram. Vi vil kunne få mer ut av investeringene. Det er allerede etablert et nært samarbeid mellom Statens Vegvesen, Østfold fylkeskommune, Sarpsborg kommune og Fredrikstad kommune. Dette regionale samarbeidet kan ligge til grunn for Smart Cities prosjekter innen Smart Transport.

6.2.3 Smart Energi

Eiendomsavdelingen i Fredrikstad kommune samarbeider allerede med NCE Smart Energy om mer effektiv styring av energi i kommunale bygg. I prosjektet Fremtidens byer står smart styring av energi sentralt. Både Fredrikstad og Sarpsborg er med i Fremtidens byer. Dermed finnes det allerede et samarbeid vi kan bygge videre på.

6.2.4 Smart Reiseliv

Alle kommunene – Fredrikstad, Hvaler og Sarpsborg – samt Østfold fylkeskommune har i lenger tid samarbeidet om reiseliv. Vi tror moderne teknologi kan skape større synergier mellom reiselivsdestinasjonene. Vi ser at andre bransjer benytter metodikk/teknologi som øker kjøp av produkter og tjenester (f.eks. Amazon). Begrepet «augmented reality» – forsterket virkelighet – er kjent innenfor reiselivsbransjen, og vi har trolig mye å hente ved å utvikle denne form for teknologi. Også her finnes det et regionalt samarbeid som vi kan legge til grunn for den regionale næringsutviklingen.

Disse regionale mulighetene kan sette regionen på kartet når det gjelder innovasjon og nyskaping. De vil kunne virke tiltrekkende på nye virksomheter samt danne grunnlaget for videre utvikling av lokale bedrifter.

Fotnoter

27 Smart Cities: Background paper, October 2013. Department for Business, Innovation & Skills, lastet ned fra <https://www.gov.uk/government/publications/smart-cities-background-paper>

28 Framtidens byer er et samarbeid mellom staten og de 13 største byene i Norge om å redusere klimagassutslippene – og gjøre byene bedre å bo i.

2014 – 2017

Næringsdestinasjon Fredrikstad

Kommunedelplan for
næringsutvikling i Fredrikstad
2014-2017