

Sammanfattning

Leader innebär samarbete och underifrånperspektiv. Ett brett engagemang från ideella, företag och det offentliga kombinerat med LAG-gruppens beslutanderätt och ansvar ger många nya möjligheter. Under bildandet av Leaderområdet har anslaget varit brett, med möten på ett flertal orter.

Delaktighet har uppnåtts och synpunkter har erhållits från såväl enskilda som grupper, föreningar och företag.

Det geografiska området, som även förändrats under arbetets gång, bidrar till ett nytt samarbete mellan tidigare enbart "goda grannar". Nya relationer kan skapa nya förutsättningar för goda resultat. Grundläggande för Leader 3sams strategidokument är följande slutsatser

- Medvetenhet och kunskap om områdets historia, ger en bättre möjlighet att bygga vidare på naturliga förutsättningar och styrkor och viktigt för att inte upprepa tidigare generationers misstag
- En negativ befolkningsutveckling tar tid och resurser att vända. Ytterst handlar det om att människorna själva skall känna en vilja och kunna se möjligheterna till försörjning och ett gott liv i 3samområdet. Det handlar ofta om inneboende attityder till den befintliga eller nya hembygden.
- Attityderna kan skapas eller förändras med hjälp av både "omvärlds- och invärldsanalys" samt efterföljande påverkan och diskussion. Att förändra attityder tar lång tid, men betyder för den skull inte att man skall avstå från att börja och från att försöka. Önskvärt är att Leader kan stödja en utveckling som avser att flytta mediabild, attityder och förhållningssätt i en mera positiv riktning
- En vidgad information över läns- och kommungränserna kan ge en vidgad arbetsmarknad. Möjligen också ett mera dynamiskt näringsliv som ger underrepresenterade grupper, såsom ungdomar, kvinnor, funktionshindrade och personer av utländsk härkomst, en utvecklande och meningsfull försörjning.
- Nya lösningar för både service, infrastruktur och mötesplatser har troligen sin grund i samverkan, samnyttjande och övrig effektivisering. Det har alltid varit naturligt att samverka med sina grannar, men inom Leaderområdet 3sam bör vi nu ge den utvecklingen en tydlig legitimitet
- De areella näringarnas kopplade till fjällens, skogens, vattnet och åkermarkens utveckling är åter igen en avgörande faktor för människorna i 3samområdets försörjning och välbefinnande i en modern värld. Inom 3samområdet finns en del av småbrukarkunskapen kvar. Vilket kan utvecklas för ett ekologiskt, ekonomiska och socialt hållbart samhälle. Något som utgör en möjlighet både för ett breddat utbud av turistprodukter samt för vidareutveckling och vidareförädling av livsmedelsproduktionen.
- Om aktörer och befolkning inom 3samområdet är redo att testa nya idéer med en positiv och tillåtande attityd öppnas möjligheter till att bli en ungdomlig bygd med rötter i gammal kultur. Detta förutsatt att man drar till sig både ungdomar, eldsjälur och innovatörer

Vision och övergripande mål

Området skall på sikt bli en av de bästa regionerna inom
EKOLOGISK, EKONOMISK och SOCIALT långsiktig och hållbar utveckling
och därmed utgöra ett attraktivt alternativ för bosättning

Genom att bland annat stärka SAMARBETE och NYTÄNKANDE hos de IDEELLA-, PRIVATA och OFFENTLIGA aktörerna, samt att sträva efter att var och en som bor i 3sam blir en ambassadör för området.



Europeiska jordbruksfonden för
landsbygdsutveckling: Europa
investerar i landsbygdsområden





Strategi

För att stärka samarbete och nytänkande krävs ett strukturerat arbete baserat på att;

- *En öppen och tillåtande attityd till nya idéer och lösningar*
- *Konsekvent ta in ny kunskap, nya idéer och utanförståendes synpunkter*
- *Metodiskt låta olikheter i bakgrund, erfarenhet och kompetens mötas*
- *En ny och utomstående syn på de möjligheter vi själva ännu inte ser.*
- *Organisera det oväntade mötet och upphöja korsbefruktningen till arbetsmetod*

Insatser

1. *Stödja utbildning och mobilisering som syftar till en positiv attityd till områdets möjligheter*
2. *Stödja samarbeten, nytänkande och marknadsföring inom Kultur, turism, service och infrastruktur*
3. *Stödja utveckling av ekologisk livsmedelsproduktion och vidareförädling och marknadsföring hos producenter i samverkan*
4. *Stödja utveckling av kunskap och lokalt engagemang för förnyelsebar energi.*
5. *Stödja nya affärsidéer och entreprenörskap genom att främja samarbete mellan lokala parter., internationella utblickar och samarbeten. Former och samarbeten där underrepresenterade grupper kan finna sin försörjning*

Urvalskriterier

För att göra rätt urval av projekt som kan stödja enligt strategin har Lag fastställt ett antal kriterier till vägledning. Alla behöver inte vara uppfyllda men ju fler dess bättre.

- Projektet ligger i linje med strategins intentioner
- Projektet leder till hållbar utveckling och är inte miljöskadligt
- Projektet stärker områdets attraktivitet främst för underrepresenterade grupper
- Det finns en uttalad lokal nytta och behov för projektet, som är lokalt förankrat och med flera parter som intressenter.
- Projektets erfarenheter och resultat kommer många till del
- Projektet snedvrider inte konkurrensen
- Det finns inslag av nytänkande
- Projektet bidrar till att bygga och/eller stärka nätverk till områdets fördel
- Projektet är kostnadseffektivt och har möjlighet att i någon form leva vidare
- Projektet är positivt för integration, mångfald, jämställdhet och ungdomars behov
- Projektägaren har kunskap och kapacitet att genomföra projektet

Indikatorer

Indikatorer är parametrar som skall mätas för att se om arbetet är på väg mot målet.

Indikatorer enligt offentlig statistik

- Antal arbetstillfällen - *mäts också av SJV*
- Antal inflyttade och utflyttade
- Antal nystartade företag

Egen uppföljning kring projekt och aktiviteter knutna till Leader 3sam

- Antal projekt med tydlig profil mot ekologisk och hållbar utveckling
- Antal projekt som främjar entreprenörskap
- Antal projekt inom areella näringar för diversifiering och lokal förädling
- Antal projekt för samarbete inom besöksnäringen
- Antal nya nätverk och samverkansprojekt
- Antal otraditionella lösningar för ökad/bibehållen service och livskvalitet
- Antal nya mötesplatser, fysiska eller virtuella



Strategi 3 Sam

- Antal kultur och föreningsarrangemang
- Antalet nya produkter/tjänster som produceras/förädlas/säljs med lokal identitet
- Andel beviljade medel för kvinnor/ungdomar/personer med utländsk bakgrund

