



Lokalt ledd utveckling

LEADER

3SAM



Utvecklingsstrategi för lokalt ledd utveckling 2014 - 2020

”I vår del av Jämtland skapar vi en attraktiv levande landsbygd för hållbar och värdeskapande tillväxt”

Version 3 2020-04-08

Sammanfattning

Leader 3sam omfattar det geografiska området som består av Ragunda och Strömsunds kommuner. Utvecklingsarbetet med Lokalt Ledd Utveckling 2014-2010 kommer att bedrivas utifrån den strategi som arbetats fram. Processen har arbetat med flera metoder, webenkät, byamöten, djupintervjuer samt tillvaratagit erfarenheter från tidigare projektägare. Totalt har cirka 240 personer med olika bakgrund, kön och ålder bidragit till utformningen av de utvecklingsbehov som framkommit. Som stöd i processarbetet har en referensgrupp med representation från partnerskapet löpande granskat och kommenterat det material som redovisats.

SWOT-analysen som genomförts ger en tämligen klar bild av de utvecklingsbehov som föreligger och med stöd av den omvärldsanalys som gjorts har följande tre övergripande mål identifieras.

- Ett ökat engagemang har skapat ett gynnsammare socialt och mångkulturellt klimat och en positiv samhällsutveckling.
- En jämställd och breddad arbetsmarknad har utvecklats med ökad inflyttning som följd och förutsättningar har skapats för ett hållbart och konkurrenskraftigt företagande.
- En ökad sysselsättning inom besöksnäringen har möjliggjorts genom synliggörande och hållbart nyttjande av våra unika natur- och kulturvärden.

Följande insatsområden ska säkerställa att de övergripande målen uppfylls.

- Attityder & engagemang
- Utveckling av näringsliv & arbetsmarknad
- Infrastruktur, boende & mötesplatser
- Gröna näringar, vatten & miljö
- Hållbar turismutveckling

Tillsammans med de horisontella målen utgör de styrdokument för att med Lokalt Ledd Utveckling bidra till en positiv och hållbar utveckling av området de kommande åren. I strategin beskrivs hur arbetet och samspillet mellan de tre fonderna ska gå till. Urvalsprocessen som styr LAG:s arbete vid bedömning av projektansökningar återges, liksom mål och indikatorer. Kansliets sammansättning och arbetssätt beskrivs också. Det utgår från ett innovativt mobilt arbetssätt i syfte att verka där målgrupperna finns. LAG:s sammansättning beskrivs samt hur den avspeglar partnerskapets representation i LAG. Strategin visar samspillet mellan fonderna och hur de samverkar med andra aktörer som verkar i området samt hur jämställdhet och icke diskriminering säkerställs i arbetet. Slutligen redogörs för hur kommunikering av Leadermetoden genomförs mot olika målgrupper.

English summary

LEADER is a bottom-up method for fundamentally important rural development. Economic diversification and management of natural resources is essential in rural areas, even if the farming and forestry industries still are central.

The geographic area of Leader 3sam 2.0 includes the municipalities of Ragunda and Strömsund in the county of Jämtland, Sweden.

The aim of LEADER is to increase the capacity of different local rural networks to build knowledge and skills, encourage innovation and co-operation in order to solve local development challenges. The work of CLLD, Community Led Local Development 2014-2020 will be supported by this local development strategy. Web polls, public meetings, depth interviews, experiences from former project managers have compiled to this strategy. Approximately 240 men and women with different backgrounds, experiences and age have participated and contributed to the strategy work. During the process a reference group containing of representation from the partnership continuously have examined and commented on the written material.

A SWOT analysis presents a clear picture of the needs of development and in connection with the overall scanning of the area, three main goals are identified:

- Increasing engagement and commitment has created a constructive social and multicultural climate and a positive progress in the society.
- Sustainable and competitive entrepreneurs and businesses are developed. An equal and diversified labour market is significantly improved and people are moving into the area.
- The tourism industry by means of sustainable use of our unique values of nature and culture has contributed to an increasing number of people employed.

Innehållsförteckning

| | |
|--|----|
| Sammanfattning | 2 |
| English summary..... | 3 |
| 1. Syftet med den lokala utvecklingsstrategin | 5 |
| 2. Strategins bidrag till EU:s och Sveriges mål | 5 |
| 3. Strategins framtagning..... | 5 |
| 4. Utvecklingsområdet..... | 6 |
| 4.1 Områdesbeskrivning | 8 |
| 4.2 Behov och utvecklingsmöjligheter..... | 10 |
| 5. På vilket sätt är strategin innovativ?..... | 14 |
| 6. Vision..... | 14 |
| 7. Insatsområden, mål och urvalskriterier..... | 15 |
| 7.1 Övergripande mål för området..... | 15 |
| 7.2 Insatsområden | 18 |
| 7.3 Handlingsplan | 21 |
| 7.4 Urvalsprocess | 25 |
| 7.5 Mål och urvalskriterier..... | 26 |
| 8. Finansieringsplan..... | 33 |
| 9. Organisation..... | 34 |
| 9.1 Administrativ kapacitet och kansliets arbete (drift)..... | 34 |
| 9.2 Partnerskapet och föreningen..... | 36 |
| 9.3 LAG – den lokala aktionsgruppen | 37 |
| 10. Samverkan mellan fonder och med andra aktörer | 38 |
| 10.1 Samverkan mellan fonder/..... | 38 |
| 10.2 Avstämning med andra aktörer med utvecklingsansvar | 39 |
| 10.3 Jämställdhet och icke-diskriminering | 40 |
| 11. Kommunikation..... | 41 |
| 11.1 Kommunikationsplan..... | 44 |
| 12. Uppföljning och revidering | 44 |
| 13. Bilagor | |
| Bilaga 1: SWOT-analys | |
| Bilaga 2: Omvärldsanalys | |
| Bilaga 3: Motivering | |
| Bilaga 4: Kommuner och församlingskoder | |
| Bilaga 5: Definition av egna indikatorer, som ingår i utvecklingsstratrgin | |
| Bilaga 6: Kommunikationsstrategi | |
| Bilaga 7: Tidplan för LAG:s uppföljning och utvärdering | |

1. Syftet med den lokala utvecklingsstrategin

Denna utvecklingsstrategi ska användas för att styra LAG:s arbete med prioritering och urval av ansökningar samt partnerskap, kommunikation och fondsamordning.

2. Strategins bidrag till EU:s och Sveriges mål

Alla projekt som prioriteras genom denna utvecklingsstrategi bidrar till att uppnå EU:s tillväxtstrategi EU2020 – smart och hållbar tillväxt för alla. Därför bygger alla mål och processen för projekturvalet i strategin på de mål som är satta i de inblandade operativa programmen för struktur- och investeringsfonderna.

Analysen ligger till grund för en vision och utvecklingsbehov, som leder till insatsområden och specifika mål som kan mätas med hjälp av indikatorer. En handlingsplan visar hur målen i insatsområden ska omsättas i aktiviteter.

3. Strategins framtagning

Utgångspunkten för framtagning av strategin bottnar i Ragunda och Strömsunds beslut i respektive kommunstyrelser, maj 2014, att ingå i samma geografiska område som förra programperioden 2007-2014. Leader 3sam har haft uppdraget att under hösten 2014 ta fram utvecklingsstrategin för lokalt ledd utveckling (LLU) i enlighet med Leadermetoden. Under arbetets gång har dialog förts med kommunernas landsbygdsutvecklare för att säkerställa kommunernas medverkan och insyn i arbetet. Vidare har kommunernas handlings-/utvecklingsplaner legat till grund för arbetet, liksom den regionala utvecklingsstrategin. LAG:s kommunala representanter har även delaktighet i framtagningen av den regionala utvecklingsstrategin. I strategin ingår summan av det lokalt efterfrågade utvecklingsbehovet (underifrånperspektivet), kommunernas samlade bild av utvecklingsbehovet samt regionens utvecklingsmål. Under processen har strategiskrivandet kommunicerats med en remissgrupp bestående av representanter från samtliga sektorer.

För att få en bild av utvecklingsbehovet har flera olika metoder använts: enkäter, intervjuer, mobiliseringsmöten ute i byar samt genomgång av tidigare projektägares erfarenheter och visioner.

Allmänheten har uppmanats svara på enkäten via webbformulär som spridits på kommunala hemsidor och sociala medier. Utskick via mail har gjorts till tidigare projektägare samt till samtliga föreningar registrerade i kommunernas föreningsregister. LAG-ledamöter har genomfört ytterligare kompletterande enkäter. Djupintervjuer med nyckelpersoner för

strategiskt viktiga näringsgrenar, lokala utvecklingsgrupper, företrädare för turismen, samerna, näringsgrenar med kvinnlig dominans samt intressenter för utveckling mot miljövänligare bränslen har genomförts. Mobiliseringsmöten har genomförts i nio byar i området, där diskussioner förts om vad som är angeläget att utveckla. Deltagarna har resonerat kring vad som är utvecklingsbart i det egna närområdet med ett visionärt perspektiv. Genom utvärderingar och erfarenheter av tidigare Leaderprojekt har det framkommit vilka inriktningar som anses viktigt att arbeta vidare med, nya idéer har uppkommit. Totalt har cirka 240 personer varit delaktiga vid framtagningen av strategin.

4. Utvecklingsområdet

| | |
|---|--|
| Totalt antal invånare i utvecklingsområdet, inklusive tätorter > 20 000 invånare. | Ragunda: 5458 invånare Strömsund: 11984 invånare Totalt: 17442 invånare. |
| Antal invånare i utvecklingsområdet, exklusive tätorter > 20 000 invånare. | 17442 invånare. |
| Områdets totalstorlek i km ² , inklusive tätorter > 20 000 invånare. | Ej aktuellt. Området har inga orter med fler än 20 000 invånare. |
| Områdets storlek i km ² utanför tätorter > 20 000 invånare. | Ragunda: 2511, Strömsund: 10465 Totalt: 12 976 km ² |
| Antal invånare per km ² , inklusive tätorter. | Ragunda: 2, Strömsund: 1 Totalt: 1.34 inv/km ² |
| Antal invånare per km ² , exklusive tätorter. | Se ovan. |
| Kommuner som omfattas av strategin. | Det geografiska området bestående av Ragunda och Strömsunds kommuner. Församlingskoder se bilaga 4. |
| Landskapstyper och landmärken | Landskapstyper Fjälllandskap, skogslandskap samt älvar, sjöar och mindre vattendrag. Landmärken Ragunda: Döda Fallet, Thailändska paviljongen, Indalsälven, Ammerån, Spökprästgården i Borgvattnet, Trähusen i Skyttmon, Stuguberget. Strömsund: Strömsundsbron, Ströms Vattudal, Jätten Jorm (Dunderklumpen) Bifurkation Vängelälven, Hällingsåfallet, Korallgrottan, Bjurälven, Ankarede Kyrkstad, Hällmålningar, Gamla kyrkor |
| Större tätorter och utvecklingscentra | Strömsund och Hammarstrand, huvudorterna i kommunerna. |

| | | | |
|--|-------------------------------------|------------|-------------------|
| Befolkningsförändring för åren 2007–2013 | År | Flyttnetto | Födelsenetto |
| Flyttnetto | 2007 | +10 | -173 |
| Födelsenetto | 2008 | -71 | -141 |
| | 2009 | -175 | -139 |
| | 2010 | -13 | -72 |
| | 2011 | +7 | -114 |
| | 2012 | -8 | -104 |
| | 2013 | -60 | -98 |
| | Totalt | -310 | -841 |
| Arbetslöshet i procent | Ragunda: 8,9 % | | Strömsund: 10,3% |
| | *(Ingen statistik för hela området) | | |
| Arbetslöshet bland unga (15–24 år) i procent * | Ragunda: 18,9% | | Strömsund: 20,3% |
| | * | | |
| Andel invånare med utländsk bakgrund i procent * | Ragunda: 9,0 % | | Strömsund: 10,9% |
| Antal företag med direkt anknytning till fiske och vattenbruk ** | Ej aktuellt | | |
| Antal företag per 1 000 invånare *** | Ragunda: 89,96 | | Strömsund: 100,97 |
| Antal nystartade företag per 1 000 invånare *** | Ragunda: | | 8,7 |
| | Strömsund: | | 8,1 |
| Andel av befolkningen i procent | Ragunda | Strömsund | Totalt |
| 16-24 år | 9 % | 11 % | 10,4% |
| 25-44 år | 18 % | 18 % | 18,0 % |
| 45-64 år | 29 % | 28 % | 28,3 % |
| 65- år | 29 % | 28 % | 28,3 % |
| Medianinkomst 2013 | Ragunda: | | 210 988 kr |
| | Strömsund: | | 214 255 kr |
| Skattesats 2014 | Ragunda: 34,42% | | Strömsund: 33,92% |
| Andel högskoleutbildade 2013 | Ragunda: 9,9 % | | Strömsund: 12,3% |
| Försörjningsmättet 2013 | Ragunda: | | 27 806 kr |
| | Strömsund: | | 25 435 kr |

* fylls endast i vid val av socialfonden.

** fylls endast i vid val av havs- och fiskerifonden.

*** fylls endast i vid val av regionalfonden.

4.1. Områdesbeskrivning

Natur

Leaderområdet 3sam består av Ragunda och Strömsunds kommuner i Jämtlands län.

Området sträcker sig från Utanede i Ragunda kommun i sydost till Ankarvattnet, nära Stekenjokk i Strömsunds kommun, i nordväst. Totalt närmare 40 mil mellan ytterområdena, vilket innebär långa avstånd och ett glesbefolkat landskap.

Området innefattar en mängd varierande naturtyper. Fjäll, skogar och vattendrag sätter stor prägel på områdets karaktär. Flera av de naturresurser och naturfenomen som finns inom området är geografiskt spridda och tillgängliga både för näringsliv och för fritidsändamål. Fjällmiljöerna gränsar mot Norge och där finns Bjurälvens och Korallgrottans naturreservat som tillsammans utgör ett för Sverige helt unikt karstområde med underjordiska vattendrag och grottsystem. Bjurälvens karstlandskap vann ”Geologiskt arv 2014”.

Skogen är av blandkaraktär och har stor betydelse för näringsliv och fritidsaktiviteter i området. Största delen av den produktiva skogsmarken ligger i de mellersta och östra delarna av området.

Inom området finns ett flertal naturreservat, ex Ammerån. Vattensystemet är av riksintresse för vetenskaplig naturvård. Det finns ungefär 80 kända stenåldersboplatser längs ån samt ett stort antal fångstgropar.

När det gäller de naturresurser som vattnet utgör består de av rinnande vatten i form av både reglerade och oreglerade älvar samt sjöar och mindre tjärnar med åar och mindre bäckar som binder dem samman. Enbart i Ragunda kommun finns nio kraftverk och detta beskriver vidden av den reglerade vattenresursen.

Området kring Döda Fallet skapades när Ragundasjön tömdes av Magnus Huss (Vildhussen) år 1796. Området som idag är naturreservat är en unik sevärdhet och föremål för en världsarvsansökan.

Kultur

Områdets kultur och historia präglas till stor del av de resurser för överlevnad som gick att utvinna från skog, mark och vatten. Den samiska kulturen och rennäringen sätter en tydlig prägel på Frostvikenområdet i norr och vintertid även i de sydligare delarna som då används som renbetesland. Fjällbondekulturen är också ett viktigt kulturellt inslag i området.

Kulturskolan för ungdomar i Ragunda kommun rankas som Sveriges bästa¹ och har en viktig roll för att försörja teaterföreställningarna med aktörer vid vridläktaren i Döda Fallet.

Under senare tid har det kulturella utbudet utökats genom nyanlända invånare, mångfalden sätter ny prägel på kulturen.

¹ Lärarförbundet, Bästa musik- och kulturskolekommun 2014.

Näringsliv

Näringslivet i området domineras av offentlig sektor: vård och omsorg, utbildning samt civila myndigheter, totalt cirka 32 % av arbetstillfällena. Därefter följer tillverkning/utvinning med ca 17 %, handel ca 8 %, företagstjänster ca 7 % och byggverksamhet ca 7 %. Jordbruk, skogsbruk och fiske avviker från riksgenomsnittet och uppgår till ca 10 % av arbetstillfällena medan riket i övrigt uppvisar ca 3 %. Övriga näringsgrenar liknar riksgenomsnittet. (Kommunfakta 2014).

Andelen företagare i området är högre än riksgenomsnittet, flertalet är enmansföretag.

Föreningsliv

Föreningslivet är starkt och i de flesta byar inom 3samområdet finns det någon form av byförening. Vissa har nått längre med föreningsverksamheten genom att bilda utvecklingsgrupper och erbjuda olika former av service. Detta har resulterat i att flera ideella föreningar utvecklas till ekonomiska föreningar och sociala företag, exempelvis Forum Frostviken, Fjällsjö Framtid, Bygdens Framtid och Destination Ragundadalen. Syftet är att bevara och utveckla den lokala servicen samt anordna praktik och sysselsättning för kvinnor och män som står långt från den ordinarie arbetsmarknaden, även nyanlända ingår i målgruppen.

Service och infrastruktur

Service har centraliserats alltmer de senaste åren och finns huvudsakligen, med några undantag, i de större orterna i området.

Kommunikationerna följer samma mönster och stora delar av kollektivtrafiken i de glesare delarna av området utgörs av skolskjutsar och styrs av skolans tider. Kollektivtrafiken är väl fungerande utmed de stora genomfartslederna. Kommunikationer med tåg och flyg finns i grannområden. Inlandsbanan som går genom Strömsunds kommun används huvudsakligen turistiskt sommartid och för godstransporter.

Övrig infrastruktur i form av telefoni och internet har utvecklats ojämnt de senaste åren. Nedmontering av kopparnätet görs i en snabbare takt än införandet av ny teknik. Utbyggnaden av fibernät är igång på vissa ställen och är beroende av ideella krafter.

Livskvalitet

Livskvalitet kan sägas handla om de värden individen upplever att tillvaron kan ge. Förutsättningarna för att trivas och uppleva en god livskvalitet är beroende av att den enskildes preferenser uppfylls.

3samområdet karaktäriseras av närhet till skog och fjäll och är glest befolkat, vilket ger andrum och tystnad. Likaså finns det gott om ren luft och rent vatten. De faktorerna, var för sig eller sammantagna, utgör faktorer som påverkar synen på livskvalitet.

Lokal anda

Den lokala andan präglas av hur människor upplever möjligheten att påverka sin egen situation. Stor möjlighet innebär mer framåtanda och engagemang medan liten möjlighet medför uppgivenhet och avtagande engagemang.

Under den gångna programperioden har den lokala andan förstärkts genom olika utvecklingsprojekt med hjälp av Leadermetoden. I områden där projekt genomförts har engagemanget, samarbetet och sammanhållningen ökat.

Sociala förutsättningar

I tabellen under punkt 4. Utvecklingsområdet, beskrivs en del av de sociala förutsättningarna: negativt befolkningsnetto, hög medelålder, generellt hög arbetslöshet (i synnerhet bland ungdomar), medianinkomsten är låg, andelen högskoleutbildade är låg samt försörjningsmätt högt. Ytterligare en faktor av betydelse är antalet asylsökande som ökar och som inte går att utläsa ur någon statistik.

4.2 Behov och utvecklingsmöjligheter

Leader 3sam vill med hjälp av denna utvecklingsstrategi motverka de svagheter och hot som upptäckts i den lokala SWOT-analysen samt omvärldsanalysen². Med Leademetoden som verktyg samt de lokala initiativen vill vi bemöta det generella utvecklingsbehovet.

Området präglas av storlagen fjällmiljö samt skogs- och jordbrukslandskap och karaktäriseras till stora delar av gleshet. Utvecklande insatser är nödvändiga för att möta upp de utmaningar som kunskapssamhället och ökad globalisering innebär.

Vi har identifierat följande utvecklingsområden, vilka även kommer att utgöra insatsområden. De sammantagna åtgärder som sätts in inom respektive områden bromsar den negativa befolkningsutvecklingen och bidrar till en positiv utveckling av området. De mål och indikatorer som redovisas i avsnittet 7.5 utgör styrmedel för LAG vid bedömningen av projektansökningar.

Attityder & engagemang

Det framgår av SWOT-analysen att det skulle gå att utveckla fler verksamheter men att det största hindret av dem alla kanske är vi själva. Attityder, bristande framtidstro, uppgivenhet, trångsynthet och jantelagen nämns i sammanhanget. Identitetsproblem både för ort och individ samt psykisk ohälsa förekommer också. Att ”Folk flyttar till jobb istället för att skapa dem” kan kopplas till bristande entreprenörsanda. Kompetensutveckling efterfrågas för att kvinnor och män i högre utsträckning ska komma i sysselsättning, t ex kunskaper för att våga ta steget, utveckla turismen och övrigt företagande i området samt matcha de arbeten som efterfrågas. Det finns ett rikt föreningsliv men det är ofta ett fåtal eldsjälar som ska göra merparten av jobbet

² Bilaga 2 Leader 3sams omvärldsanalys

som kommer många till gagn. Det upplevs trögt att få in ungdomar i föreningslivet och det råder brist på unga som vill ta över och utveckla de lokala föreningarna. I byar som driver Leader-projekt och där kvinnor och män varit med och påverkat sin situation har engagemanget ökat. Livskvaliteten och självkänslan upplevs öka - där finns en ökad förmåga att ringa in behoven och komma vidare.

En del i att förändra attityder till det bättre är att ge en positiv bild av området i media. Det görs många positiva saker som oftare och tydligare behöver exponeras för allmänheten. Ökad publicitet kring aktiviteter och projekt skulle kunna öka engagemang och få våra målgrupper (invånare m fl) att känna sig sedda och mer betydelsefulla. Strategiskt kommunikationsarbete har en viktig roll i arbetet med attitydförändring.

Utveckling av näringsliv & arbetsmarknad

Leadermetoden utgör ett verktyg för företagare att pröva nya lösningar och nya metoder. Förstudier som undersöker samverkansmöjligheter, produktutveckling, upprättande av affärsplaner samt nätverkande efterfrågas. Ett ökat entreprenörskap bidrar till områdets tillväxt.

Hästnäringen i Jämtland omsätter 336 miljoner kronor, i huvudsak i närområdet, och bidrar därigenom till en betydande del av utvecklingen i Leader 3sams område. De senaste tio åren har hästnäringen varit den snabbast växande näringen på landsbygden och erbjuder attraktiva miljöer samt bidrar till jämställdhet i och med att den skapar sysselsättning för många kvinnor/tjejer. Vi behöver se potentialen i hästnäringen och arbeta vidare med förutsättningarna för fler att bli professionella hästföretagare.

Integration av nyanlända är en viktig utvecklingsfråga. Vi tar emot människor med värdefulla kompetenser som behövs för att säkra framtida rekryteringsbehov i vårt område. En viktig förutsättning för att nyanlända ska integreras, är att man tar tillvara de möjligheter som finns till samverkan. Det kan ske på arbetsplatser, inom föreningsverksamheten och i offentliga verksamheter. Hänsyn ska även tas till kvinnor och män med funktionsnedsättningar.

Ungdomsarbetslösheten är hög och bättre matchning behöver göras mellan det som arbetsmarknaden efterfrågar och det ungdomar väljer att utbilda sig till. Samarbete mellan skola och näringsliv ska fördjupas för att motverka stereotypa föreställningar om yrkesval. Unga som står långt ifrån arbetsmarknaden behöver stöd som leder till arbete eller utbildning.

Områdets demografiska struktur medför att både det offentliga och privata näringslivet står inför betydande rekryteringsbehov. Ungdomar och nyanlända är avgörande för att täcka upp de behoven och därmed säkra områdets tillväxt.

Infrastruktur, boende & mötesplatser

För att kunna utveckla landsbygden och dess näringar måste infrastrukturen fungera - vägar, allmänna kommunikationsmedel, telefoni och bredband är några exempel på vad som behöver byggas ut och förbättras. Det bidrar till ökad attraktivitet både för befintliga invånare och för att främja inflyttning till vårt område. Utbyggd infrastruktur hänger tätt ihop med möjligheter till företagandets utveckling, ett socialt liv och en aktiv fritid. Flertalet högskolor och universitet erbjuder idag distansutbildning vilket skulle kunna bidra till höjd utbildningsnivå i glesbygd,

under förutsättning att bredband blir utbyggt och driftsäkert. Moderna IT-lösningar möjliggör även distansarbete.

Utveckling och kreativitet bygger ofta på mänskliga möten och mötesplatser lyser med sin frånvaro på många orter. När affären läggs ner, skolan likaså så möts människor enbart i sina bilar när de pendlar till jobbet, ofta långväga. Ungdomarna saknar generellt mötesplatser, några få ungdomsgårdar finns och de flesta sköts ideellt. Det behövs många fler platser där människor kan mötas för att idéer ska växa och föra området framåt. Signaler i SWOT-analysen visar på bostadsbrist och att det finns ett växande intresse hos barnfamiljer att flytta ut på landet, vilket behöver arbetas vidare med eftersom utbodlagande försvårar inflyttning. Det finns även en finansieringsproblematik - bankerna värderar generellt fastigheter lågt vilket medför problem att få lån.

Kulturella inslag behöver utökas och utvecklas på landsbygden. Bibliotek, musikarrangemang och kursverksamheter är exempel på sådant som det ofta skärs ner på när ekonomin får styra. Fritidsaktiviteter och kultur bidrar till ökad livskvalitet för att människor, kvinnor och män, ska känna att de har en meningsfull tillvaro och vill bo kvar. Många kulturella arrangemang, i t ex bygdegårdar och med teater i Döda Fallets vridläktare, lever företrädesvis på sommaren och det vore önskvärt att få ett större utbud jämnare fördelat över året i hela området. Året-runt-aktiviteter har även en positiv påverkan på turismen.

Gröna näringar, vatten & miljö

De gröna näringarna har stor utvecklingspotential i Leader 3sams område liksom ett bredare utnyttjande av våra vattenområden. Behovet av nya affärsmodeller samt diversifiering för att öka sysselsättningen är stort. Insatsområdet avser att främja hållbar utveckling av gröna och blå näringar.

Det finns stora resurser som kan användas för produktion av förnybar energi, exempelvis biogasproduktion, och därigenom göra oss självförsörjande på drivmedel. Vi har en miljö och växtlighet som lämpar sig för att skapa provodling, forskningscentrum etc. För att lyckas krävs bl.a. utbildning och information, samverkan med universitet och högskolor, inventering av biomassa, tillämpad forskning och laboratoriekapacitet. Goda förutsättningar finns för att skapa ett utvecklingscentrum i området. Alla insatser som styr Sverige mot fossiloberoende energi är ett måste för att nå uppsatta miljömål.

I Leader 3sams område har en långsiktig satsning påbörjats för att öka jordbrukets möjligheter och underlätta för unga som vill starta verksamhet. Det finns goda förutsättningar för odling och åkermarker som åter kan tas i bruk för livsmedelsproduktion. Exempelvis behöver det satsas på coachning, kunskapsöverföring samt hitta nya finansieringslösningar.

Skogsbruket behöver kompetensutveckling, dels för att utveckla nya produkter och dels för att öka förädlingsgraden av råvaror från skogen. Dessa åtgärder leder till effektivare transporter med mindre miljöpåverkan som följd. Kvinnligt skogsägande har ökat de senaste åren, enligt

Skogsbarometern 2014³ är drygt en tredjedel av skogsägarna kvinnor. Det har framkommit önskemål om utbildning och nätverkande inom denna grupp.

Analysen visar att det finns flera verksamheter, förutom fiske, att utveckla med vattenresursen som bas. Verksamheter som kan leda till att flera företag och fler produkter kommer till.

Generellt sett kan vattenbruk ge oss många möjligheter att utveckla och förädla bl a livsmedel av god kvalitet. Genom att upprätta vattenbruksplaner kan behoven kartläggas och ett ekologiskt hållbart nyttjande säkerställas.

Med ett biobaserat samhälle⁴ kan de miljömål som ställs lokalt, regionalt, nationellt och med EU:s miljömål 2020 uppnås genom insatser inom gröna näringar, vatten och miljö.

Hållbar turismutveckling

Besöksnäringen lyfts fram som en viktig faktor i hållbar tillväxt - vårt område har en naturlig koppling till natur- och kulturturism och utbudet av tillgängliga varor och tjänster behöver öka. Inom vårt område finns goda förutsättningar för ett varierat turistiskt utbud i form av naturupplevelser: jakt, fiske, vandring och rekreation bland annat. Genom samarbete finns möjlighet att utveckla turismen och bidra till att uppnå nationella mål för regional konkurrenskraft och sysselsättning. Samisk kultur och ekoturism är exempel på områden som har stor potential att utvecklas och bidra till hållbar utveckling för lokalbefolkningen.

Den samiska kulturen är närvarande i Leader 3sams område och har potential att bli ännu mer synlig. Samiskt näringsliv har av tradition främst handlat om rennäring och binäringar såsom jakt, fiske, samisk slöjd och andra kulturyttringar. Näringsverksamhet baserad på naturmiljöer och kulturarv kan utvecklas i former av samisk turism – med tradition, hållbarhet och ny teknik hand i hand. De utmaningar som finns är likartade med övrigt företagande; utvecklade lokala strukturer och förbättrad infrastruktur krävs för ökad tillväxt. 1/3 av de samiska invånarna är renägare och renarna har sitt sommarbete i fjällvärlden och vinterbete i de sydligare delarna av området. Turistiska inslag kan ses som ett komplement till rennäringen och en möjlighet att stärka den samiska identiteten.

Älvar, sjöar och åar har använts för att transportera timmer till sågverken och var avgörande för skogsindustrins utveckling. Kraftverksbyggen för mer än 50 år sedan gav liv åt många byar och ”kåkstäder” beboddes under perioder. Flottnings- och kraftverksbyggen är exempel på historia och kulturarv som kan synliggöras och utvecklas för att attrahera turister eftersom det haft stort inflytande och satt sin prägel på områdets identitet.

Genom att identifiera orter/destinationer med förutsättningar för säsongsförlängning kan detta leda till en stark utveckling av samhället med nya investeringar som följd. Utmaningen blir att hitta nya produkter och aktiviteter som inte är beroende av säsong.

³ Swedbank och sparbankerna, LRF Konsult, Skogsbarometern 2014 (2014)

⁴ Det Nordiska Bioekonomi-Initiativet 2013-2018

5. På vilket sätt är strategin innovativ?

För att kunna bedöma om en strategi är innovativ behöver begreppet först definieras. Enligt Tillväxtverkets definition handlar det om nya sätt att skapa värde för samhälle, företag och individer. I den nationella innovationsstrategin anges nya produkter, nya tekniska lösningar och nya sätt att nyttja gamla, naturgivna förutsättningar som innovativt.⁵ Om befintlig kunskap, vara eller tjänst sätts i ett nytt sammanhang – då skapas en innovation.

Leader 3sams strategi är innovativ ur ett samhällsutvecklingsperspektiv då den tar ett helhetsgrepp kring problematiken med bristande självbild och attityder som skapar hinder för utveckling vilket har framkommit i den lokala SWOT-analysen. Nya metoder, nya samarbeten samt möjligheten med flerfondsfinansiering skapar förutsättningar att hitta lösningar.

Leader 3sam kommer att utveckla sitt mobila arbetssätt och fortsätta med aktiv och uppsökande verksamhet gentemot målgrupperna. Vi ser att det är en framgångsfaktor för att nå ut med information samt ta in signaler för ökad kännedom om målgrupperna. Kansliet avser att vara ett aktivt och coachande stöd gentemot stödsökande. Målsättningen är att förenkla det administrativa arbetet så att sökanden i möjligaste mån kan koncentrera sig på att operativt genomföra sina utvecklingsidéer. Digital teknik blir ett ytterligare stöd för att kunna vara tillgänglig där och när det bäst behövs.

Vår strategi kommer att uppmuntra till samverkan inom partnerskapet och bildande av nya nätverk för att komma tillrätta med de svagheter som påtalats i SWOT-analysen. Där efterlyses mod att utmana och att jobba över invanda gränser - nya nätverk behöver byggas för att möta utmaningarna. Vi väljer att arbeta med att skapa förutsättningar för nya arenor där otraditionella möten och samarbeten kan äga rum och som öppnar upp för nya typer av stödsökande.

6. Vision

“I vår del av Jämtland skapar vi en attraktiv levande landsbygd för hållbar och värdeskapande tillväxt”

⁵ Regeringskansliet, Näringsdepartementet. Den nationella innovationsstrategin. (2012)

7. Insatsområden, mål och urvalskriterier

7.1 Övergripande mål för området

| Övergripande mål för hela strategin |
|--|
| 1. Ett ökat engagemang har skapat ett gynnsammare socialt och mångkulturellt klimat och en positiv samhällsutveckling. |
| 2. En jämställd och breddad arbetsmarknad har utvecklats med ökad inflyttning som följd och förutsättningar har skapats för ett hållbart och konkurrenskraftigt företagande. |
| 3. En ökad sysselsättning inom besöksnäringen har möjliggjorts genom synliggörande och hållbart nyttjande av våra unika natur- och kulturvärden. |

Genom behovsanalysen framkommer ett antal insatsområden som belyser de brister som är angelägna att åtgärda, samt även insatsområden som bedöms ha goda utvecklingsmöjligheter, vilket beskrivs i avsnittet 4.2. Behov och utvecklingsmöjligheter kan kopplas till det som beskrivs i kommunernas handlingsplaner, regionala och nationella utvecklingsplaner samt Europa 2020.

1. Ett ökat engagemang har skapat ett gynnsammare socialt och mångkulturellt klimat och en positiv samhällsutveckling.

Behovsanalysen påvisar betydande brister när det gäller attityder och självbild. Avsikten med detta övergripande mål är att vända den negativa befolkningsutvecklingen, bryta de negativa attityderna och ändra den bristande självbilden - både avseende den personliga och sett till området som helhet.

Genom kompetenshöjande insatser är syftet att motverka den negativa bilden av områdets utvecklingsmöjligheter. För att motverka främlingsfientligheten är det viktigt att påvisa vad nyanlända tillför lokalsamhället i form ny kompetens och fler invånare. Målet fokuserar på samverkan mellan de olika samhällssektorerna. Föreningslivet i området framhävs som starkt, men i behov av förnyelse och förnyring för att de som idag är aktiva inte ska tappa engagemanget för lokalsamhällets utveckling. Målet är att genom kompetenshöjande insatser bidra till ett fortsatt engagemang i samhällsutvecklingen.

2. En jämställd och breddad arbetsmarknad har utvecklats med ökad inflyttning som följd och förutsättningar har skapats för ett hållbart och konkurrenskraftigt företagande.

Målet har för avsikt att verka för att offentligt och privat näringsliv arbetar med effektiva metoder i enlighet med miljömålen i Europa 2020. I området har satsningar påbörjats för att minska fossilberoendet och öka produktionen av förnybar energi. Målet ska verka för att skapa förutsättningar för utveckling av anläggningar för produktion av exempelvis biogas och att hitta ersättningar för konventionella drivmedel som bensin och diesel. Utveckling av kompetenscentrum med ökad sysselsättning som följd kan ha stöd i målet.

Kompetensutveckling och utbildning i kombination med fungerande infrastruktur och nya tekniska lösningar ska bidra till hållbar utveckling med sysselsättning i fokus. Entreprenörskap och attityder till affärsmässigt företagande behöver utvecklas. De lokala förutsättningarna ska ligga till grund för utveckling av näringslivet.

För att möta de rekryteringsbehov som uppstår och för att möjliggöra en växande arbetsmarknad med ett jämställt utbud av arbeten är det viktigt att det finns tillgång till bostäder, både hus på landsbygden och lägenheter i centralorterna. Målet är att verka för att möta upp rekryteringsbehov och tillgång till boende och därigenom stärka områdets attraktivitet.

3. En ökad sysselsättning inom besöksnäringen har möjliggjorts genom synliggörande och hållbart nyttjande av våra unika natur- och kulturvärden.

Avsikten med detta övergripande mål är att lyfta fram insatser som bidrar till att de unika natur- och kulturvärden som finns i området i allt högre grad uppmärksammas och kommersialiseras. Genom att lyfta fram värdena i samband med turistiska satsningar utvecklas produkter som bidrar till ökat antal besökare i området. Målet ska uppmuntra till ett större turistiskt utbud jämnare fördelat över året i hela området. Fokus ska ligga på hållbara destinationer där kulturarv och nytänkande i kombination stärker områdets identitet.

Horisontella mål

Strategin ska bidra till att ett de övergripande horisontella målen beaktas vid utvecklingsarbetet och ligga till grund vid urvalsprocesser i samband med projektansökningar.

| Övergripande horisontella mål för hela strategin | Indikatorer |
|---|--|
| Jämställdhet mellan kvinnor och män | <i>Fördelningen kvinnor och män med lika möjligheter att påverka och delta i projektens innehåll och genomförande ska vara 40/60 % av vardera könet.</i> |
| Likabehandling och icke-diskriminering | <i>Antal projekt som aktivt bedrivit mångfaldsarbete samt beaktat underrepresenterade grupper.</i> |

| | |
|---|---|
| Miljö, klimat och hållbar utveckling | <i>Antal projekt som gynnar miljö, klimat och hållbar utveckling.</i> |
| Ungdomars delaktighet | <i>Antal projekt där ungdomar haft lika möjligheter att påverka projektens innehåll och genomförande.</i> |

Ökad jämställdhet mellan kvinnor och män

Målet är att säkerställa att kvinnors och mäns förutsättningar och förmågor tas tillvara på ett likvärdigt sätt. I samband med projektansökningar ska säkerställas att kvinnor och män gynnas i samma utsträckning och har lika möjligheter att delta i och påverka projektens genomförande.

Likabehandling och icke-diskriminering

Alla människors, kvinnors och mäns och flickors och pojkars, lika värden oavsett kön, etnicitet, sexuell läggning, religionstillhörighet, funktionshinder eller annan kulturell bakgrund ska säkerställas i genomförandet av utvecklingsstrategin. Andelen utlandsfödda i vårt område uppgår till drygt 10 procent av befolkningen och väntas öka de kommande åren på grund av ökad invandring och ökat flyktningmottagande vilket ställer större krav på likabehandling vid hantering av projektansökningar. Projektansökningar ska beskriva hur likabehandling och icke-diskriminering bejakas på ett tydligt sätt så att alla har lika möjligheter att påverka och delta i projektens genomförande.

Miljö, klimat och hållbar utveckling

Allt utvecklingsarbete som bedrivs i området ska fokusera på hållbarhet och bevarande av naturresurser. De aktiviteter som bedrivs ska genomsyras av långsiktiga strategiska inriktningar av naturens nyttjande, vilket gäller både fritidsaktiviteter och aktiviteter av kommersiell karaktär. Det är av vikt att minska energibehovet från fossila bränslen, både när det gäller elförsörjning och drivmedel till fordon. Projektansökningar ska i sina planer beskriva hur de uppfyller målen för miljömässig hållbarhet och bevarande av naturresurser.

Ungdomars delaktighet

Målet syftar till att stärka ungdomars deltagande, inflytande, kreativitet och uppmuntra fler unga människor, oavsett ursprung, att engagera sig i landsbygdens utveckling. Projektansökningar ska beskriva hur ungdomars intressen tas tillvara. Ungdomars medverkan samt möjligheter att påverka projektens genomförande kommer att prioriteras.

Målen i Jämtlands läns ungdomsstrategi lägger tyngdpunkten på att ungdomsfrågorna ska integreras i strategier och handlingsprogram.⁶

⁶ Regionförbundet Jämtlands Län, Jämtlands Läns ungdomsstrategi 2014-2020 (2014)

7.2 Insatsområden

Insatsområde 1: Attityder & engagemang

Under arbetet med strategin framkommer en bristande självbild, både sett till den personliga och till det egna området. Det visar sig i form av bristande framtidstro och uppgivenhet. Kvinnor och män, upplever att landsbygden utlämnas i samhällsutvecklingen till förmån för storstäderna. Tendenser visar emellertid att den trenden håller på att vända. I vårt område har det framkommit att allt flera unga barnfamiljer gärna vill bosätta sig på landsbygden om det fanns möjligheter till boende. Insatserna ska motverka de negativa attityder som finns genom att visa på goda exempel och uppmärksamma det som sker på landsbygden på ett positivt sätt. Ungas rätt till inflytande och delaktighet finns reglerat i lagstiftning och styrdokument. Leader ska vara ett verktyg för att ungdomar ska känna att de är del i ett sammanhang och har möjlighet att vara med och utforma aktiviteter.

Den främlingsfientlighet som framkommer under processen riktas ofta mot nyanlända på vaga grunder. Genom att ge en korrekt bild av hur villkoren ser ut och genom att visa vad nyanlända tillför vårt samhälle kan främlingsfientlighet motverkas och bidra till en positivare syn när det gäller invandring. De nyanlända tillsammans med lokalbefolkningen utgör viktiga resurser för vårt område. Alla sammantaget innebär en stor potential när det gäller befolkningsökning och underlag att täcka de rekryteringsbehov som finns. De nyanlända bidrar även i hög grad till nyföretagande. Genom kompetenshöjande insatser ska utvecklingen påskyndas genom coachning och entreprenörsutbildningar med syften att öka sysselsättningen.

Föreningslivet i området är starkt visar den SWOT-analys som gjorts. Risken är emellertid stor att engagemanget minskar allt eftersom eldsjälarna blir färre och att den yngre generationen inte deltar i föreningslivet. Här finns stora utmaningar att möta. Ett starkt och fungerande föreningsliv på landsbygden är en förutsättning för den lokala utvecklingen även i en framtid. Våra insatser ska riktas mot att locka yngre kvinnor och män, även nyanlända, till föreningslivet här kan Leadermetoden vara ett utmärkt verktyg genom att utveckla användandet av ny teknik.

Insatsområde 2: Utveckling av näringsliv & arbetsmarknad

Områdets näringsliv kännetecknas av verksamheter med stor variation gällande storlek, inriktning och behov. När det gäller hållbarhet och långsiktigt arbete med att hushålla med våra gemensamma naturresurser gäller samma förutsättningar för offentlig verksamhet som för det privata näringslivet.

Offentliga verksamheter sysselsätter flest antal personer och då företrädesvis kvinnor. Inom denna sektor kommer betydande pensionsavgångar att ske vilket leder till ett stort behov av

nyrekryteringar. Behovet av nyrekryteringar finns även hos det privata näringslivet av motsvarande anledning. Dessa omständigheter medför stora utmaningar för kunna tillgodose behoven av arbetskraft - annars finns risk att delar av det privata näringslivet flyttar till större orter. Med kompetenshöjande insatser riktade mot kvinnor och män, även nyanlända, som står långt från arbetsmarknaden vill vi motverka de riskerna i samarbete med lämpliga aktörer.

Leadermetoden utgör ett verktyg för företagare att pröva nya lösningar och nya metoder. Det finns behov av förstudier där samverkansmöjligheter, produktutveckling, upprättande av affärsplaner samt nätverkande efterfrågas. Insatser som leder till ökat entreprenörskap bidrar till områdets tillväxt.

En diversifiering av verksamheter som genererar arbetstillfällen är nödvändig för att attrahera kvinnor att stanna kvar eller att flytta till området. Här finns stora utvecklingsmöjligheter till en mer jämlik arbetsmarknad genom att rikta insatser mot verksamheter som företrädesvis riktar sig till kvinnor och tjejer, där t.ex. hästnäringen bedöms ha en stor utvecklingspotential. Här är det även viktigt att hänsyn tas till kvinnor och män, flickor och pojkar med funktionshinder genom att verksamheter utformas så att även deras behov synliggörs och tillgodoses.

Sociala företag kan utgöra en grund för nyföretagande genom att skapa sysselsättning/praktik för kvinnor och män som annars skulle stå långt från arbetsmarknaden. Nya servicelösningar på landsbygden kan också komma ifråga. Här vill vi stimulera förstudier som leder till att sociala företagsidéer prövas.

I enlighet med Jämtlands läns ungdomsstrategi ska arbete fokusera på att bredda ungas arbetsmarknad för att bryta stereotypa yrkesval grundade på exempelvis kön.⁷ Riktade insatser behövs för att matcha vad arbetsmarknaden efterfrågar och vad unga väljer att utbilda sig till. Unga som står långt ifrån arbetsmarknaden behöver stöd som leder till arbete eller utbildning.

Insatsområde 3: Infrastruktur, boende & mötesplatser

För att kunna verka och bo på landsbygden är en fungerande infrastruktur avgörande. Bra vägar för både persontransporter och för varutransporter, fungerande telefoni, både fast och mobil, och inte minst ett bredbandsnät med tillräcklig kapacitet att överföra data på ett säkert sätt och som når alla och möjliggör distansoberoende arbete utgör viktiga parametrar. Insatser i form av förstudier som påvisar förbättringsbehov ska bidra till att utvecklingen av infrastrukturen påskyndas.

Analysen visar att det finns ett intresse av att bosätta sig på landsbygden, men även på att det inte finns boendemöjligheter i motsvarande utsträckning. Utboäggande av hus och fastigheter medför att många hus står tomma större delen av året. Finansiering av nybyggnation av hus utgör ett stort problem eftersom banker inte lånar ut pengar på grund av husens låga värderingar. Med insatser som lyfter fram behov och kartlägger tillgång på boendemöjligheter samt undersöker nya finansieringslösningar ska fler boendemöjligheter skapas.

⁷ Regionförbundet Jämtlands Län, Jämtlands Läns ungdomsstrategi 2014-2020 (2014)

För att främja kreativitet och låta nya innovativa lösningar växa fram behövs mötesplatser och servicepunkter där kvinnor och män, flickor och pojkar, kan mötas – både fysiskt och virtuellt. Med insatser som leder till ökad samverkan mellan det ideella, privata och offentliga vill vi åstadkomma lösningar som leder till att flera mötesplatser etableras.

Kultur- och fritidsaktiviteter behöver utvecklas för att göra det attraktivt att bo landsbygden, utbudet behöver breddas för att tilltala ungdomar. Insatsområdet ska verka för att fler personer är aktiva och bidrar till kulturlivet, särskilt unga. I området finns högkvalitativa kulturskolor och anläggningar, t ex bygdegårdar, bibliotek mm, som lämpar sig för kulturarrangemang. Med hjälp av digitalisering och teknikutveckling kan kulturen breddas och göras tillgänglig. Med insatser som leder till ökad samverkan mellan föreningar, företag och kommuner ska vi åstadkomma ett rikare och breddat kulturutbud.

Insatsområde 4: Gröna näringar, vatten & miljö

Inom Leaderområdet finns goda förutsättningar för produktion av förnyelsebar energi. Här finns flera utvecklingsmöjligheter för att skapa ytterligare tillväxt genom bland annat vindkraft och solenergi. För att minska förbrukningen av bensin och diesel och uppnå de övergripande miljömålen är det viktigt att hitta alternativa lösningar. Det finns stor utvecklingspotential i att utnyttja obrukade odlingsmarker för produktion av biogas av vall och sly som i dagsläget inte utnyttjas. Insatsområdet ska främja hållbar utveckling av gröna och blå näringar genom att stödja aktiviteter som främjar ytterligare forskning inom området och aktiviteter som bidrar till utveckling av nya produkter och nya produktionsmetoder.

En ökad lokal förädling av råvaror som utvinns från jord, skog och vatten i området skulle bidra till flera arbetstillfällen och innebära minskad miljöpåverkan vid transporter. Närproducerade livsmedel från området efterfrågas i allt högre grad, både när det gäller produkter i form av odlade växter och animala produkter från både tama och vilda djur samt fisk. Här kan nyanländas kunskaper inom området tas tillvara på sätt som bidrar till att nya produkter tillkommer. För att få en utveckling till stånd är tillgången på odlingsbar mark av stor betydelse. Undersökningar visar att det finns innovativa möjligheter att återvinna nedlagd jordbruksmark för ändamålet. Här vill vi rikta insatser som ger ökade kunskaper inom miljö och hållbarhet. Insatser riktade mot entreprenörskap och produktutveckling kommer att genomföras.

Insatser som stödjer forskning och utveckling inom området skulle kunna bidra till ökad lokal förädling av skogsråvaror, vilket leder till fler arbetstillfällen. Insatsområdet öppnar upp för produktutveckling, teknikutveckling samt skapande av kompetenscentra och forskningsanläggning.

Insatsområde 5: Hållbar turismutveckling

Turismen är en växande näring som bedöms kunna bidra till en positiv utveckling av området. Genom att i högre grad utveckla och nyttja de naturresurser som finns ges goda förutsättningar

för en ökad tillströmning av besökare. Inom områdena naturupplevelser, jakt och fiske finns underutnyttjade resurser att arbeta med. Insatser i form av entreprenörsutbildningar ska ligga till grund för utveckling, även insatser som syftar till samarbete mellan aktörer i området kan bidra till utveckling genom att flera produkter och tjänster utvecklas. Genom coaching som stödjande insats kan fler ta steget till affärsmässigt företagande.

Insatsområdet ska skapa förutsättningar för kommersialisering av de unika natur- och kulturvärden som finns i området. Kulturarv som exempelvis flottning av timmer samt kraftverksbyggen är typiska för områdets identitet och kan synliggöras och utvecklas för att skapa turistisk verksamhet. Den samiska kulturen utgör en viktig resurs som har potential att utveckla nya produkter och tjänster. Hit riktas insatser som handlar om faktainsamling och dokumentation av historier, livsöden och andra faktorer som kan ligga till grund för utveckling av turistiska produkter. Insatsområdet ska bidra till en tryggare sysselsättning inom turistnäringen med fler året-runt-attraktioner.

7.3 Handlingsplan

Leaderområdet 3sam kommer att arbeta med tre fonder under perioden 2014-2020. Jordbruksfonden för landsbygdens utveckling, Regionala fonden och Sociala fonden. Fonderna kommer att komplettera varandra i varierande grad inom respektive insatsområden för att uppnå strategins mål.

Insatsområde 1: Attityder & engagemang

Med det här insatsområdet vill vi skapa ett positivare klimat när det gäller attityder och bristande självbild. Vi vill att människor, kvinnor och män, flickor och pojkar, i området ska få en bättre bild av sig själva och sina förmågor, samt att de känner att de lever i en bygd fylld av utvecklingsmöjligheter. Integration av nyanlända ska tillhöra det normala och ses som en naturlig och nödvändig del i områdets utveckling. För att mäta effekten av insatserna avser LAG att genomföra ett projekt som mäter attitydförändringen under perioden som strategin omfattar.

Med projekt finansierade av Sociala fonden avser vi att genom utbildningsinsatser som leder till ökad jämlikhet och kunskaper om områdets utvecklingsmöjligheter förändra den negativa och ensidiga bild som råder. Nyanländas integration påskyndas också genom projekt som uppmuntrar till medverkan i det vardagliga livet för att lättare lära sig det svenska språket och hur samhället fungerar. Det handlar också om att hitta vägar att ta vara på den kompetens och de kunskaper som nyanlända människor har. Arbetet med integration innebär också att negativa och främlingsfientliga attityder ändras och därmed att nyanländas kompetenser tas emot och används. Med utbildningsinsatser är ambitionen att öka möjligheter till sysselsättning för både lokalbefolkning och nyanlända. Här kan även insatser genomföras som stärker funktionsnedsattas möjligheter på arbetsmarknaden.

Den fara av ett vikande engagemang i föreningslivet som beskrivits vill vi föregripa genom insatser som lockar unga människor, kvinnor och män oavsett bakgrund till föreningslivet.

Användning av nya innovativa tekniker uppmuntras för att öka engagemanget. Goda exempel på mötesplatser som skapats under den gångna programperioden kommer att lyftas fram som inspirationskällor.

Utvecklingsprojekt i Jordbruksfonden för landsbygdens utveckling kommer att utgöra basen för att bevara och utveckla det engagemang som finns hos föreningarna i området.

Kärnintressenter/Målgrupper: Föreningar, företag, kommunerna, Arbetsförmedlingen, branschorganisationer, studieförbund, universitet/högskolor.

Insatsområde 2: Utveckling av näringsliv & arbetsmarknad

Med det här insatsområdet är avsikten att verka för att de rekryteringsbehov som finns tillgodoses, utveckla samverkan mellan företag och bidra till ett ökat entreprenörskap samt verka för att en diversifiering av verksamheter kommer tillstånd för att skapa ett mer jämlikt utbud av arbetstillfällen.

Både den offentliga verksamheten och de privata företagen är beroende av att det finns tillgång på arbetskraft med nödvändiga kompetenser för att kunna bibehålla och utveckla sina verksamheter. Med insatser från den Sociala fonden är avsikten att genom utbildningsinsatser öka anställningsbarheten hos kvinnor och män som idag står långt från arbetsmarknaden, där även nyanlända och personer med funktionsnedsättningar inbegrips, samt skapa en jämlikare arbetsmarknad.

Med insatser från den Regionala fonden är avsikten att skapa samverkan mellan företag, öka nyföretagandet samt bidra till att nya produkter och tjänster utvecklas.

Diversifiering av arbetslivet är nödvändigt för att skapa en bredare arbetsmarknad som attraherar flera människor, kvinnor och män, till området. Utökad samverkan med exempelvis gymnasieskolor och universitet för att tillhandahålla spetskompetens inom områdets näringar är en målsättning – en tydlig arbetslivsanknytning. Med hjälp av Jordbruksfonden för landsbygdens utveckling kan projekt genomföras med syften att visa på möjliga utvecklingsområden. Ungdomars val av utbildning behöver matchas gentemot vad arbetsmarknaden efterfrågar.

Kärnintressenter/Målgrupper: Företagare, kommunerna, Arbetsförmedling, Försäkringskassan, föreningar, branschorganisationer.

Insatsområde 3: Infrastruktur, boende & mötesplatser

Detta insatsområde har som utgångspunkt verka för en förbättring av infrastrukturen och boendemöjligheterna i området.

De mest angelägna när det gäller infrastrukturen är utbyggnaden av fiber och ett fungerande telefonnät. Med projekt finansierade av Jordbruksfonden för landsbygdens utveckling kan förstudier genomföras för att belysa nödvändiga insatsbehov.

När det gäller boendemöjligheter är metoden ungefär densamma som för infrastrukturen. Projekt i form av förstudier och projekteringar kan finansieras av Jordbruksfonden för landsbygdens utveckling för att få fram underlag som visar tillgängliga hus och innovativa finansieringslösningar när det gäller nybyggnation.

Kärntressenter/Målgrupper: Kommunerna, föreningar, företagare, branschorganisationer (kapital/finansiering), Region Jämtland-Härjedalen.

Insatsområde 4: Gröna näringar, vatten & miljö

Med det här insatsområdet är avsikten att verka för en hållbar utveckling av miljön, minska beroendet av fossila bränslen, bidra till ett ökat användande av förnybar energi från vindkraftsproducerad el samt verka för en ökad förädling av råvaror från jord, skog och vatten. Genom innovativa lösningar är förhoppningen att ökad tillgång till mark för odling ska ske.

Jordbruksfonden för landsbygdens utveckling kommer att finansiera de åtgärder som främst är riktade mot utveckling av metoder som leder till minskat fossilberoende och som främjar användning av förnybar energi samt finansiera åtgärder som främjar ökad lokal förädling.

När det gäller lokalt producerat och småskalig livsmedelproduktion kan även Regionala fonden komma ifråga när det gäller produktutveckling och insatser som främjar entreprenörskap.

Kärntressenter/Målgrupper: Branschorganisationer (LRF, skogsindustri), Universitet och högskolor, företag, kommunerna.

Insatsområde 5: Hållbar turismutveckling

Turismens möjligheter till utveckling följer av att flera produkter tas fram. Det kan ske genom samarbeten av olika slag. Nyföretagande inom området stimuleras genom entreprenörsutbildningar. Med insatser som finansieras av den Regionala fonden kan produktidéer provas och affärsplaner provas för att se om det finns ekonomisk bärighet. Jordbruksfonden för landsbygdens utveckling kan finansiera projekt som avser samarbeten mellan olika aktörer samt projekt som leder till ökade kunskaper om vad som efterfrågas.

Insatsområdet ska verka för att områdets kulturella möjligheter utvecklas på ett positivt sätt så att det främjar och breddar fritidsutbudet, fler mötesplatser kommer till och att flera kulturella arrangemang anordnas. Därigenom ökar områdets attraktivitet och kan bidra till inflyttning och att flera väljer att besöka området. När det gäller områdets historia är det viktigt att kunskaper bevaras och dokumenteras. Genom detta kan historier och traditioner ligga till grund för turistiska satsningar. Projekt finansierade av Jordbruksfonden för landsbygdens utveckling kan bidra till den utvecklingen.

Kärntressenter/Målgrupper: Företagare, föreningar, studieförbund, kommunerna, muséer.

Samverkan

För samtliga insatsområden gäller att samverka med andra utvecklingsområden kan komma ifråga när likartade utvecklingsbehov identifieras. Det handlar om utvecklingsbehov som bidrar

till måluppfyllelse av strategin. Det kan vara samarbeten med närliggande områden, men även vara områden i andra delar av landet eller områden utanför landets gränser. Östersjöstrategin efterlyser samarbeten mellan utvecklingsområden när det gäller utveckling av infrastruktur, miljövänligare energi och drivmedel, men även när det gäller turistiska samarbeten. Leader 3sam har som ambition att utveckla samarbeten med andra utvecklingsområden kring Östersjön inom dessa områden.⁸

Kansliets arbetssätt och metoder

För att uppnå de mål som beskrivs kommer rutiner säkerställas så att samtliga insatsområden beaktas när det gäller bedömningar av projektansökningar. LAG kommer att förses med verktyg i form av checklistor för avstämning mot horisontella mål, insatsområden och indikatorer för att bedöma om projektansökningar faller inom ramen för strategin. Kansliet kommer även att inta en stödjande roll gentemot de som söker och driver projekt för att måluppfyllelse uppnås, både för projekten och i förhållande till strategin.

För att bidra till ett mer positivt klimat som förbättrar attityder kommer LAG efter beslut om stöd att inbjuda projektägare till gemensamma kickoff-möten med föreläsare/inspiratör för att tillföra nya perspektiv om hur ett framgångsrikt och dynamiskt projektarbete ska bli lyckosamt.

Inom tematiska områden kommer paraplyprojekt att drivas för att bidra till en högre måluppfyllelse.

7.4 Urvalsprocess

I skrivandets stund råder osäkerhet hur förfarandet med ansökningar kommer att ske eftersom Jordbruksverket ännu inte fastställt rutiner kring detta.

Kansliets roll i urvalsprocessen består i att kommunicera projektansökningar med de sökande och vara dem behjälpliga så att en formell och korrekt ansökan upprättas. I samband med detta görs även bedömningar huruvida ansökan faller inom ramen för strategins övergripande mål, horisontella mål och insatsområden. Bedömning görs om kostnader är rimliga samt om de uppsatta målen för projektet är realistiska att uppnå. Projektansökningar dokumenteras genom diarieföring och förvaring enligt de rutiner Jordbruksverket fastställer. I kansliets roll, och då främst avseende verksamhetsledaren, ligger även att bedöma ifall den sökande har den kompetens och förmåga som krävs för att genomföra projektet så att uppsatta mål nås.

Urvalsprocessen vid bedömningar av projektansökningar ska ske utifrån ett transparent, objektivt och jämställt synsätt med fokus på icke-diskriminering eller andra skäl som kan leda till att projektansökningar ej behandlas lika. Till detta utformas verktyg i form av checklistor som säkerställer en sådan bedömning. Det är viktigt att LAG inte enbart tittar på det enskilda

⁸ Tillväxtverket, Östersjöstrategin för nybörjare.

projektet utan har ett övergripande strategiskt tänk och ser till att övergripande mål samt horisontella mål följs.

Verktygen är till för kansliets och LAG:s arbete vid bedömningar av projektansökningar och vid kommunikering med den sökande. Checklistan ska även vara vägledande för i vilken fond en projektansökan placeras innan den går till LAG för beslut.

I samband med uppstarten fastställer LAG antal beslutstillfällen per år. Samtidigt utses ett presidium eller ett arbetsutskott som går igenom inkomna ansökningar innan ärenden överlämnas till LAG för beslut. Uppgiften är att säkerställa att en ansökan är färdigbehandlad enligt de rutiner (checklistor) för ärendehantering LAG fastställt.

I samband med beslut i LAG ska det fastställas att LAG är beslutsförmågt enligt det som följer av föreningens stadgar, att ledamöterna har en representativitet som innebär att de offentliga representanterna inte utgör mer än 50 % av de närvarande samt undersöka om det förekommer jäv bland någon av de närvarande ledamöterna. Det åvilar ordförande för LAG att ge utrymme för ledamöter att aktivt delta i beslutsarbetet i samband med mötet. Detta för att ge ärenden en så demokratisk genomgång som möjligt. Varje beslut i ett ärende ska dokumenteras med en beslutsmotivering och det är LAG som ansvarar för detta.

När en projektansökan beslutats av LAG, antingen med bifall eller med avslag, meddelas den sökande med LAG:s motivering till beslutet. Kansliets personal finns till hjälp för det förfarandet.

Kansliets roll är också att se till så att projekten fördelas någorlunda lika inom området och att det finns en variation i projekten så att inte samma saker görs flera gånger. I geografiska områden med låg aktivitet kan det vara angeläget med riktade insatser för att få igång aktiviteter som leder fram till projektansökningar.

7.5 Mål och urvalskriterier

De övergripande målen för landsbygdfonden, regionalfonden samt socialfonden genomsyrar samtliga insatsområden. Nedanstående mål är specifika för Leader 3sam och inom samtliga insatsområden kommer de horisontella målen: Jämställdhet mellan kvinnor och män, Likabehandling och icke-diskriminering, Miljö, klimat och hållbar utveckling samt Ungdomars delaktighet att mätas och kartläggas. Fördelningen deltagande kvinnor och män, ungdomar och personer med utländsk bakgrund i projekten kommer att följas upp kontinuerligt under programperioden.

Insatserna prioriteras i ordningsföljd. Högst placerad är högst prioriterat, gäller både fonder och mål.

Insatsområde 1: Attityder & engagemang

| Fond | Mål | Indikator | Målvärde |
|--|---|--|------------------------|
| <i>Socialfonden</i> | Bidra till ökad/breddad kompetens hos sysselsatta kvinnor och män på arbetsmarknaden. | Antal företag som fått stöd: Antal organisationer som fått stöd: Antal projekt: Antal projekt med innovativ profil: Antal anställda, inklusive egenföretagare, som stärkt sin anpassningsförmåga på arbetsmarknaden: | 1 2 3 1 40 |
| | Bidra till social inkludering och ökad integration. | Antal företag som fått stöd: Antal organisationer som fått stöd: Antal projekt: Antal projekt med innovativ profil: Antal deltagare som medverkat i aktiviteter som bidragit till ökad social inkludering och integration: | 1 2 3 1 30 |
| <i>Jordbruksfonden för landsbygdens utveckling</i> | Forma bilden av landsbygden som attraktiv. | Antal projekt: Antal nyskapade årsarbetskrafter: Antal deltagare: Antal projekt med innovativ profil: | 5 2 100 1 |
| | Ett mångkulturellt, förnygrat, nyskapande och engagerat föreningsliv. | Antal nyskapade årsarbetskrafter: Antal projekt: Antal deltagare: Antal projekt med innovativ profil: Antal nya nätverk/samverkanskonstellationer: | 1 2 25 1 2 |

Insatsområde 2: Utveckling av näringsliv & arbetsmarknad

| Fond | Mål | Indikator | Målvärde |
|--|--|---|------------------------|
| <i>Socialfonden</i> | Stärkt anställningsbarhet för kvinnor och män som befinner sig långt från arbetsmarknaden. | Antal företag som fått stöd: Antal organisationer som fått stöd: Antal projekt: Antal projekt med innovativ profil: Antal arbetslösa deltagare och långtidsarbetslösa som är i sysselsättning, inklusive egenföretagare, efter avslutad åtgärd: | 2 3 1 1 37 |
| <i>Jordbruksfonden för landsbygdens utveckling</i> | Bidra till utveckling av näringsliv & arbetsmarknad. | Antal projekt: Antal nyskapade årsarbetskrafter: Antal deltagare: Antal projekt med innovativ profil: Antal nya nätverk/samverkanskonstellationer: | 5 4 50 1 2 |
| | Bidra till en diversifierad och jämställd arbetsmarknad. | Antal projekt: Antal nyskapade årsarbetskrafter: Antal deltagare: Antal projekt med innovativ profil: Antal nya nätverk/samverkanskonstellationer: | 4 2 15 1 1 |
| | Bidra till ökad samverkan mellan företag/organisationer. | Antal projekt: Antal nyskapade årsarbetskrafter: Antal deltagande företag/organisationer: Antal projekt med innovativ profil: Antal nya samverkanskonstellationer: | 3 1 10 1 3 |

| | | | |
|------------------------|---|--|-----------------------------|
| | Bidra till fler säljbara produkter och tjänster | Antal projekt: Antal nya produkter: Antal nya tjänster: Antal nyskapade årsarbetskrafter: Antal projekt med innovativ profil: | 3 5 5 2 1 |
| | Fler sociala företag med kreativa lösningar. | Antal projekt: Antal nyskapade årsarbetskrafter: Antal deltagare: Antal projekt med innovativ profil: Antal nya nätverk/samverkanskonstellationer: Antal nya sociala företag: | 2 1 15 1 2 1 |
| | Bidra till ungdomars möjligheter att komma in på arbetsmarknaden (matchning utbildning och behov) | Antal projekt: Antal nyskapade årsarbetskrafter: Antal deltagare: Antal projekt med innovativ profil: Antal nya nätverk/samverkanskonstellationer: | 2 1 15 1 1 |
| | Bidra till hållbara lösningar på organisationers utmaningar. | Antal projekt: Antal nyskapade årsarbetskrafter: Antal deltagare: Antal projekt med innovativ profil: Antal nya nätverk/samverkanskonstellationer: | 2 1 15 1 1 |
| Regional-fonden | Främja entreprenörskap & samverkan samt utveckling av nya affärsidéer och nya produkter. | Antal företag som fått stöd: Antal organisationer som fått stöd: Antal projekt: Antal nyskapade årsarbetskrafter i små- och medelstora företag: | 3 1 2 1 |

| | | | |
|--|--|--|----|
| | | Antal deltagare: | 12 |
| | | Antal projekt med innovativ profil: | 1 |
| | | Antal nya nätverk/samverkanskonstellationer: | 1 |

Insatsområde 3: Infrastruktur, boende & mötesplatser

| Fond | Mål | Indikator | Målvärde |
|--|--|---|----------|
| <i>Jordbruksfonden för landsbygdens utveckling</i> | Nyskapande lösningar på lokala utmaningar (infrastruktur, bostäder, service) | Antal projekt: | 5 |
| | | Antal nyskapade årsarbetskrafter: | 3 |
| | | Antal aktiviteter som främjar distansoberoende: | 5 |
| | | Antal aktiviteter som främjar tillgång till nya bostäder: | 2 |
| | | Antal aktiviteter som främjar nya servicelösningar: | 2 |
| | | Antal aktiviteter som främjar samarbete/samverkan: | 2 |
| | | Antal deltagare: | 50 |
| | | Antal projekt med innovativ profil: | 2 |
| | | Antal nya nätverk/samverkanskonstellationer: | 2 |
| | Nyskapande mötesplatser för områdets aktörer och invånare. | Antal projekt: | 5 |
| | | Antal nyskapade årsarbetskrafter: | 2 |
| | | Antal deltagare: | 26 |
| | | Antal projekt med innovativ profil: | 2 |
| | | Antal nya nätverk/samverkanskonstellationer: | 2 |
| | | Antal nya virtuella mötesplatser: | 2 |
| | | Antal nya fysiska mötesplatser: | 2 |

Insatsområde 4: Gröna näringar, vatten & miljö

| Fond | Mål | Indikator | Målvärde |
|--|---|---|----------------------------------|
| <i>Jordbruksfonden för landsbygdens utveckling</i> | Främja hållbar utveckling av gröna och blå näringar. | Antal projekt: Antal nyskapade årsarbetskrafter: Antal nya produkter: Antal nya tjänster: Antal samverkansprojekt: Antal deltagare: Antal projekt med innovativ profil: | 5 2 3 2 2 30 2 |
| | Ökad diversifiering av gröna näringar (nya affärsmodeller, breddad verksamhet) | Antal projekt: Antal nyskapade årsarbetskrafter: Antal nya produkter: Antal nya tjänster: Antal deltagande företag/organisationer: Antal deltagare: Antal projekt med innovativ profil: | 4 1 4 1 4 15 1 |
| | Ökad lokal förädling av råvaror som utvinns från jord, skog och vatten | Antal projekt: Antal nyskapade årsarbetskrafter: Antal deltagare: Antal projekt med innovativ profil: Antal nya nätverk/samverkanskonst: | 5 2 20 2 2 |
| | Främja forskning och utveckling av förnybar energi och energieffektivisering (utveckling, forskning, nya lösningar) inom gröna/blå näringar | Antal projekt: Antal nyskapade årsarbetskrafter: Antal projekt med FOU innehåll: Antal deltagande företag/organisationer: Antal deltagare: Antal projekt med innovativ profil: Antal nya nätverk/samverkanskonst: | 3 2 2 2 10 3 1 |

| | | | |
|-----------------------------|--|--|----|
| Regional- fonden | Främja hållbart entreprenörskap, produktutveckling och småskalig livsmedelproduktion | Antal företag som fått stöd: | 2 |
| | | Antal organisationer som fått stöd: | 1 |
| | | Antal projekt: | 2 |
| | | Antal nyskapade årsarbetskrafter i små- och medelstora företag: | 1 |
| | | Antal projekt som vänder sig till de som vill starta eget: | 1 |
| | | Antal nya produkter: | 3 |
| | | Antal nya tjänster: | 1 |
| | | Antal deltagare: | 10 |
| | | Antal projekt med innovativ profil: | 1 |
| | | Antal nya nätverk/sam- verkans- konstellationer: | 1 |

Insatsområde 5: Hållbar turismutveckling

| Fond | Mål | Indikator | Målvärde |
|--|-------------------------------------|---|----------------|
| Jordbruks- fonden för landsbygdens utveckling | Främja hållbar turismutveckling. | Antal projekt: | 5 |
| | | Antal nyskapade årsarbetskrafter: | 4 |
| | | Antal nya fysiska mötesplatser: | 2 |
| | | Antal nya fritids- och kultur- verksamheter: | 2 |
| | | Antal deltagande företag/ organisationer: | 10 |
| | | Antal deltagande: | 50 |
| | | Antal projekt med innovativ profil: | 2 |
| | | Antal nya nätverk/sam- verkans- konstellationer: | 2 |
| | | Antal företag/organisatio- ner i samarbeten: | 4 |
| | | Fler säljbara produkter och | Antal projekt: |

| | | | |
|-----------------------------|---|--|------------------------------|
| | tjänster med natur- och kulturvärden som bas. | Antal nya produkter: Antal nya tjänster: Antal nyskapade årsarbetskrafter: Antal projekt med innovativ profil: Antal företag/organisationer i samarbeten: | 5 5 2 2 10 |
| | Utveckla potentialen kring samisk kultur. | Antal projekt: Antal nyskapade årsarbetskrafter: Antal nya produkter: Antal deltagande företag/ organisationer: Antal deltagare: Antal projekt med innovativ profil: | 3 1 4 4 29 1 |
| | Tydligare dokumentation av områdets natur- och kulturhistoria. (Skapa förutsättningar för turistisk verksamhet) | Antal projekt: Antal nyskapade årsarbetskrafter: Antal deltagare: Antal projekt med innovativ profil: Antal nya nätverk/samverkanskonstellationer: Antal dokumentationer: | 3 1 25 1 1 10 |
| Regional- fonden | Främja entreprenörskap, produktutveckling och stimulera affärsidéer | Antal företag som fått stöd: Antal organisationer som fått stöd: Antal projekt: Antal nyskapade årsarbetskrafter i små och medelstora företag: Antal nya produkter med kulturella och historiska inslag: Antal nya tjänster med kulturella och historiska inslag: | 2 1 2 1 2 2 |

| | | | |
|--|--|--|----|
| | | Antal deltagare: | 3 |
| | | Antal nya nätverk/samverkanskonstellationer: | 10 |
| | | Antal projekt med innovativ profil: | 1 |
| | | | 1 |

8. Finansieringsplan

| Delåtgärd | Fond | % | SEK |
|---------------------------|-----------------------------|------|------------|
| Drift | Landsbygdsfonden | 25 % | 8 500 000 |
| Samarbeten | Landsbygdsfonden | 4 % | 1 360 000 |
| | Sociala fonden | 1 % | 340 000 |
| | Regionala utvecklingsfonden | 1 % | 340 000 |
| | | | |
| Genomförande av strategin | Landsbygdsfonden | 56 % | 19 091 597 |
| | Sociala fonden | 9 % | 3 060 000 |
| | Regionala utvecklingsfonden | 4 % | 1 308 403 |
| | | | |
| Summa | | 100 | 34 000 000 |

9. Organisation

9.1 Administrativ kapacitet och kansliets arbete (drift)

Ansvar för kansliet och det löpande arbetet åvilar verksamhetsledaren som till sin hjälp har en ersättare/projektsamordnare och en administrativ resurs i vilken ekonomifunktionen även ingår.

En årlig riskanalys identifierar eventuella brister och faror för verksamheten. För att säkerställa kontinuitet i verksamheten ersätter projektsamordnaren verksamhetsledaren vid dennes frånvaro (sjukdom, semester eller annan kortvarig frånvaro). Verksamhetsledare och projektsamordnare har även kompetens att träda in vid administrativ resurs frånvaro. Organisationen blir mindre sårbar om exempelvis fler personer behärskar handläggning i administrativa system.

Anställningsformen är tillsvidareanställning som innebär tryggare anställningsform, vilket innebär säkrare kontinuitet för verksamheten. För att säkerställa kompetens under perioden uppmanas/erbjuds anställda och LAG utbildningar som anordnas av Jordbruksverket, eller annan myndighet, löpande inom områden som bedöms nödvändiga. Även andra kurser och/eller seminarier som anordnas av andra organisationer och som gagnar verksamheten utgör viktiga kompetensförstärkare. Övriga faktorer som spelar roll i utförandet är digitala hjälpmedel (Office 365), strukturerat arbetssätt, verksamhetsplanering samt flexibel arbetstid.

Totalt beräknas tre personer inbegripas i den administrativa kapaciteten i form av anställda samt köpta tjänster.

Genom samverkan med andra utvecklingsområden i regionen är ambitionen att säkerställa kompetens och kapacitet inom områden där fördelar och kostnadsbesparingar kan nås. Det kan även röra sig om att använda speciella kompetenser som något område besitter och som gemensamt kan nyttjas. Inför strategiskrivandet har möten hållits med närliggande Leaderområden: Höga Kusten, Mittland, Sjö, skog och fjäll m fl, där dessa frågeställningar diskuterats och framhållits som viktiga att samverka och byta erfarenheter inom.

Den praktiska insatsen med att informera och kommunicera möjligheter att söka stöd till utvecklingsprojekt kommer att präglas av ett mobilt arbetssätt. Information om möjligheter kommer att skickas ut till samtliga målgrupper inom området för att senare följa upp med fysiska besök, inledningsvis i samband med möten och fortsatt genom att besöka dem som kommer med konkreta idéer till projekt. Arbetssättet har visat sig framgångsrikt under den gångna programperioden. Med den arbetsmetoden prioriteras resurser mot den utåtriktade verksamheten, medan kostnader för lokaler och annan utrustning minimeras så långt det är möjligt.

Nedan framgår av delegationsordningen hur ansvarsfördelningen mellan LAG och kansliet är tänkt att se ut.

| Ärende/område | Delegation | Information till LAG |
|--|--|--|
| <i>Bedöma om projektansökningar uppfyller baskriterier för den lokala utvecklingsstrategin.</i> | <i>Verksamhetsledare Ersättare: Projektsamordnare</i> | <i>Behöver inte informeras till LAG.</i> |
| <i>Godkänna avtal samt inköp/upphandling med leverantörer, banker m.fl. som avser den löpande verksamheten, upp till ett belopp av 50000 kr, och som inryms i den fastställda budgeten.</i> | <i>Verksamhetsledare Ersättare: Projektsamordnare</i> | <i>Informeras till LAG</i> |
| <i>Godkänna avtal samt inköp/upphandling med leverantörer, banker m.fl. avseende den löpande verksamheten, överstigande ett belopp av 50000 kr, och som inryms i den fastställda budgeten.</i> | <i>LAG beslutar</i> | |
| <i>Administrera arvoden för LAG:s möten och utbildningsdagar.</i> | <i>Administratör Ersättare: Verksamhetsledare/Projekt samordnare</i> | <i>Behöver inte informeras till LAG.</i> |
| <i>Lön och andra anställningsvillkor för verksamhetsledaren.</i> | <i>Ordförande Ersättare: Vice ordförande</i> | <i>Ska informeras till LAG.</i> |
| <i>Lön och anställningsvillkor för övriga anställda.</i> | <i>Verksamhetsledare Ersättare: Ordförande</i> | <i>Ska informeras till LAG.</i> |
| <i>Godkänna delaktiviteter inom LAG:s paraplyprojekt.</i> | <i>Verksamhetsledare, ordförande och projektledare (-samordnare)</i> | <i>Ska informeras till LAG.</i> |
| <i>Utbetala LAG:s medfinansiering till projekt efter beslut från Jordbruksverket.</i> | <i>Administratör Ersättare: Verksamhetsledare/Projekt samordnare</i> | <i>Behöver inte informeras till LAG.</i> |

| | | |
|--|--|--|
| <i>Bedöma förskottsutbetalning till projekt (projektstöd)</i> | <i>Verksamhetsledare Ersättare: Ordförande</i> | <i>Behöver inte informeras till LAG.</i> |
| <i>Undertecknande av skattedeclaration (moms, arbetsgivaravgifter och skatt).</i> | <i>Administratör Ersättare: Verksamhetsledare/Projekt samordnare</i> | <i>Behöver inte informeras till LAG.</i> |
| <i>Godkänna förändringar i projektens tidsplan, aktivitetsplan och projektbudgetens fördelning mellan kostnadsslag. Dock icke sådana förändringar som ökar budget eller förändrar projektens syfte och mål.</i> | <i>Verksamhetsledare Ersättare: Projekt-samordnare</i> | <i>Ska informeras till Arbetsutskottet, AU</i> |
| <i>Bevilja förskott från LAG:s andel av stöd till projekt. Maximalt 75 000 kr under programperioden.</i> | <i>Verksamhetsledare Ersättare: Projekt-samordnare</i> | <i>Ska informeras till LAG.</i> |

9.2 Partnerskapet och föreningen

Ragunda och Strömsunds kommuner har gett i uppdrag till den nuvarande ideella föreningen Leader 3sam att genomföra arbetet. Under arbetets gång har avstämning mot kommunernas handlings- och utvecklingsplaner, samt även mot regionens utvecklingsplan gjorts. Vid framtagningen av strategin har en referensgrupp med representanter från LAG:s offentliga ledamöter, privata näringslivets ledamöter och föreningslivets ideella ledamöter samt kommunernas landsbygdsutvecklare medverkat. Referensgruppen har haft till uppgift att säkerställa partnerskapets delaktighet i strategiarbetet.

Ideella föreningar och privata aktörer, enskilda företag och grupperingar av företag samt kommunernas landsbygds- och näringslivsutvecklare utgör de som initialt ingår i partnerskapet och som vidtalats och intervjuats för att få en bild av vad som är angeläget att utveckla inom området. Vidare har enkäter riktade till allmänheten besvarats via webbformulär på kommunala hemsidor samt via sociala medier. I partnerskapet ingår även Regionförbundet Jämtland – Härjedalen.

I strategin är de ingående parternas intresseområden representerade genom de utvecklingsområden och behov som beskrivits:

– Det offentliga representeras genom att förbättrad och utvecklad service, utbyggd infrastruktur och ökad samverkan mellan kommuner, näringsliv och föreningsliv efterfrågas.

- Det privata näringslivet genom att behovet av kompetensutveckling och ökat entreprenörskap tillgodoses.
- De ideella föreningarnas behov av utveckling finns också beskrivet bland utvecklingsbehoven, inte minst när det gäller att locka ungdomar till föreningslivet, men även när det gäller det generella engagemanget. Utifrån beskrivningen kommer Leader 3sam 2.0 att vara väl representerad och sammansatt utifrån de utvecklingsbehov som beskrivs.

9.3 LAG – den lokala aktionsgruppen

LAG-gruppen är sammansatt av representanter för det offentliga, av privata näringslivet och av representanter för det ideella föreningslivet. När det gäller adjungerande platser kommer dessa att tillsättas utifrån behov och/eller rekommendationer. Region Jämtland – Härjedalen innehar en fast adjungerad plats.

Det offentligas representation utses av kommunerna och består av två ordinarie ledamöter – en politiker, en tjänsteman samt två suppleanter från respektive kommun. När det gäller den övriga representationen i LAG, från näringslivet och föreningslivet, tillsätts dessa utifrån de förslag av ledamöter som valberedningen presenterar i samband med uppstarten inför den kommande programperioden. Två ordinarie och två suppleanter från respektive sektor och kommuner med jämn fördelning över området. Utöver den representationen i LAG tillsätts även tre ordinarie ungdomsrepresentanter, en från varje sektor, och tre suppleanter. LAG-gruppen består då av femton ordinarie ledamöter och lika många suppleanter. LAG:s sammansättning ska vara jämt fördelad mellan kvinnor och män, där ingendera får vara representerad med mer än 60 %. Ambitionen är att LAG ska representeras av kvinnor och män med olika bakgrund, kunskaper, erfarenheter samt etnicitet. Det är viktigt att LAG får representation från etniska minoriteter, exempelvis samer.

Med tanke på att flera fonder kommer att ingå i strategin och utvecklingsarbetet kommer LAG:s sammansättning att behöva stärkas med kompetenser inom både den regionala fonden och den sociala fonden. Det innebär att valberedningens sammansättning, antal ledamöter och kompetens kommer att behöva vidgas, dels för att säkerställa valberedningens kunskaper om strategin, dess urvalskriterier och mål, dels med insikter i de olika fonderna. Sammansättningen av valberedningen ska bestå av representanter från de ingående parterna, det offentliga, näringslivet och föreningslivet. Valberedningen ska kunna hitta lämpliga representanter till LAG utifrån lokal kännedom och med hjälp av näringslivet och föreningslivet i området.

Genom samverkan med andra utvecklingsområden i regionen (se 9.1 Administrativ kapacitet och kansliets arbete) är ambitionen att genomföra gemensamma utbildningar av LAG och valberedningen, dels för att ge ledamöterna en god bild av betydelsen av uppdraget, dels få dem att känna gemenskap med andra ledamöter i andra områden. Ambitionen är även att tillsammans med andra utvecklingsområden i regionen tillsätta gemensamma referensgrupper kopplade till de olika fonderna. En gemensam beredningsgrupp kan komma ifråga. Även om strategierna i

respektive utvecklingsområden skiljer sig åt finns gemensamma grunder att förhålla sig till. Utbyten mellan LAG-grupper är värdefulla i utvecklingsarbetet och kan bidra till en högre måluppfyllelse.

10. Samverkan mellan fonder och med andra aktörer

10.1 Samverkan mellan fonder

Det förekommer ingen överlappning av något enfondsområde inom Ragunda och Strömsunds kommuner.

Leaderområdet 3sam har valt att leda utvecklingsarbetet i området med en flerfondslösning bestående av Jordbruksfonden för landsbygdens utveckling, Regionala fonden och Sociala fonden.

Vi ser fördelar med flerfondslösningen och att det kan ge synergieffekter. Generella utvecklingsbehov kan mötas upp genom projekt i Jordbruksfonden för landsbygdens utveckling samtidigt som insatser i form av mer riktade åtgärder som utbildning genom Sociala fonden och åtgärder riktade mot ökat entreprenörskap och produktutveckling genom Regionala fonden bedrivs parallellt.

I den SWOT-analys som genomförts framkommer flera behov där insatser kan göras från respektive fonder. Ett identifierat område är negativa attityder och en bristande självbild, både till sig själv och till området, även rädslan att våga steget och ta egna initiativ framkommer i SWOT-analysen.

Genom det som framkommit vid intervjuer kan negativa attityder och bristande självbild hänföras till den relativt höga arbetslösheten och den indragning av service som sker i områden utanför huvudorterna i området. När det gäller rädslan att ta egna initiativ och starta egna företag framkommer ofta den bristande självbild som en orsak.

Med en flerfondslösning ser vi möjligheter att utmana de bristerna i området. Genom att förändra negativa attityder och bristande självbild genom utbildningsinsatser. Dessa ska bland annat bidra till kompetensökning och ökad anställbarhet, samt bidra till ökad kunskap om det egna området, med hjälp av Sociala fonden. Kulturen är en annan viktig faktor för utveckling, samhörighet och självkänsla. Genom att fånga upp de människor, kvinnor och män, i alla åldrar som känner tvivel och rädsla att gå vidare med att starta egna företag kan insatser göras med åtgärder från den Regionala fonden. Insatser som ska leda till ett ökat entreprenörskap. Viktigt i det sammanhanget är att fånga upp de grupper som har de behoven i vårt område. Under insamlingen av underlag till behovsanalysen har det kommit fram att det finns behov av coaching bland flera grupperingar, bl a samer och nyanlända, när det gäller att starta egna företag. Med insatser genom Jordbruksfonden för landsbygdens utveckling kan infrastrukturen belysas genom att ta fram underlag som kan bidra till att bättre digitala förutsättningar i form

av mobil täckning och ökad tillgång till fiber kommer till stånd -förutsättningar som krävs för att kunna bedriva distansoberoende verksamheter. Ytterligare åtgärder som kan bedrivas inom Jordbruksfonden för landsbygdens utveckling är insatser som riktas mot att skapa boendemöjligheter på landsbygden. Det har visat sig att det finns ett ökat intresse bland unga familjer med barn att bosätta sig på utanför centralorterna. Problemet är att det inte finns tillgång till bostäder, liksom det finns ett problem med finansiering.

Med samverkande åtgärder genom fonderna, som beskrivs ovan, kan förutsättningar som bidrar till en positivare utveckling av området komma igång.

10.2 Avstämning med andra aktörer med utvecklingsansvar

De huvudsakliga aktörerna i vårt område består av Ragunda och Strömsunds kommuner samt den nya regionorganisationen, Region Jämtland Härjedalen.

Den regionala utvecklingsstrategin samt kommunernas översiktsplaner och styrdokument utgör underlag till Leader 3sam:s utvecklingsstrategi för lokalt ledd utveckling och bidrar som underlag till behovsanalysen. De behov som övergripande kommunala och regionala planer inte kommer åt kan genom lokalt ledd utveckling fångas upp och därmed bidra till en bättre utveckling av området.

Ett viktigt mål är att minska fossilberoendet genom att i allt högre grad bidra med förnybar energi. Inom vårt område pågår stora utbyggnader av vindkraften och kommer så att göra inom överskådlig tid. Under föregående programperiod har projekt bedrivits som syftat till att ta tillvara de utvecklingsmöjligheter vindkraftsutbyggnaden ger. Ytterligare insatser mot fossilberoendet som pågår inom vårt område är insatser som riktar sig mot biogasproduktion vilket kan ersätta konventionella drivmedel som bensin och diesel. Två exempel som sammanfaller inte bara med kommunala och regionala strategier, utan även med den nationella strategin och Europa 2020.

Samarbeten med andra Leaderområden i regionen kommer att ske på olika sätt. I våra strategier lyfter vi fram områden där vi kan hitta samordningsvinster och även bidra med kompetensutbyten där sådana är möjliga. Därutöver tillkommer samverkansprojekt när vi ser gemensamma utvecklingsbehov inom områden som överensstämmer med respektive LAG:s strategier och urvalskriterier.

10.3 Jämställdhet och icke-diskriminering

Leader 3sams strategi har jämställdhet mellan kvinnor män och likabehandling och icke-diskriminering som två horisontella mål, i enlighet med målen för Europas tillväxtstrategi EU 2020.

Området präglas i hög grad av en mansdominerad kultur och har sin grund i att arbetsmarknaden och de fritidsaktiviteter som finns företrädesvis intresserat män. Det har inneburit att yngre kvinnor i högre grad än män flyttat till områden med en arbetsmarknad och ett fritidsutbud som tilltalar dem.

För att vända den trenden är det avgörande att komma till rätta med den och arbeta för ett jämlikare klimat och en arbetsmarknad som attraherar både kvinnor och män. På senare tid har även kvinnor och män med utländsk bakgrund tillkommit och väntas öka de närmaste åren. Det gör det än mer angeläget att verka för en bredare arbetsmarknad och ett breddat fritidsutbud.

LAG kommer att beakta två av de övergripande horisontella målen som fastställts i strategin: ”Jämställdhet mellan kvinnor och män” och ”Likabehandling och icke-diskriminering” för att bidra till att uppfylla de mål som EU 2020 eftersträvar genom artikel 7 i den gemensamma förordningen avseende jämställdhet och integration. I de styrdokument som tas fram ska det framgå att de målen beaktats i samband med urvalsprocessen (se 7.4 Urvalsprocessen) vid bedömningar av projektansökningar.

Projektansökningarna ska innehålla beskrivningar kring hur jämställdhet mellan kvinnor och män och likabehandling och icke-diskriminering beaktas. Det ska framgå i ansökan hur projekten organiseras, hur strukturer för påverkan och inflytande ser ut och det ska framgå att det finns en jämlik representation vid genomförandet. Projektens syfte och mål ska vara så utformade att resultaten bidrar till både ökad jämlikhet och en ökad inkludering av nyanlända.

Jämlikhet mellan kvinnor och män och likabehandling och icke-diskriminering innebär mer rättvisa och demokrati i området och leder till ökad tillväxt. Skälen är flera, bland annat leder det till en effektivare arbetsmarknad genom att kvinnors och mäns resurser utnyttjas optimalt, bidrar till hållbar tillväxt genom att attrahera inflyttning samt att innovationsförmågan ökar bland företag och organisationer.⁹

Med insatser finansierade av Sociala fonden vill vi bidra till ökad jämställdhet mellan kvinnor och män och likabehandling och icke-diskriminering genom att prioritera projekt som har de målen. Med insatsområde 1: ”Attityder & engagemang” vill vi genom utbildningsinsatser öka jämlikheten mellan kvinnor och män i området samt verka för likabehandling och icke-diskriminering genom att inkludera nyanlända i vardagslivet. Genom insatsområde 2: ”Utveckling av näringsliv & arbetsmarknad” vill vi åstadkomma en diversifierad och jämlikare arbetsmarknad för att göra det mer attraktivt för kvinnor att stanna kvar eller flytta till området.

⁹ Regionalt strukturprogram för investeringar i tillväxt och sysselsättning Mellersta Norrland 2014-2020.

Kommunikationsinsatser och informationsmaterial kommer att utformas med hänsyn till kön, könsidentitet, etnicitet, ålder etc och anpassas till respektive målgrupp.

Kansliet kommer att arbeta med att föra statistik över män/kvinnor som är projektledare eller ingår i projektgruppen och följa upp hur stöden fördelas ur ett jämlikhetsperspektiv för att verka för att resurser fördelas jämlikt mellan respektive kön.

11. Kommunikation

Strategisk kommunikation är central för Lokalt Ledd Utveckling och en förutsättning för att sprida kännedom om Leadermetoden och möjligheterna att söka stöd för utveckling.

Tre övergripande kommunikationsmål

- **Personer och organisationer som söker projektstöd inom lokalt ledd utveckling och bidrar till hållbara, levande lands- och kustbygder.**

Kommunikationen ska hjälpa de som inte sedan tidigare känner till metoden och möjligheterna att söka projektstöd samt hjälpa dem att:

- Känna till att projektstöden inom lokalt ledd utveckling finns
- Lätt att hitta information om projektstöden
- lämna in ansökningar i tid
- Känna till målen med lokalt ledd utveckling och EU:s roll inom landsbygdsutveckling
- Förstå vilka mervärden projektstöd kan ge bygden
- Samverka med andra som söker eller har fått projektstöd för att sprida kunskap om arbetssätt, hinder, möjligheter, resultat och effekter.

- **Vidareförmedlare och samarbetspartner sprider information, kunskap och erfarenheter om lokalt ledd utveckling.**

Kommunikationen ska hjälpa dem att:

- Känna till möjligheterna med lokalt ledd utveckling
- Enkelt hitta information om lokalt ledd utveckling
- Sprida information om möjligheterna med lokalt ledd utveckling
- Känna till målen med lokalt ledd utveckling
- Intressera sig för den lokala utvecklingen

- Förstå att det är många som lär sig av varandra och samverkar för att nå målen med lokalt ledd utveckling
 - Förstå den egna rollen och sprida kunskap om arbetssätt, hinder, möjligheter, resultat och effekter
 - Känna till EU:s roll för lokalt ledd utveckling
- **Allmänheten känner till arbete med och effekterna av lokalt ledd utveckling samt EU:s roll inom den lokala utvecklingen.**

Kommunikationen ska hjälpa dem att:

- Känna till möjligheterna med lokalt ledd utveckling
- Känna till hur effekter av lokalt ledd utveckling påverkar utvecklingen av samhället
- Känna till EU:s roll för lokalt ledd utveckling

Fyra primära målgrupper

- Personer och organisationer som söker stöd, ex företagare, organisationer & ideella föreningar
- Vidareförmedlare (budbärare), Landsbygds- och näringslivsutvecklare, branschorganisationer, föreningar, företagargrupper, ungdomsledare m fl.
- Samarbetspartners, exempelvis kommunerna, andra Leaderområden, Regionförbundet, branschorganisationer, näringslivskontoren, lokala aktörer inom näringsliv och föreningsliv m fl.
- Allmänheten – invånarna i Leaderområdet samt övriga som berörs av arbetet, ex utboägare, hemvändare, sommargäster.

Anpassad kommunikation för programperiodens faser

Kommunikationsinsatserna anpassas till att programperiodens olika faser, vilka kräver olika typer av kommunikation.

Under införandefasens första del ges information till tidigare projektägare och övriga i befintliga nätverk om det kommande programmet samt ungefärlig tidsplan för möjligheten att söka stöd. Parallellt pågår målgruppsanalys för att skapa en tydligare bild av målgruppernas behov, för att rätt budskap och rätt kanaler ska kunna väljas för att nå ut. Målen med lokalt ledd utveckling kommuniceras generellt.

Något senare i införandefasen kommuniceras LAG:s verksamhet, partnerskapet och samarbetet mellan de personer som förvaltar, betalar ut och informerar om de olika programmen, det ska finnas en helhet i både administration och kommunikation. Förtroende från skattebetalare och finansiärer är viktigt för fortsatt lyckat arbete med lokal utveckling.

Under *genomförandefasen* formas kommunikationen främst efter presumtiva projektägare med utvecklingsidéer som kan bidra till att målen med Lokalt Ledd Utveckling uppnås. Här är det viktigt att informationen anpassas till kulturella, språkliga förhållanden och att

jämställdhetsperspektivet beaktas. Det är angeläget att informationen når ut till de som inte sedan tidigare har kännedom om möjligheterna till stöd. Tidigare projektägare samt budbärare/vidareförmedlare är viktiga budbärare i den här processen och kan signalera kommunikationsbehov.

Slutfasen inkluderar sammanställning av måluppfyllelse samt spridning av resultat och goda exempel. Det är angeläget att finansiärer ser hur satsade medel bidrar till utvecklingen. Erfarenheter ska dokumenteras och slutsatser dras som kan ligga till grund för planering av kommande programperioder. Det är viktigt att utvärdera kopplingen mellan kommunikation och måluppfyllelse för att se om kommunikationsinsatserna var rätt riktade, om något hade kunnat göras bättre för att få fler att söka stöd.

Uppföljning och utvärdering

Utvärdering ska ske kontinuerligt under programperioden, både gällande strategi, mål, indikatorer och hur informationen om Lokalt Ledd Utveckling kommuniceras. Programperioden 2014-2020 kommer Leader 3sam göra löpande utvärderingar av hur kommunikationen fungerar, hur budskapen tas emot och dra nytta av erfarenheterna. Under en sjuårsperiod hinner mycket förändras och det är viktigt att Leader 3sam hänger med och anpassar kommunikation och arbetsmetod efter hur samhället, medier och kanaler utvecklas för att målen ska kunna uppnås.

Huvudsakliga kommunikationsstrategier

- Mobilt arbetssätt – för att nå ut med Leadermetoden och möjligheterna till stöd ska Leader 3sam utveckla sitt mobila arbetssätt och finnas där målgrupperna finns. Det är viktigt med tvåvägskommunikation för att kunna ringa in målgruppernas behov och spridning ska exempelvis ske via nätverk, företagarmöten, föreningsmöten och på olika mötesplatser. Det personliga mötet är viktigt för att kommunicera ut budskapen inom lokalt ledd utveckling.
- Anpassad kommunikation – Informationen ska anpassas till respektive målgrupp och kanal väljas utifrån vilken som är bäst lämpad. Exempelvis kan trycksaker, sociala medier, film, webb, utskick, affischering komma att användas och anpassas till målgrupp. Språk och jämställdhet är exempel på faktorer som ska beaktas i framtagandet av material. Materialet ska vara inspirerande och visa på de möjligheter som finns och exempel på projektidéer för att coacha de som funderar på att starta ett projekt.
- Massmediarbete – Under den gångna programperioden har det förekommit att Leader inte nämnts alls i artiklar som handlat om projekt genomförda med Leadermetoden, vilket är anmärkningsvärt. För att komma till rätta med problematiken ska kontinuerliga kontakter knytas med lokala massmedier, pressmeddelanden skickas ut regelbundet som informerar om lokalt ledd utveckling, visa på goda exempel från projekt som drivs och att Leader bidrar till en positiv samhällsutveckling. Medfinansiärer och allmänheten ska

få kännedom om det kraftfulla ideella engagemang som ligger bakom projekten och att det är Leader, lokalt ledd utveckling som bidrar med projektstöd.

- Budbärare – en viktig del i att Leadermetoden sprids. LAG-ledamöter är ambassadörer, tidigare projektägare, samarbetspartners och övriga vidareförmedlare såsom kommunala representanter är viktiga kontaktvägar. Dessa ska förses med aktuell information av kansliet.

11.1 Kommunikationsplan

Se bilaga 6, Kommunikationsstrategi.

12. Uppföljning och revidering

För att uppnå ett effektivt genomförande av denna utvecklingsstrategi kommer ett kontinuerligt utvärderingsarbete att genomföras. Det omgivande samhället utvecklas ständigt och löpande utvärderingsaktiviteter lägger grunden för fortlöpande förbättringar. Återföring och återkoppling av resultat och utveckling ska bidra till snabbare agerande samt nödvändig revidering av mål och strategi. Vi vill med följeforskning och löpande utvärdering bidra till lärprocesser - både för projekten, allmänheten samt internt i organisationen. Följeforskning ger möjlighet till reflektioner, analyser, jämförelser och nödvändiga slutsatser genom att det löpande följer verksamheten och därigenom hjälper projekten/verksamheten att styra bättre mot de mål som antagits. Resultat och erfarenheter kommer att återföras till organisationen, Jordbruksverket samt andra intressenter/organisationer.

Metodval - de utvärderingsmodeller som kommer att tillämpas är en blandning av planeringsstyrd och utvecklingsstödjande. Både kvantitativa och kvalitativa utvärderingsinsatser kommer att utföras då både djupintervjuer och ren statistik behövs för en komplett kartläggning. Ett utvecklingsinriktat förhållningssätt kommer att vara i fokus. Muntliga, skriftliga metoder samt tvåvägskommunikation kommer att användas.

Säkerställande av data – Jordbruksverkets IT stöd kommer att användas för att ta fram underlag. Leader 3sam kommer att samla in fakta utifrån uppsatta indikatorer och målluppfyllelse vilket kommer att lagras på relevant sätt.

Kontrollstationer - samtliga projekt kommer att granskas och se om de utför de aktiviteter som är angivna i projektplanen. Individuella kontrollplaner kommer att tillämpas beroende på projektets tid och omfattning. Vid längre projekt ska delrapport levereras som ger en sammanfattande bild av hur de ligger till i förhållande till målsättningar och önskvärda effekter.

Utvärderingar och uppföljningar av enskilda projekt kommer att genomföras dels löpande under projektets gång, direkt vid projektslut samt efter 6-12 mån. De långsiktiga resultaten går många gånger inte att upptäcka nära inpå projektslut och sett utifrån ett hållbarhetsperspektiv krävs en fördjupad analys. Utvärderingarna kommer att vara användbara under projekttid samt programperiod.

Uppföljning av organisationen och verksamheten kommer att genomföras löpande under programperioden. LAGs arbetssätt och roller samt kansliets utformning och arbetsmetoder kommer att utvärderas. Insamling av data och uppgifter som ska levereras till SJV ska ske regelbundet och i enlighet med angivna intervaller. Årlig uppföljning av Leader-organisationen genom riskanalys/behovsanalys.

Utvärdering av utvecklingsstrategin kommer att genomföras en gång per år och eventuellt revideras inför kommande verksamhetsår.

Horisontella mål – jämställdhet mellan kvinnor och män, likabehandling och icke-diskriminering, miljö, klimat och hållbar utveckling samt ungdomars delaktighet. De horisontella målen ska särskilt beaktas i utvecklingsarbetet och ligga till grund vid urvalsprocesser för samtliga projektansökningar. De fyra horisontella målen ska beaktas i varje projekt genom att projektägaren i projektbeskrivningen anger i vilken grad man bedömer att man kommer att uppfylla respektive inte uppfylla de horisontella målen. Löpande under projektets gång kommer utvärderingen att visa på i vilken utsträckning projektet nått uppsatta mål samt hittills uppnått utfall för indikatorerna enligt projektbeslut.

Leader 3sams verksamhetsberättelse och verksamhetsplanering kommer att utarbetas med stöd av samtliga analyser och utvärderingar.

Att kommunicera resultaten av projektuppföljningarna är en viktig uppgift (se kommunikationsplan). Resultaten i kombination med goda exempel ska användas för att skapa offentligt intresse och bidra till utvecklingsinriktat lärande och förmedling av kunskap – detta underlättar för långsiktig hållbarhet. Resultaten ska användas både internt i Leaderorganisationen och externt till olika intressentgrupper.

Resursplanering – LAG har övergripande ansvar för att utvärderingar och uppföljning genomförs löpande enligt plan.

Det operativa, löpande arbetet utförs av kansliets personal, enligt plan, med stöd av LAG vid behov.

Utöver LAG:s årliga uppföljningar och utvärderingar kommer oberoende resurs att se över arbetssätt/metoder samt göra regelbundna summeringar av projektens resultat och utfall med förslag på eventuella förbättringar. Resultaten av uppföljningar och utvärderingar kommer att utgöra underlag för den årliga verksamhetsplaneringen.

Se bilaga 7, Tidplan för LAG:s uppföljning och utvärdering

13. Bilagor

Bilaga 1: SWOT-analys

Den SWOT-analys som gjorts bygger på en webbaserad enkät som funnits på kommunernas hemsidor och sociala medier, cirka 130 svar har inkommit med en jämn spridning över området. Ytterligare bidrag till analysen utgörs av nio byamöten som genomförts och där ytterligare cirka 100 bidrag kommit in. Dessutom har djupintervjuer gjorts med företrädare för turistorganisationer, samer, tidigare projektägare och kommunernas landsbygdsutvecklare. Totalt har cirka 240 svar bidragit till SWOT-analysen.

Sammanfattningsvis har analysen utkristalliserat de övergripande mål och insatsområden som beskrivs i avsnitten 7.1 och 7.2. Nedan redovisas det som framkommit ur web-enkäter, byamöten och intervjuer i SWOT-form.

| STYRKOR | SVAGHETER |
|---|--|
| <p>Naturen Vatten, älvar, sjöar, tjärnar, myrar i mängder Skog, mark och underbar natur Årstidernas skiftningar Ett rikt djurliv och underbar, vacker natur. Det gamla odlingslandskapet Det underbara läget Fantastisk miljö och utsikt Trivsel och närheten till naturen Storslaget vackert med närhet till fjällen "Lyxigt att ha den vackra naturen runt knuten" Vyerna – vintrarna</p> <p>Möjligheter att bo – inflyttning Hus finns tillgängliga Billiga bostäder – billigt att leva & bo Bra boende, billig hyresnivå Samlingslokaler, många lokaler Folk flyttar in, inflyttning av unga familjer, barnfamiljer som vill flytta hit Levande by med många barnfamiljer med yngre barn. Ungdomar stannar och bildar familj här. Nyinflyttning = tillväxt i byn Stark "här vill jag leva och bo-känsla"</p> <p>Föreningslivet</p> | <p>Brist på boendemöjligheter Bostadsbrist – ungdomsboende Få lägenheter/hus Hus säljs till sommargäster Svårt att hyra bostad Många hyreshus revs för ett antal år sedan – bidrar till bostadsbrist Inga nybyggnationer – inget händer Det saknas ett "lyxigare" äldreboende – de äldre nu ställer nya krav och nöjer sig inte med att bara bli instoppade varsomhelst Svårt att få tag på boende för de som vill flytta in Brist på bostäder i lämplig prisklass För få hus för året-runt-boende Brist på bra boendeförutsättningar</p> <p>Dåliga kommunikationer och infrastruktur Dåliga kommunikationer För få bussförbindelser Kommunikationerna – bredband och telefoni ute i byarna - bristande bredbandsuppkoppling Svårt att attrahera barn och ungdomar när all kommunikation är långsam och alla måste pendla Undermåliga bussförbindelser dagtid och kvällstid mellan Östersund-Strömsund</p> |

Ideellt arbetande människor, starkt engagemang från föreningar, rikt & aktivt föreningsliv, en mångfald av aktiva föreningar som jobbar hårt
Föreningarna är duktiga på egna arrangemang, Människorna
Drivande eldsjälur
Stark ideell sektor
Föreningslivet är bra
Aktiva föreningar med aktiviteter av vitt skilda slag
Engagerat föreningsliv – kreativitet
Många föreningar som lägger ned själ och hjärta för sin verksamhet
Viljan att sträva framåt

Fritidsmöjligheter

Badplatser
Fin natur med möjligheter till jakt, fiske, svamp- och bärplockning
Starkt fritidsutbud
Skidor-skridskor-skoter – vintersport/vinteraktiviteter
Naturen ger möjligheter till friluftsliv
Vandringsleder, slalombacke, skoterleder, Björnskådning och fladdermussafari, Biografen är igång igen
Fågeltorn
Stort utbud av aktiviteter för barnen
Mycket bra rekreativsmöjligheter året runt
Stort utbud av fritidsaktiviteter
Natur och friluftsliv
Positiv fritid
Golfbanor
Närheten till naturen med möjlighet till pimpelfiske och skoteråkning
Bra fiskemöjligheter/fiskevatten
3-4000 fiskebesökare (inom ett fiskeområde), Indalsälven/fisket
Lätt att ta sig till fiskevatten
Fantastisk natur och fiskesjöar, Ammerån med fisket

Utvecklingsmöjligheter – Mark-/ naturvärden

Utvecklingsmöjligheter
Framtidstro gällande jordbruket (Tåsjödalen växer)
Stor potential för jordbruk/skogsbruk
Vacker och användbar natur
Jordbruksbygd med fantastiska möjligheter till odling

Dåliga vägar
Dålig kollektivtrafik
Dåliga busstider
Dålig infrastruktur
Dåliga kommunikationer
Ortens läge, avstånden
Brist på kommunikationer (framförallt kvällar och helger)
Mobiltäckningen och fibertekniken är bristande
Stor brist på cykelvägar och gångstigar samt markerade vandringsleder
Långt till mycket, Långt till allt
Transportsystem, järnväg etc
Fiber saknas
Dålig mobiltäckning
Bredbandsfrågan måste lösas
Infrastrukturen är dålig
Avsaknad av fungerande infrastruktur
Dålig IT-och mobilteckning
Dålig mobilteckning
Dåliga kommunikationer
Avsaknaden av fiber

Fritidsutbudet

Få aktiviteter på kvällar och helger
"Vi har ingen mötesplats"
Dålig variation på fritidssysselsättning
Satsningar på fritid existerar inte
Det saknas tillgång till en vettig sporthall
Dåligt kultur- och nöjesliv
Saknad av nöjesutbud, restauranger mm,
Allt händer på sommaren är mindre bra (ojämn fördelning över året)
Långt till kulturverksamhet såsom bibliotek, skola och kursverksamhet,
Dåligt utbud med saker att göra, förutom natur och jakt
Orimliga krav på det ideella för att få till ett fungerande fritidsutbud
Uppdelat på ålder (äldre/yngre) inte så mycket utbyte mellan olika åldrar längre
Ensamhet
Svårt att lära känna folk
Vi har övervägande manliga besökare – kvinnorna då?
Enformigt fritidsutbud för ungdomar om man inte är intresserad av fotboll

Vikande engagemang

Sämre engagemang från de som inte är aktiva/med i någon förening
Samma människor engagerade

| | |
|---|---|
| <p>Möjlighet att använda nedlagt skola till utveckling "Vi har plats" Positiv till inflyttning utifrån och accepterar nya idéer Skaparanda, framåtanda och vilja Stora naturvärden ren natur, oexploaterat, öppna ytor, frihet, ingen trängsel eller stress kulturlandskap, tro på framtiden, Positiv inställning till vindkraft, Bygden är vattenrik, Outnyttjade naturresurser, "Det är inte trångt – det finns gott om plats att växa"</p> <p>Människorna God anda Vänlighet – trevliga människor Positiv syn "Man blir självgående av att växa upp här", Trivsel Bra servicebemötande Varierande arbeten och fritidsaktiviteter Aktiva människor, gemenskapen, vi-känsla Byn och de boende är överlevare Människornas kraft Vilja att överleva Positiv syn i samhället Samlade krafter = service kvar, Samhörighet – utåt sett eniga, samarbete, Man hjälper varandra, Lätt att komma in i samhället, Tystnade och samverkan med grannar Positiv inställning till att skapa aktiviteter och träffpunkter, Bra samverkan, Bra samarbete, Vacker by med levande byförening och bra gemenskap med stor framtidstro Människor ställer upp på varandra, Engagemang och positiv and Sammanhållning och aktiviteter för alla åldrar, Samhörighet och trivsel Naturen – människorna – tystnaden, Många engagerade personer med många idéer, Naturen och de positiva människorna, Vackert att bo och tillgängliga människor Aktiv bygd</p> <p>Geografiska läget Bra pendelort Bussförbindelser Närhet till kusten Närheten till tre större orter/städer Vi bor "mitt i" – tillräckligt nära två större orter, Östersund och Sundsvall</p> | <p>"En generation som är för gammal", Många föreningar Brist på nytänkande Få personer får göra allt Mycket engagemang från få eldsjälarna Dåliga kommunikationer både fysiskt och socialt – svårt att hitta ideella krafter För lite ideella krafter Eldsjälarna dör Svårt att få med unga Brist på ungdomar Arbetslusten verkar vara låg hos de yngre Brist på aktiviteter för ungdomar, Föreningarna måste bli bättre på att locka till sig unga Ungdomarna har idéer men styrelsen ska jobba... Den tråkiga attityden och den bristande insikten om hur bra vi har det Ortens identitet</p> <p>Försämrad service Upplever dåligt stöd från centralorten Ingen offentlig toalett Kommersiellt utbud Eftersatt, trång, sliten skola med tråkig skolgård, Bristar i kvalitet på skolan, Långt till service såsom läkare och tandläkare, Långa avstånd till sjukhus och övrig vård Urholkad service Kommunen struntar i att klippa, plantera och starta fontäner etc. Vi känner av ett bristande intresse och bristande skötsel Rädsla för att t ex skolan ska skäras ner på För långt till viss service, Politisk trångsynthet och ointresse "Kommunens syn på Hötting är obefintligt" Ses som mindre viktig än centralorten av politikerna Brist på service, dåligt med allmän service och kommunikationer Långt att åka när man ska handla specialvaror, och dyrt Ett stressat liv p.g.a. långa avstånd till/från jobbet Vi saknar post, affär, gatulyse och plogbil Otillräcklig service, neddragningar i servicenivå Det saknas en bowlinghall Serviceställen läggs ner Det är krångligt att leva här</p> |
|---|---|

Bra pendlingsavstånd till flera orter
Bra kommunikationer ger bra
pendlingsmöjligheter till och från Östersund
Bra vägar till byn
Nära till mycket
Mitt-i-fjällen-läget
Närhet till fjällvärlden
Närhet till Europaväg 45
Bra serviceutbud

Utbildning

Skolan F-9, utbyggnad av förskola, Mindre och bra skolor, Närheten till skola, Fin bygd med en bra skola, Högstadium, kompetenta lärare, väldigt bra skola, Närhet till skola och aktiviteter för barnen, friskola - enda i kommunen

Turistiska förutsättningar – ett ur val av sevärdheter

Döda fallet, Thaipaviljongen, Turism – läget, Styrkan är Vildhussen – Vildhussens land, Spökprästgård med vandrarhem, Vi har något unikt att erbjuda besökare
Våra smultronställen
Unika naturfenomen
Dunderklumpen, Vildmarksvägen, Unik vacker dalgång, Döda Fallet – Thaipaviljongen, Ivars Bil- Ivars Bilmuseum-Hoting travet, Det finns en potential att utveckla turismen, Sjösystemet som omgärdar Rossön, Extremt vackert läge i anslutning till Vildmarksvägen, Kyrkbyn
Alanäset med en intressant och omskriven historia, Historiska minnesmärken – militären – flottningen, Fantastisk sjö – flottåkning och bad, Otroligt vackert område med fantastiska möjligheter att utveckla turismen på ett hållbart sätt, Inlandsbanan, björnrkast i världen, läget vid Indalsälven, unik natur och fantastiska möjligheter till många olika verksamheter inom turism, naturen, stora turistmål som Thailandska paviljongen och Döda Fallet

Starkt näringsliv

Näringslivet, Vattenkraft, Positiv inställning till företagsamhet, Mycket driftiga småföretagare, Rikt affärsliv med många aktörer, Stora arbetsplatser som ger många jobb, Bra företagsklimat, Många jordbrukare som satsar, Många egna företagare, Industri, Entreprenörsanda, Lojal arbetskraft, Kompetenta småföretagare, Skogsbruk, Bra företagsklimat, Bra löneläge, Nya företag,

Utbudet av mataffärer minskar i takt med befolkningsminskningen
Allt fler servicefunktioner läggs ner, Det fattas ett MYSIGT fik (Backe)
Försämrade service med färre butiker och sämre sjukvård
Kommunen glömmer sina utbyar
Glesbygd rustas ner,
Backe ligger i utkanten och inte längs någon "naturlig farled"
Brist på samordning mellan olika myndigheter och företag samt en svårlost bypolitik
De styrande lyssnar inte på medborgarna – känner oss överkörda
Bygdens arbetsbelastning och avsaknad av kommunalt stöd för bygdeutveckling

Utvecklad turism

Det finns mycket kvar att utveckla inom turismen
Värdelöst turistliv, inget fungerande hotell
Svårt att locka turister
Ingen vattenturism förutom fiske
Saknar turistkompetens för att utveckla
Brist på kapacitet vad gäller boende, mat, toaletter och övrig service hindrar utveckling
Förmåga att leverera ojämn – mathantverk, Osäkerhet kring anläggningar, Brist på statistik (besöksstatistik mm)

Få arbetstillfällen

Få arbetstillfällen, få jobb att söka, inga jobb
Dåligt med jobb, arbetslösheten, småföretag utan möjlighet att anställa ungdomar
Hög arbetslöshet bland unga och utlandsfödda
Vi har inga jobb att erbjuda, finns för lite jobb

Befolkningsförändringen

Utflyttning, avfolkning, befolkningsutveckling
Lite inflyttning, få innevånare, för få människor
Liten befolkning, utflyttning,
Negativ befolkningsutveckling
Litet befolkningsunderlag – färre engagerade människor
Ungdomarna flyr pga bristen på arbete och för lite att göra på fritiden
Bygden minskar i befolkning
"För lite folk!"
Demografin
Befolkningsunderlaget för litet
För få innevånare, många flyttar härifrån

Växande företag, I bygden har man utveckla en stark förmåga att lösa problemen på egen hand genom många små företagare i samarbete, Företagsamheten, Entreprenörskap, Aktiva småföretagare, Företagandet, Många kvinnliga företagare, Levande lantbruk, Företagsamheten

Tryggheten

Lugnt och vackert och omgiven av vatten, Stillheten i naturen, ger mental ro Mindre stress, bra kundområde, "Silent Areas" – många eftersöker tystnad och lugn, Mindre stressig tillvaro, Lugnet och gemenskapen, Den vackra naturen och lugnet – avstressande Lugnt och rofyllt i skogen, Låg brottslighet, Vacker och trygg miljö Hög livskvalitet, trygghet, barnvänligt, Lugnt samhälle där barn kan växa upp i trygghet Livskvalitet Bra lokal anda ger förbättrad upplevd livskvalitet, En anledning till att man bor här är att man väljer livsstilen, Det är en trygghet att på landsbygden känner alla varandra. När jag blir gammal så blir jag Fru xxxxxx och inte bara "rum nr 4", sociala tryggheten för barn, ungdomar och äldre Hjälpssamheten

Småskaligt

Småskalighet (personligt), Småstadsidyll – man känner de flesta, Lätt att få kontakter, Alla-känner-alla, Det är skönt "slappt" och inte så fixerat vid att det ska vara "rätt saker" – man bryr sig inte. (Mode, inredning, trend), Osedvanligt vänliga människor, Omtanke, Öppna och välkomnande människor, Stort engagemang bland bybor med tillåtande uppmuntrande attityd, Nätverket bland befolkningen, "Frostvikenborna håller ihop som familjen Ewing mot yttre hot", En otrolig atmosfär som gör att man trivs och mår bra

Serviceutbudet

Bra kommunal service och handel och tjänstesektor, "Här finns allt man behöver" Bra service och ett aktivt föreningsliv Närheten till skola, affär och bank mm, Gångavstånd till fritidsaktiviteter, affärer mm, Nära till mycket, En befolkning som tror på våra butiker Att Nya Närvården har etablerats och säkerställt kontinuerlig läkarbemanning

Företagsklimatet

Bristande omhändertagande av företag Utflyttning av företag till Östersund En del företag flyttar En kommunledning som inte ser alla små företag Svårt att rekrytera personal med högre utbildning

Negativa attityder

Jantelag och konkurrens mellan olika föreningar Avundsjukan Inget samarbete Inskränkthet från de som vill skilja äkta ortsbor från oäkta Identitetsproblem en självbild som skulle behöva upprättas Allt för många bakåtsträvare – för mkt tjafs i politiken Brist på identitet (ortens) Psykisk ohälsa Motsättningar mellan byar svårt att få bort Samverkan/samarbete har varit svårt men när det gjorts har det hjälpt lite Rädsla att jobba över gränser (bygränser, kommun, län osv) "Revir-pinkande" Vi måste lära oss att samarbeta! Många verkar ha problem med ohälsa, attityder och självförtroende – det måste arbetas med! Förstår vi hur viktigt ambassadörskapet är? "Mentalitet bland invånare är som regel rätt så inskränkta" Invånarna är ofta inskränkta "Folket, de infödda, ser inte styrkan då det hela tiden förs fram en negativ syn" "Som inflyttare blir du aldrig en fullvärdig Frostviksbo" "Inflyttare vill utveckla - infödda är blinda för utvecklingsmöjligheterna" Avsaknad av framtidstro/bristande framtidstro Dålig omvärldskunskap Övertro på att bidrag är det enda som utvecklar Vi ser hinder och vågar inte ta steget! (att t ex bli egenföretagare) Det finns för många utan ambitioner som bara vill klaga på invandrare och att ingen skapar jobb åt dem "Vi måste bli bättre på att tala om att vi finns och vad vi gör"

| | |
|--|--|
| <p>ICA finns kvar och är en central mötesplats All service finns på orten Ett litet samhälle med stora resurser – flera fabriker – fin skolor för alla åldrar – läkare – affär - bensinstation – räddningstjänst – chark – databutik – massor av föreningar Arbete och bostad och nära till allt ”Allt finns om man bara vill nyttja det”</p> | <p>Kapitalbrist LOU – Lag om offentlig upphandling som försvårar för kommunen att gynna lokalt Kommunens dåliga ekonomi Banker osv tror ej på investeringar på landsbygden Få brinnande personer och brist på pengar Brist på resurser och finansieringsmöjligheter för företagen Det går inte att försörja sig på skogens svamp och sjöarnas fisk Regeringens oförmåga att hantera rovdjursfrågan Bristande integration av de nyanländ Brist på röjning – blir dålig utsikt, växer igen Enbart 8 mjölkgårdar kvar i Strömsunds kommun Dyrt att värma upp hus/dyra investeringar</p> |
| <p>MÖJLIGHETER</p> | <p>HOT</p> |
| <p>Föreningsliv - samverkan Föreningslivet -intresset och engagemanget ökar eftersom attityder blir mer positiva Samverkan i grannskapet Ett bättre samarbete mellan byar, föreningar och företag Samverkan – alla måste samarbeta! De nyanlända vill ordna och engagera sig Många föreningar klagar över brist på folk – integrera de nyanlända i föreningslivet Få flera att engagera sig i föreningslivet Fortsätta att engagera varandra Fortsatt engagemang i föreningslivet Lockar hemvändare God bysammanhållning Småbyarna är nerven för centralorten</p> <p>Unika naturresurser Närheten till ett presumtivt världsarv Utveckla naturreservaten Världsarvsansökan Sveriges enda inlandsvattendelta – unikt! Utveckling kring Döda Fallet Enas kring Vildhussens land i all marknadsföring Ta hand om kulturarv Unikt område ger möjligheter Världsarvet (under ansökan)</p> | <p>Brist på boendemöjligheter Många sommargäster köper billiga hus vilket försvårar för fast boende/inflyttning Utboäggande av jordbruksfastigheter/fastigheter generellt. Det finns hus men de är inte till salu vilket stoppar utveckling Sommargästerna med sina tomma hus under större delen av året gör att byarna dör Brist på boende Många komplicerade ägarförhållanden av fastigheter (dödsbon etc) Svårt att låna pengar för bostadsköp/bygge (banken ser inget värde) Inflyttning hindras då hus går i arv och blir till fritidshus istället för permanentbostäder Inflyttningen stannar av Problem att hitta boende för de som vill flytta till bygden För få bostäder/lokaler gör att företagen inte kan utvecklas Bristande marktillgång Svårigheten för familjer som vill flytta hit att få tag på bostäder (inga hus att köpa) samt svårigheter med att få finansiering för att bygga nytt Många hyreshus revs för ett antal år sedan – bridrar till bostadsbrist</p> |

Bygga historia kring Vildhussen osv,
Thaipaviljongen
Naturum
Korallgrottan
Karstlandskap
Insjödelta (enda i Sverige)
Kulturmiljövård
Bevara/sköta våtmarker

Turismen

Välutvecklad turism med kanotpaddling och övernattningsmöjligheter
Fiske- och jaktturism
Turisteldoradot Rossön 18 mil stränder
Camping, lägerverksamhet och annan turistisk verksamhet skulle ge fler arbetstillfällen
Visning av det unika deltaområdet i symbios med fiske och guidade turer.
Aktiv turismsatsning
Utveckla försvarets anläggningar (när försvaret avvecklar),
Tillföra nyheter till Thaipaviljongen (förnyelse),
Turismen är motorn
Nyttja vattnet mer - på nya sätt, t ex kanotliv och trampbåtar
Fler vinterarrangemang
Båthiss/båträls för att transportera förbi kraftverk
Korsvägen/pilgrimsled (vandring)
Andligt centrum
Friluftsturism
Rekreation
Turism ger jobb
Satsa på att lyfta fram den fantastiska miljön – en levande turism
Se till att Dunderklumpen och hans vänner får stanna kvar här och bygg upp marknadsföring kring det.
Naturturister
Märkta vandringsleder – ta fram kartor
Tryck på den fina naturen för att kunna bo och jobba nära
Småskalig turism med tonvikt på naturen
Fisket kan utvecklas!
Ta tillvara på turismens möjligheter – turism är motorn!
Ekoturism
Samisk turism, evenemang som kalvmärkning
Satsa på handikapp-turism
Gör fler ställen handikappanpassade (i naturen)
Fågelskådning

Alla hus som hålls som sportstugor,
Strandskyddet

Avfolkningen

Avfolkning – utflyttning
"Folk flyttar för jobb istället för att skapa dem"
Minskad befolkning
Begränsat antal bybor
Ungdomar försvinner till andra studieorter efter årskurs nio
För få människor i "rätt" ålder
Dåliga möjligheter för yngre och barnfamiljer
Yngre flyttar härifrån pga brist på jobb
Litet befolkningsunderlag
Den låga folktätheten/glesbefolkat
Ungdomar försvinner
För få unga som törs satsa och bo kvar
Demografin

Avtagande engagemang

Bristande/låg nivå på engagemang
Pengar och eldsjälar saknas
Brist på tid och pengar
"Gammfolket dör av" och nya människor har inte samma behov av umgänge
För få engagerade
Byarna har inte tillräcklig kunskap om hur de ska marknadsföra sig
"Nån annan" ska göra/ordna – man sitter i stugorna och väntar
"Väldigt bra förutsättningar men det händer inget"
Vi har inte uthålligheten och långsiktigheten – det gäller inte bara att sätta upp ett dass – det ska skötas och underhållas också!
"Vi sitter och väntar på att kommunen ska lösa problematiken"
"Man vet vad man har....", För nöjd, det funkar
Ett avsvalat ideellt engagemang
Vet inte hur man ska göra eller till vem man ska vända sig
Dyrt för studenter (boende)
Svårigheter att få unga att utbilda sig och arbeta och bo på orten
Inga mötesplatser för unga, t ex ungdomsgårdar saknas
Brist på framtidstro hos unga
Traditionella styrelsemöten är avskräckande för ungdomar
"Nöjdheten"/bekvämlighet, Hemmablind
"Man har så man klarar sig" – är för nöjd vilket är ett hot mot utveckling

Reseplaneringar på vintern – utveckla året-runt-turism

Främja turism och besöksnäring

Samordnad uthyrning av fastigheter under perioder de annars står tomma

Ta tillvara på befintliga kulturarv och utveckla Bäckersafari

Skotersafari på vintern

Locka med speciella saker – bäverpizza?

Tänk året-runt inte bara säsong

Satsa på ridleder/hästsport

Hästnäringen är en framtidsbransch

Fler evenemang – kosläpp/kalvsläpp

Kulturens koppling till besöksnäring mm

Nyskapande kultur

Människor och bygd

Utnyttja bygdens styrkor, personers kunskaper om olika saker t ex miljön.

Ta tillvara på lokal kompetens

Självstyre?

”Rossön vill och kan”

Bygga på befintliga evenemang och aktiviteter

Skapa nya aktiviteter i bygdegården

”Tänka längre än någon annan” – ta tag i

situationen själv

Vandringsleder

Guidning

Fler evenemang

Samla bygden och satsa mer på barn och ungdomar

Var och en gör det den är bäst på – ta tillvara på kompetenser

Vilja göra något själv om man bor här

”Man måste tro att något är möjligt för att lyckas genomföra det”

Uppmuntra och stötta de som boende och de företagare som finns och vill satsa på nytänkande

Det gäller att ha en positiv attityd och vilja lite mer

Byns skola

Viktigt att se kvalitén i det som finns nära till hands – en besökare kan uppskatta men vi som bor här inte ser på samma vis.

Besökare ser med andra ögon.

Fokusera på det som håller samman bygden,

Lyft fram vardagshjältar

Det är viktigt att det satsas på människor och företag som redan finns här

Stötta företag = fler arbetstillfällen = ökad positivitet

Arbetskraftsbrist

Arbetskraftsbrist till industrin – kan leda till att industrier flyttar från området

”Bara en får jobb” (en i familjen)

Svårt att rekrytera personal med högre utbildning

Brist på personal

Bristen på arbetskraft

Beroendet av ett fåtal större arbetsplatser

Bristande infrastruktur

Dålig mobiltäckning

Fiber saknas om du vill jobba på distans via dator, brist på fungerande bredband/fiber

Dåliga vägar

Avstånd

Brist på fiber till byarna runt vindkraftsparkerna för att kunna få inflyttning och starta nya företag osv

Föråldrad infrastruktur

Bristande el, tele och it infrastruktur

Bristande telekommunikationer/ IT

Dyra transporter

Bristande kommunikationer

Vägstandarden dålig

Dyra resekostnader

Ortens läge

Avstånd och den demografiska kurvan

Geografiska läget utifrån infrastrukturen sett.

Avståndet till Östersund

Ligger avsides

Centralisering/det offentliga

Centrala myndigheter måste se ytterområden (statliga och kommunala)

Kommuner och länsgränser, även gränser byar emellan

Kommunen, regelverk, tillstånd

Politisk oenighet i större utvecklingsfrågor

Kommunens synsätt på orter som ligger utanför centralorten (mindre orter),

Centralisering/urbanisering både regionalt och nationellt

Långt till beslut i vissa frågor – långt till beslut i politiska frågor

Bristande förståelse för rådande

förutsättningar hos beslutsfattare/politiker

medför en snedfördelning till förmån för

tätbefolkade områden

| | |
|---|--|
| <p>Skapa fler arbetstillfällen – ger positiva attityder Skapa aktiviteter och fortsätta bedriva verksamhet och dra vårt strå till stacken Ordna fler aktiviteter ”Byabuss” – en minibuss med frivilliga chaufförer som kan skjutsa de som inte har körkort till aktiviteter och mötesplatser (ungdomar, nyanlända m.fl.) Se till att nya och befintliga arrangemang blir återkommande – bygg på arrangemangen Vattenaktiviteter Ökande antal besökare året runt vill vi ha - en jämnare fördelning och kunna erbjuda något som är lika bra under hela året. Skapa aktiviteter – vara öppen för alla Genom information och någon som entusiasmera människor kan man bidra till utveckling Vara engagerad och försöka hjälpa till så mycket det går och orkar Att vi uppmuntrar varandra och stöttar människor att tro på sig själva Visa upp aktiviteter och goda förebilder - påverka attityder! Jobba med psykisk ohälsa Tänka nytt och vidare använda kontaktnät för att hjälpa och uppmuntra andra som vill etablera sig här Ta tillvara de yngres engagemang Tänk framåt Stimulera nya idéer Berömma varandra Motivera människor Få med ungdomar och anpassa aktiviteter efter dem Framhäv livsstilen!</p> <p>Sport och fritidsaktiviteter Idrottseldorado Upplevelseeldorado Utveckla återkommande sportarrangemang som drar besökare och ger arbetstillfällen Kontinuerlig aktiveter för barn och unga Ledar-utbildningar, Utveckla slalombacken till stor fun park och med down hill sommartid Utökat elljusspår Skateboardbana Satsa mer på idrott för funktionshindrade - en verksamhet som är på uppgång i stora delar av världen, Idrottscentrum Starta konferenscenter</p> | <p>Allt för många maktglada politiker och offentliganställda som har svårt att se till bygdens bästa före det personliga bästa Kommunledningen Bristande förståelse hos politiker för villkoren att leva och verka i glesbyg Byn hamnar i skymundan i kommunens ögon Urholkad service som kan göra orten mindre attraktiv Politiker satsar endast på centralorten Strömsund ”Kommunens syn på Hoting är obefintlig” Orättvis fördelning av bygdemedlen Centralisering av verksamheter till centralorten Strömsund Kommunen är väl det största hindret Allt ska koncentreras till centralorter Kommunens politiker p.g.a. att de inte är insatta i de svåra förutsättningar som finns Skolnedläggninga Service försvinner (nedläggning av post, bank och affärer) Skolnedläggningar För litet dagis (platsbrist) För liten förskolekapacitet</p> <p>Negativa attityder Jantelagen – man får vakta sin tunga Avundsjuka Dåliga attityder Trångsynthet ”Har provat förut...men det går inte” Jantelagen Negativa personer Dåligt rykte Bristande attityder och kompetens Dåligt självförtroende Inkompetens Avundsjuka och skygglappar Fyrkantigt tänk Förutfattade meningar om vilka näringar som är viktig Med taskig attityd kommer vi inte att kunna skapa någon utveckling hur mycket pengar vi än få Rädslan att lära sig ny kunskap Bakåtsträvare Inskränkthet och fördomar Rädsla för det som är nytt Trångsynthet Attityder och förutfattade meningar Bristande självförtroende</p> |
|---|--|

| | |
|---|--|
| <p>Starta testcenter av vinterdäck Satsa på ungdomsläger Orientering – på fjället</p> <p>Ta tillvara på kompetenser & idéer Ta reda på vad nyinflyttade tycker och vill – intervju Skapa bra livsmiljöer Friluftsliv Ta vara på flyktingarnas engagemang Vi måste välkomna alla – äldre och yngre Kunna acceptera varandra och mötas En positiv syn på inflyttning och integration är nyckeln för att skola och övrig samhällsservice ska kunna behållas och utvecklas Fråga invandrare och inflyttade vilka framtidsvisioner de har Införa andra sätt att se på tillvaron genom utlandsfödda som har annan erfarenhet Se till att alla våra invandrare är med och jobbar med kommunens utveckling framåt tillsammans med oss så att det blir VI till slut Mer information om nyanlända Föreläsningar för alla människor i kommunen Bejaka mångfald och engagemang Minska fördomar och trångsynthet genom information om vad som faktiskt är sant angående bidrag till flyktingar så att det slipper vara rykten i farten Tydlig information för att undvika förutfattade meningar Bättre integrering av invandrare Jobba med dåliga attityder genom att föra dialog, umgås och ordna sommarjobb åt ungdomar Integration - de nyanlända är en tillgång med sin stora blandning av yrkesgrupper, många har högre utbildning Bättre integration av flyktingar i samhället</p> <p>Fiber/bredband Bredband Fiber till alla - fiberutbyggnad Ett bra och fungerande bredband, utvecklas Utbyggnad av bredband så att våra små företag kan överleva Fiberoptik till alla Bättre telekommunikationer</p> <p>Positiva attityder – vad kan vi göra bättre? Kulturen</p> | <p>Vanligt med psykisk ohälsa Jobba med attityde Attityder i stil med "Det går inte, 1987 var det så...det har vi provat" Uppgivenhet "Du ska inte tro att du är någon" "Ska vi skita i de negativa och köra över dem? Surgubbarna suger kraft utav en" Attityderna går i vågor och bromsar utvecklingen "Vi är inte nog stolta, vi har inte förståelsen för vilka värden vi har här och hur vi skulle kunna använda det!" "Vi kan inte ta betalt för det vi gör/har!" Att tänka: "Tystnad, natur – det går väl inte att tjäna några pengar på sånt" Hot/hinder är till för att övervinnas Vi sätter själva upp hinder! Jantelagen – attityder sätter stopp för utveckling Uppgivenheten - det är ingen mening att försöka Negativismen Bristande fantasi Att innevånarna inte själva sätter värde på det som finns och sig själva. Människors negativitet Rädsla för nya människor, från andra länder Inställningen hos ortens befolkning gentemot de nyanlända Fientlighet mot nytänkande och nykomlingar Främlingsfientlighet Individualis Sluta titta på varandra på avstånd – vi måste träffas! Alla tänker på sig själva Svårt att jobba enhetligt Politiskt käbbel istället för samarbete</p> <p>Brist på arbetstillfällen Få arbeten För få jobb och dåligt företagsklimat, Arbetslösheten bland ungdomar Ingen entreprenörsanda Det är känsligt på en liten ort, sårbart. Många upplever det lite riskabelt att satsa Många småföretagare har annat jobb vid sidan av och när de kommer till vägskälet så vågar de inte riktigt satsa/säga upp sitt fasta jobb och utöka sin verksamhet.</p> <p>Brist på mötesplatser</p> |
|---|--|

Dansskulturen – Bygg/renovera dansbanor = möjliga, naturliga mötesplatser = barn
”Förutsättningar finns för massor av saker bara man är kreativ”

Lägg energi på positiva saker

Alltid tala i positiva termer om bygden

Visa på förändring och goda exempel, långsiktighet

Var tydlig och motiverande

Visa att det finns människor som vill – goda exempel

Skapa positiva tankar i allmänhet

Att enas kring en fråga underlättar

attitydförändring

Ett öppet och bra bemötande ger ofta effekt

Att vara aktiv och intresserad av livet på landet

Få folk att bry sig och vilja göra något

Tänka mer positivt om sin kommun

Positiva nyhetsblad

Levande landsbygd

”Om andra kan så kan jag också prova min dröm”

Positiva reportage i tidningar och sociala medier

Vi har alla en skyldighet att marknadsföra överallt och alltid

”Vi måste sluta säga nej till allting!”

Stötta ungdom och äldre i ett utbyggt kulturliv
Krossa jantelagen!

Vi måste vara ambassadörer själva och tala om

hur jäkla bra det är att bo och verka på orten

Det är viktigt att se möjligheterna och inte det omöjliga – inställning

Visa massor av goda exempel för att främja kreativiteten!

Jobba med attityder i tidig ålder och samverka med skolan

Mötesplatser – dansskulturen

Det är viktigt med mötesplatser – mest utveckling sker om man möts över gränser, då ser man helheten

(Turistftg/snickaren/handlaren)

Vara öppna för nya lösningar

”Vi måste bli bättre på att lyfta fram det som är bra!

Och framför allt förbättra det som inte är bra, inte bara sitta och vänta på att ”någon annan” ska göra det”

Vara stoltare över sitt hem och sin bygd och tala om det!

Skapa åretruntanläggning med aktiviteter som lockar ungdomar och familjer

För små idrottshallar, Avsaknad av en större sporthall, Brist på kapacitet/faciliteter, Brist på camping, Brist på vinteraktiviteter, Inga mötesplatser kvar – Idéerna måste ha någonstans att födas och förankras

Brist på kapital

Finansiering

Bristande ekonomiska förutsättningar för att kunna satsa samt tillgång av kanaler för att kunna nå ut

Brist på tillgång till kapital för investeringar och byggen

Brist på startkapital, vågar inte satsa av rädsla av att måsta lämna allt om man misslyckas Svårt med lån till investeringar

Dålig ekonomi

Dåliga finansieringsmöjligheter

För höga hyror på affärslokaler

Rädsla för kostnader

Övertro på att bidrag löser allt, EUs bidrag till jordbruket

Dålig lönsamhet för jordbruk

Inget jordbruk – vi behöver bönder och levande landskap

För liten kapacitet på äldreboend

Hög ålder på innevånare

Små byar med åldrande befolkning

Ingen vill satsa på landsbygden och Norrlands inre regioner

Stagnation i utvecklingsarbete avseende jobb och inflyttning

Svårigheter med för få lokaler/inga lediga lokaler för att kunna expandera handeln

Synen på Norrland som tärande

Krångliga regelverk (byråkrati)

Krångliga regler för att starta något

Problem med nyrekrytering inom rennäringen

Rovdjurspolitiken hot mot rennäringen

Tyskar/holländare vill inte ha vindkraften inpå

Skräpigt i byn, utemiljön misskött

Ingen eller låg förädlingsgrad av råvaror från naturen

Jobba med värderingar, attityder, personlig utveckling, värskapet, ambassadörskapet så att vi kan lyckas!

Börja från grunden med **människan**,

"Låt folk få vara lite duktiga" – gläds med grannen

Inför begreppet "inget är omöjligt – allt är möjligt"

Tvätta bort stämpeln att det är "töntigt" att bo på landet

Vara positiva ambassadörer -> bidrar till inflyttning och utveckling

Få folk att förstå att inget är omöjligt

Visa att det går att skapa världsledande företag även på landsbygden (i lilla Strömsund)

Lyft självkänslan!

Visa på alla sätt att här finns möjligheter

Fortsätta vara positiva och visa att vi tror på framtiden här

Optimism och framtidstro är centralt

"Lyssna på folket i byarna istället för att köra över dem"

Ett tydligt ledarskap – vi gör som våra ledare gör

Att vi unnar varandra framgång

Tro att man kan påverka själv och inte hoppas att någon annan löser det

Sociala medier

Sociala medier viktigt att satsa på, når ut till många.

Bra webbsidor (lokala)

Utflyttade ortsbör, radio, tv, Utnyttja kanaler, nätet

Marknadsföring av byn! (Hemsida mm med alla arrangemang), Bättre marknadsföring av vad vi kan erbjuda.

Ökad förädling/närproducerat

Ekologisk produktion/beredning (ligger i tiden)

"Transition" – energisnålt/ekologiskt

Lokalproducerad mat

Hälsoträdgården i full gång

Vi måste producera livsmedel och hålla landskapet öppet

Förädling av livsmedel direkt i anslutning till producenten

Sätta värde på jordbrukarna genom att handla lokalt (både som privatperson och offentlig aktör)

Starta produktion av produkter som har sitt ursprung i naturen, även närproducerad mat
Bygga förädlingsanläggningar och förädla på nära håll = hållbar utveckling = vinsten stannar lokalt, färre transporter

Bönder!

Utbildning i hantering av många olika typer av råvaror kan säkert passa nyanlända också
Lokalt hantverk går att utveckla
Ökad förädling av råvaror som utvinns, skog, bär, fiske, vilt mm dvs det vi har att jobba med här.

Samarbete/ samverkan/förhållningssätt

Samarbete!

Politisk enighet kring större frågor
Informera mera – generellt och från kommunen i synnerhet

Arbeta utifrån ordet "förutsättningslöst"

Att våga ifrågasätta.

Tänka i nya banor och samarbeta mot ett gemensamt mål.

Samverkan med "kompisar"/andra orter
Inse att det är i landsbygd som framtiden finns!

Visa på framtidstro och bejaka förslag

Skapa diskussionsforum, prata och berätta

Bra marknadsföring – att ständigt vara återkommande i media med reportage om bygde

Visa upp allt positivt som faktiskt händer!

Bryt negativ trend!

Lyft blicken, titta bredare

Nya samarbeten

Samverkan ger helhetsintryck, mer framgångsrikt

Ungdomarna måste våga och de äldre släppa in ungdomarna och släppa taget själva, då blir det utveckling

VÅGA!

Lyfta positiva händelser och saker!

Pressarbete viktigt (få ut rätt budskap)

Minska det politiska käbblet och samarbeta istället

Skapa naturliga kontaktnät mellan det offentliga, föreningar, företagare och invånare

Visa allt positivt som händer i våra bygder

Påverka massmedia att sluta skriva dödsrunor om landsbygden

Vara goda ambassadörer och tala positivt om bygden

Vara goda värdar för våra besökare – gäller även våra politiker

Visa vad som är möjligt och skapa resurser att genomföra åtgärder som sedan kan bli goda exempel

Tala väl om vår bygd och värdesätta den
Ge barnen i byn en positiv och stark självbild
Visa de förändringar som går åt rätt håll

Inflyttning – boende -framtid

Fördubbla folkmängden, göra barn
Fler unga vill bo här om det fanns bostäder
Positiv till inflyttning
Alla som vill komma hit och bidra med nya idéer eller för att bygga upp något som förbättrar service för gäster och fast boende är bra

Vara öppna och välkomna nya
Skolinformation i hela riket till ungdomar som kan tänka sig att flytta hit
Skapa utbildningar så att ungdomar vill stanna alternativt komma tillbaka
Ung företagsamhet – hjälp för unga att starta företag

Dubbla innevånarantalet och bygg ut dagis
Ingjuta framtidstro i ungdomar

Locka till inflyttning
"Varenda turist är en presumtiv hitflyttare"
Framtiden finns i och med många småbarn
Attefallshus för uthyrning

Det finns tomtmark
Ungdomsboende för gymnasieungdomar
Fler pensionärsbostäder innebär fler lediga hu
Nya finansieringslösningar för byggande av bostäder och lokaler

Bygga fler bostäder
Visningshus byggda/uppförda på orten
Ge orten framtidstro genom marknadsföring av åtgärder för nyetableringar

Fixa en "mäklartjänst" för hus och lägenheter så att fler blir tillgängliga för boende

Samiska kulturen

Säkerställa att en traditionell, långsiktig renskötsel kan bedrivas, med nya krafter
Visa kalvmärkning etc arrangera evenemang,
Jobba med samisk kultur i större utsträckning,
Bygga destinationer på små, genuina familjeföretag

Vi kan vända oss till och försöka locka: de som vill starta eget, de som söker en viss livsstil, gröna vågare

Utlys tävlingar för att få fram en lokal souvenir att sälja
Ordna samisk utställning med moderna tekniska inslag
Ordna events som lyfter samisk kultur
Dokumentera de äldres kunskaper (inom samekulturen) t ex språk, materiellt såsom slöjd, kläder och annat.
Intervjua äldre innan de dör ut.
Kulturell utveckling - dokumentation av bygdehistoria/-händelse
Mixa äldres erfarenheter med yngres entusiasm

Strategisk planering

Vi måste skaffa oss tydliga strategier, planera
Kartlägga målgrupper så vi vänder oss mot "rätt" människor
Vi måste hitta gemensamma mål som vi strävar mot
Utveckla ledare och styrelser
Utökat samarbete mellan kommunen, regionförbund, föreningar och företag för att det ska upplevas att det händer något
Jobba gemensamt framåt, Bättre tillgänglighet av kommunens tjänstemän och politiker
Fortsatt lederverksamhet i området
Nytänkande
Mässor i Europa

Bilaga 2. Omvärldsanalys

Inledning

Omvärldsanalys handlar om att se och identifiera omvärldens förändringar och förstå sig på dem samt att se de möjligheter som bjuds. Globala megatrender och lokala tendenser spelar stor roll för områdets utveckling och påverkar oss.

- Vad är det som händer?
- Varför händer det?
- Åt vilket håll är utvecklingen på väg och vad kan det innebära för oss?

Analysen ligger till grund för strategin för att möta utvecklingen, det vill säga hantera utmaningar och tillvarata möjligheter.

Metod för omvärldsanalysen har varit att värdera identifierade trender, ur material som Leader 3sam förvaltar, såsom projektrapporter från tidigare projekt, nyligen genomförd SWOT-analys samt myndigheter och organisationers omvärldsanalyser på olika teman. Viss intuitiv trendspaning är också inräknad.

Megatrender

- Klimatförändringar
- En globaliserad värld
- En urbaniserad värld
- En digitaliserad värld

Befolkning och urbanisering

Officiell statistik visar på en åldrande befolkning, hög arbetslöshet samt lägre utbildningsnivå och högre nivå på försörjningsmättet än riksgenomsnittet för Leader 3sams område. Detta är faktorer som i hög grad sätter prägel på områdets utveckling. Relativt hög andel småföretagare i förhållande till befolkningmängden sticker ut som ett positivt inslag. De signaler som fångats upp i SWOT-analysen som visar på bristande självbild, lågt självförtroende och behov av coachning i kombination med ovanstående parametrar ger en bild av de utmaningar som Leader 3sams område brottas med. Befolkningen ökar i och med de asylsökande som anländer och lokalbefolkningen får ta tag i den problematik det kan innebära när många människor, kvinnor, män och barn från främmande länder anländer till en mindre ort på kort tid.

Den åldrande befolkningen innebär utmaningar då 1940-talets stora generation just nu ska ersättas på arbetsmarknaden och generationsskifte måste ske inom många områden. Den yngre generationen som tar över har delvis andra värderingar. De präglas av individualism, antiauktoritet och sekularisering och är rörliga i sina värderingar. Enligt SKL:s omvärldsanalys är de yngre individualister som person men på en samhällslig nivå tror de att människorna gynnas mer av kollektiva lösningar än att var och en sköter sitt.¹⁰ Detta stämmer väl in med de signaler som inkommit i 3sams SWOT-analys där samverkan och samarbete betonas som en framgångsfaktor.

Vidare upplever många i den lokala befolkningen en urbanisering och centralisering, delvis lokal sådan eftersom flyttlass går till centralorterna i området alternativt längre bort till Östersund eller ännu större städer. ”Folk flyttar till jobb istället för att skapa dem” sa en svarande i SWOT-arbetets gruppdiskussioner vilket till viss del kan spegla problematiken och underliggande strukturer. Enligt Boverket har befolkningen i glesbygdskommunerna minskat med 20 procent de senaste 40 åren vilket rimligen borde avspeglats i attityder och självbild. Vidare menar Boverket att det är främst unga vuxna som flyttar och företrädesvis unga kvinnor som byter bostadsort oftare än männen, vilket i sin tur leder till att antalet kvinnor minskar i utflyttningsorter.¹¹ I Leader 3sams område är det oftare lättare för unga män att få jobb direkt efter gymnasiet, då utbildningarna till viss del är mansdominerade och ”grabbiga”. Kvinnorna flyttar i större utsträckning till större orter för eftergymnasiala studier vilket leder till att de inte alltid återvänder hem för att bilda familj. Med minskande utbud av utbildning, nöjen och kulturella inslag riskerar vi att ”tvinga” iväg våra ungdomar till större orter.¹²

Mot megatrenden urbanisering står mottrender såsom att ”gröna värderingar” ska styra oss ut på landsbygden igen i högre utsträckning. 90-talisterna som växt upp under klimathotsdebatten får själva barn och vill då ut på landsbygden. Vidare får klimatvänlighet, solidaritet, småskalighet och utveckling från materialism till tjänsteförfrågan allt större fokus vilket talar för ett liv närmare landsbygden.¹³

Näringsliv och arbetsmarknad

¹⁰ SKL, Vägval för framtiden (2014)

¹¹ Boverket, Vision för Sverige 2025 (2012)

¹² <http://www.svt.se/nyheter/sverige/unga-uppmanas-flytta-till-storstaderna> (inslag från 14-02-12)

¹³ Jordbruksverket, Den nygröna människan (

Trenderna tyder på att vi går mot ett kunskapsbaserat samhälle och hur passar då landsbygden in i det scenariot? Troligen kan utvecklingen gå mot ”back-to-basic” och ”gräv där du står” om hänsyn ska tas till de fasta resurser som finns på landsbygden. I Jordbruksverkets rapport ”Arbete och liv på landsbygden”¹⁴ framhålls landsbygden som en ypperlig plats för verksamheter såsom råvaruproduktion, tillverkningsindustri och naturnära turism, trots att en allt större del av den övriga ekonomin koncentreras till storstäderna. Detta delvis tack vare landsbygdens resurser och ofta låga lokalkostnader.

Kunskapssamhället framhålls som framtidens inriktning vilket förutsätter en livslång lärandeprocess som ställer nya krav på kompetens och utbildningsutbud. Kunskapssamhället påverkar även konsumtionsmönster, det globala kunskapssamhället innebär att fler människor har kunskap och erfarenhet för att kunna tillgodogöra sig information om hur en vara tillverkas, påverkar miljön och vilket ursprung den har, exempelvis vid matproduktion. Denna medvetenhet borde rimligen vara till landsbygdens fördel. Jordbruksverkets rapport visar på att det finns en ökad efterfrågan på varor och tjänster som baseras på fasta naturtillgångar vilket inkluderar jord- och skogsbruk men även naturupplevelser och turism kopplade till friluftsliv, jakt och fiske. Denna trend gynnar rimligtvis företagare inom Leader 3sams område som satsar på turism, gröna näringar och produktion av olika slag.

Innovationsförmågan har pekats ut som en nödvändighet för att produktivitet, effektivitet, tillväxt och sysselsättning ska kunna öka och möta morgondagens behov. Innovation brukar vanligtvis definieras som nya sätt att skapa värde, inte enbart i ekonomiska termer utan även i miljömässiga eller sociala. Det kan handla både om produkter och om tjänster samt lösningar för att möta behov hos användare. Entreprenörer pekats ut som centrala i innovationsprocessen och förutsätter satsningar på kompetensutveckling för fortsatt förnyelse och livslångt lärande. En god digital infrastruktur är en viktig förutsättning och katalysator för innovationer inom flera områden. Fungerar internet så kan tjänster tillhandahållas på nätet från i stort sett vilken del som helst i landet. I teorin. För i praktiken ser inte infrastrukturen ut så. I regeringens strategidokument om innovation går att utläsa att ”God tillgång till bredband är en förutsättning för människor att kunna bo, verka, starta och driva företag i alla delar av landet.” Vidare menar man att ”tillgången till bredband skapar möjligheter att tillhandahålla både offentlig och kommersiell service i gles- och landsbygder, vilket kan vara ett sätt att möta utmaningarna med en åldrande befolkning och utflyttning.”¹⁵ Sveriges nationella innovationsstrategi säger i sin vision för ökad innovation i Sverige år 2020: ”Att människor och aktörer, genom att bli mer innovativa, bidrar till lösningar på stora samhällsutmaningar, såväl i Sverige som globalt”.¹⁶ Den lokala innovationsstrategin som påverkar Leader 3sams område är ”Innovation Jämtland/Härjedalen 2025” i vilken ett antal framgångsfaktorer framhålls, exempelvis vikten av att skapa nätverk och samarbeten i toppklass, att skapa en kultur som främjar och förutsätter öppenhet kring idéer och innovationer, attrahera och stödja kreativa kvinnor och män samt involvera unga i innovationsarbetet.¹⁷ Det stämmer väl överens med de signaler som SWOT-

¹⁴ Jordbruksverket, Arbete och liv på landsbygden – Landsbygdens förutsättningar i kunskapsekonomin (2012)

¹⁵ Regeringskansliet, Näringsdepartementet. ”En strategi för ökad tjänsteinnovation” (2010)

¹⁶ Regeringskansliet, Näringsdepartementet. ”Den nationella innovationsstrategin” (2012)

¹⁷ Regionförbundet Jämtlands län, Innovation Jämtland/Härjedalen 2025, regionala innovationsstrategin (2014)

analysen pekar på – att nätverk och samarbete är viktigt, att attityder och ett positivt klimat spelar stor roll för utvecklingen samt att unga måste inkluderas i större utsträckning.

De gröna näringarna i Sverige har mycket större potential än vad som utnyttjas och den ökade efterfrågan på produkter med ursprungsmärkning från svenskt jordbruk samt ökat uttag av förnybar energi skulle innebära möjlighet för fler att bo och försörja sig på landsbygden. Konsumtion av ekologiskt, närproducerat och rättvisemärkt påverkas av trender och försäljningen av dessa typer av produkter ökar.¹⁸ Inom Leader 3sams område har förstudier gjorts och tillstånd sökts för biogasproduktion, det vore önskvärt att en anläggning med tillhörande forskning skulle kunna anläggas på sikt. Projekt har även drivits för att få igång nya innovativa lösningar för att få unga in i jordbruket och få igenväxt åkermark åter brukad. Detta visar på att intresset för gröna näringar har ökat även lokalt.

Hästnäringen har pekats ut både lokalt och nationellt som en framtidsnäring. Enligt statistik från bland annat Jordbruksverket så har antalet hästar i Sverige haft en reell ökning med 10-20 procent mellan åren 2004 – 2010.¹⁹ Redan 2004 skrevs det i rapporter att hästnäringen har stor potential. Nu tio år senare går det att se fortsatt tillväxt inom hästnäringen. Uppskattningsvis 20 procent av alla hästar finns inom någon form av näringsverksamhet som bidrar till sysselsättning, enligt undersökningar som Hästnäringens nationella stiftelse HNS har gjort så bidrar hästnäringen till ca 30 000 direkta och indirekta helårsarbeten.²⁰ Framtidsspaning visar att hästnäringen attraherar många entreprenörer och möjliga företagare, i hög utsträckning kvinnor. Det är viktigt ur ett jämställdhetsperspektiv att det satsas på traditionellt kvinnodominerade näringsgrenar. I Leader 3sams område har förstudieprojekt drivits som visar på mycket gynnsamma förutsättningar för ökat hästföretagande.

Besöksnäring

Tillväxtverket, som är nationellt ansvarig myndighet för statistik om turism, visar att turismen omsatte 284,4 miljarder kronor i Sverige under 2013 och att exportvärdet ökar dramatiskt.²¹ Turismen bidrar starkt till ökad sysselsättning samtidigt som sysselsättningen minskar inom många traditionella basnäringar i Sverige. Mest pengar lägger turisterna på boende och restauranger men allt pekar på att kultur och rekreation är den sektor som växer snabbast – detta troligen till landsbygdens fördel. Logiintäkter är ett mått på turismens regionala och lokala betydelse. I Jämtland, där Leader 3sams område ingår, är logiintäkterna per capita störst i landet för 2013 (4876 SEK/invånare).

Angående den positiva utvecklingen har Mats Forslund, VD Jämtland-Härjedalen Turism uttalat sig i ett pressmeddelande²²: ”För att det här ska vara möjligt måste arbetet ha en tydlig inriktning mot social, ekonomisk och miljömässig hållbarhet, investeringarna i reseanledningar och produkter måste öka, gärna med hjälp av fler större aktörer, och

¹⁸ LRF, omvärldsanalys (2014)

¹⁹ Jordbruksverket, Hästkattningarna 2004 och 2010 – en analys utifrån näringarnas perspektiv

²⁰ HNS, Hästnäringens Nationella Stiftelse, Attraktiv arbetsmarknad och näring 2013 – 2014 (2014)

²¹ Tillväxtverket, Fakta om svensk turism (2014)

²² http://www.mynewsdesk.com/se/jamtland_harjedalen_turism/pressreleases/starkare-utveckling-av-besoeksnaeringen-i-jaemtland-haerjedalen-aen-paa-nationell-nivaa-pekas-ut-i-ny-strategi-937967 (13-12-06)

tillgängligheten förbättras. Utvecklingsarbetet ska vara kunskapsdrivet, vi måste bli bättre på att förstå vad gästen efterfrågar och vi måste bli ännu starkare i vårt säljarbete”

Turismens andel av BNP är högre än för jord- och skogsbruk samt yrkesfiske. Trenden förväntas hålla i sig även kommande år dock med minskad tillväxttakt beroende på konjunkturläget i stort.

Enligt TRIP, Turistnäringens utvecklingscenter, antas den nya demografiska utvecklingen i Sverige ha inverkan på resandet. Preliminärt ökade befolkningen med 69 000 invånare 2012 i jämförelse med 2011.²³ Överskottet mellan födda och avlidna är större än på många år samt att invandringen har ökat i takt. Då andelen utrikesfödda har ökat antas resmönstren ändras och utmana branschen – alla har inte en önskan om att fira traditionell midsommar eller tillbringa sportlov i Jämtländska fjällen. Vidare menar TRIP att turismens överlevnad hänger på graden av innovation – turistföretagarna jobbar ständigt med att vara kreativa och göra besöket unikt, oavsett om det handlar om sportevenemang eller naturupplevelser. Vision 2030 är att Sverige är världsledande på att utveckla unika kundupplevelser som bidrar till hållbar samhällsutveckling.

Leader 3sams område har gynnsamma förutsättningar för att leva upp till vision 2030 med sina möjligheter till ekoturism, äventyr och naturupplevelser.

Turistnäringens utmaningar kommer fortsatt att vara säsongvariation, infrastruktur, investeringsvilja samt offentliga prioriteringar.

Infrastruktur och tillgänglighet

Internet och uppkoppling ses snart som en naturlig del av livet för många människor. I glesbygd är det dock långt ifrån någon självklarhet, trots att snabbt bredband är en viktig förutsättning för såväl boende som företag. Många traditionella näringar exempelvis jord- och skogsbruk är i dagsläget teknikintensiva och i behov av moderna kommunikationslösningar. Globaliseringen ställer högre krav och innebär hårdare konkurrens för många företag och det är viktigt att följa med i utvecklingen för att överleva. 2009 beslutade Sveriges regering om en bredbandsstrategi som löd ”Det övergripande målet är att Sverige ska ha bredband i världsklass” och enligt en utredning som PTS har gjort så hade 53 procent av alla hushåll och företag i Sverige tillgång till bredband med en teoretisk hastighet på 100 Mbit/s år 2012.²⁴ Enligt PTS finns en mängd faktorer som styr hastigheten på bredbandsutbyggnaden, exempelvis styrning på EU-nivå, en ökad digitalisering i samhället, konsumenternas krav samt offentliga aktörers roll. I Jämtland är det stora variationer på bredbandsutbyggnaden. Enligt kartläggningar har enbart 17 % av befolkningen samt 15 % av arbetstillfällena i Jämtland haft tillgång till bredband om minst 50 Mbit/s och inte blir det bättre i takt med nedsläckning av de gamla kopparnäten. I de glesare delarna av Leader 3sams område innebär det att möjligheten till internet slocknar.²⁵

²³ TRIP, Turistnäringens utvecklingscenter, Turistnäringens Trendanalys (2013)

²⁴ PTS, Uppföljning av regeringens bredbandsstrategi (2013)

²⁵ Länsstyrelsen Jämtland, Bredbandsstrategi för Jämtlands län (2013)

En generellt ökande internettillgänglighet medför en ökning av distansutbildningar som högskolor och universitet erbjuder. Detta ökar möjligheterna för den som inte vill/kan flytta att utbilda sig. Detta torde bidra till ökad regional/lokal tillväxt och även jämställdhet eftersom främst kvinnor annars flyttar för högre studier. Rimligen borde glesbefolkade områden få lättare att behålla sina invånare om tillgängligheten för studier ökar.

Fungerande transportmedel är av största vikt för boende i glesbygd – med långa pendlingsavstånd till arbete, skola och livsmedelsaffär är bilen central. Kollektivtrafiken är på grund av bebyggelsestrukturen och elevers behov anpassad efter skolans tider. För att miljömål ska nås måste förutsättningar för kollektivtrafik skapas. Fungerande infrastruktur och tillgänglighet betraktas som en avgörande faktor för att turismen ska utvecklas och resandet till/från och inom Sverige ska fortsätta att öka.

Sammanfattningsvis kan sägas att en fungerande infrastruktur är en förutsättning för utveckling och där inräknas också möjligheterna till inflyttning. Sviktande infrastruktur bromsar företagsamheten, kompetensen och livskvaliteten. Möten, både virtuella och fysiska har stor betydelse för om kunskap ska förmedlas, kreativiteten frodas och idéerna utvecklas.

Mångfald, jämställdhet och inkludering

Två av de övergripande jämställdhetspolitiska målen Sverige lyder: ”Kvinnor och män ska ha samma makt att forma samhället och sina egna liv” samt ”Kvinnor och män ska ha samma möjligheter och villkor i fråga om utbildning och betalt arbete som ger ekonomisk självständighet livet ut”. För att kunna mäta jämställdhet behöver statistik vara könsuppdelad vilket SCB arbetar med. I SCB:s rapport ”På tal om kvinnor och män, lathund om jämställdhet”²⁶ kan utläsas att förändringar sker, dock relativt långsamt i ett nu 30-årigt perspektiv. Fortsatt hög andel deltidsarbete för kvinnor, små förändringar mot en mindre könssegregerad arbetsmarknad, både kvinnor och män ökar i antal på högskolans utbildningar (riks), löneskillnaderna mellan kvinnor och män är nästan oförändrade samt att kvinnor fortfarande lägger fler timmar på obetalt arbete (hemarbete etc.) än män per dygn. Detta är några exempel på vilka tendenser som går att utläsa ur jämställdhetsstatistiken. Kvinnor är fortfarande underrepresenterade på de högsta befattningarna i fråga om ansvar och lön. Det görs mycket för att nå jämställdhetsmål men det är lång bit kvar, detta trots att jämställdhet finns inskrivet som mål i de flesta övergripande strategierna både på regional och på nationell nivå.

Många människor, kvinnor, män och barn flyr till vårt land på grund av svåra förhållanden i hemlandet. De nya invånarna behöver stöd och hjälp för att komma in i samhället, på arbetsmarknaden och bygga sig en ny tillvaro. Många av de utrikesfödda besitter kunskaper som behövs för att klara den framtida kompetens- och arbetskraftsförsörjningen. Den regionala utvecklingsstrategin i Jämtland²⁷ pekar på att det är viktigt att utveckla etableringen av nyanlända invandrare. Ökad mångfald ses som en resurs i näringsliv och samhälle och det krävs samverkan för att en positiv utveckling ska kunna komma till stånd och skapa tillväxt. Hinder

²⁶ SCB, På tal om kvinnor och män, lathund om jämställdhet (2014)

²⁷ Regionförbundet Jämtlands län, Regional utvecklingsstrategi 2014-2030 (2013)

för integration på landsbygden kan vara dåliga kommunikationer, långa avstånd (till SFI etc), avsaknad av nätverk, få jobb och små företag.²⁸

Klimat och miljö

Hållbar utveckling - de flesta har förmodligen hört uttrycket i olika sammanhang men det kan vara svårt att omsätta det i praktiken. Det kan tyckas vara ett modeord men det har förekommit länge, KTH i Stockholm har tolkat Brundtlandskommissionens rapport från 1987. ”Hållbar utveckling är utveckling som tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov”. Mer konkret brukar hållbarheten delas upp i ekologisk, social och ekonomisk hållbarhet. Den sociala hållbarheten anses ligga till grund för att en ekonomisk hållbarhet ska vara möjlig.²⁹

En hållbarhetsfaktor är bioenergi/bioekonomi vilket tas upp som ett prioriterat område i EU:s övergripande tillväxtstrategi, Europa 2020.³⁰ Genom att använda det vi har lokalt, det som växer på åkrarna, i skogarna och kommer från vattendrag eller matrester kan vi producera biobränslen men även hushållsprodukter och läkemedel på ett mycket mer miljövänligt sätt. Det skulle sannolikt öka värdet på resurserna från jord- och skogsbruket och bidra till att utsläppen av växthusgaser minskar.

De klimatförändringar som rapporteras anses till stor del bero på utsläpp av växthusgaser och bidrar till en uppskattad ökning av jordens medeltemperatur med upp till 6 grader under 2000-talet. Följderna förväntas bli förändringar i nederbördens mängder och mönster med exempelvis översvämningar som risk. Kortare vintrar blir en följd av ökad medeltemperatur vilket kan utöka jordbrukets produktivitet. Varmare klimat innebär inte nödvändigtvis enbart fördelar – skadedjuret förväntas öka i antal, ökade stormar med hård åtgång på skogsbeståndet samt att fjällvärlden krymper om trädgränsen flyttas högre upp.³¹ Detta skulle kunna få stora konsekvenser för Leader 3sams näringar då mycket är knutet till naturen och produktionen av de varor och tjänster som den möjliggör.

Kultur

Kulturen lyfts i allt fler sammanhang fram som betydelsefull för utveckling och tillväxt. Kultur och kulturarv används ofta för att höja attraktionskraften och locka människor att bosätta sig, arbeta i eller besöka ett område. I utpräglade glesbygdsområden ligger huvudsakligt fokus på snarare på att förhindra utflyttning samt behålla verksamheter. Kultur kopplas också till hälsa och välbefinnande och har en bidragande del i en skapandet av lokala och regionala identiteter.³² Utvecklingen visar att kulturarv i allt större utsträckning används som näringsresurs vilket medför ökat bruk och fler arbetstillfällen. Kultur och kulturarv kommersialiseras i högre

²⁸ Statens offentliga utredningar, Mångfald som möjlighet – åtgärder för ökad integration på landsbygden, SOU 2008:56

²⁹ <https://www.kth.se/om/miljo-hallbar-utveckling/utbildning-miljo-hallbar-utveckling/verktygslada/sustainable-development/vad-ar-hallbar-utveckling-1.350579>

³⁰ European Union, Committee of the regions, Delivering on the Europe 2020 strategy (2nd ed 2014)

³¹ Boverket, Vision för Sverige 2025 (2012)

³² Riksantikvarieämbetets omvärldsanalys, Trender i tiden 2010-2015 (2010)

utsträckning och ny iscensättning av kulturarvet och kulturmiljöerna blir allt viktigare och ställer nya krav på arbetskraften. Vidare kan diskuteras vilken roll landsbygden har i den tillfällige besökarens upplevelser. Riksantikvarieämbetet säger i sin omvärldsanalys att ”Genom befolkningsomflyttningen från land till stad förändras människors syn på landskap. Landskapet blir oftare ett upplevelselandskap och en kuliss för den tillfällige besökaren och delas upp på olika slags upplevelser”. Konsekvenser av kulturarvsmiljöns utveckling kan vara att lantbruksrelaterad besöksnäring utvecklas samt ekologisk produktion av livsmedel ökar.

I Jämtland/Härjedalens kulturplan³³ pekas tillgänglig kultur ut som en viktig prioritering. ”Alla ska ha tillgång till kulturella upplevelser och möjlighet att själva skapa och uttrycka sig”. I klartext innebär det att regionen behöver kunna erbjuda en kulturell infrastruktur med institutioner, scener och miljöer som är tillgängliga för alla i det geografiska området. Förhållningssättet ska generellt präglas av öppenhet och mångfald. Tillgänglighet, jämställdhet och inkludering oavsett ålder och kön präglar den lokala kulturplanen som innefattar Leader 3sams område. Inom exempelvis utvecklingsområdet kulturmiljö och kulturhistoria prioriterar regionen att synliggöra kulturarv och kulturmiljöer, att stödja initiativ som lyfter den samiska kulturen och språket samt att stödja initiativ som lyfter fram fäbodbruk och fjällbondekulturen. Dessa prioriteringar ligger i linje med vad som framkommit i Leader 3sams SWOT-analys lokalt.

Barns och ungas rätt till kultur har diskuterats i ett tiotal år och är fortfarande ett aktuellt ämne. Flertalet utredningar och uppföljningar som gjorts under åren visar hur viktig kulturen är och att skolan har en central roll i att vara en arena där alla barn kan möta kultur oavsett barnets bakgrund och villkor. Barnperspektivet har under åren stärkts och förväntas fortsätta så, barnens rätt till kultur finns nu inskriven i nationella dokument och i uppdrag till myndigheter.³⁴

Offentliga kostnader för kultur ökade med 6,2 procent under perioden 2007-2013 där staten står för den största kostnaden och kommunerna för 41 procent. De offentliga kulturkostnaderna per invånare är störst i Jämtland och Västra Götaland, anledningen är svår att utläsa i Kulturanalys rapport.³⁵ Vad som däremot är tydligt är att satsningar på kulturverksamhet är ett frivilligt åtagande för kommunerna. Som tidigare nämnts visar Jämtlands kulturplan på tillgänglig kultur som en viktig prioritering. Kommunernas kulturskolor spelar här en stor roll.

Hälsa och livsstil

I viss mening kan hälsa vara att inte vara sjuk men i en utvecklad, vidare mening kan WHO:s definition användas: ”god hälsa är ett tillstånd av fullständigt fysiskt, psykiskt och socialt välbefinnande”. Synen på hälsa torde vara varierande beroende på etnicitet och sociala förhållanden. Allt mer i vårt samhälle kretsar kring hälsa och även den psykiska hälsan har kommit mer i fokus under åren då den kan kopplas till livskvaliteten i stort. Folkhälsomyndigheten påtalar att begreppet psykisk hälsa involverar hälsorelaterad livskvalitet där upplevt välbefinnande, symtom och funktion i dagliga aktiviteter ingår. I rapporten

³³ Regionförbundet Jämtlands län, Kulturplan för Jämtland/Härjedalen 2015-2018 (2014)

³⁴ Kulturrådet, Barn och ungas kultur, kulturen i siffror (2010)

³⁵ Kulturrådet, Barn och ungas kultur, kulturen i siffror (2010)

”Folkhälsan i Sverige, Årsrapport 2013”³⁶ påvisas risken med att ha ohälsosamma levnadsvanor och att motionera för lite och att äta för lite frukt och grönt. Framgångsfaktorerna för att öka chansen till en god hälsa anses vara högre utbildning, en god social position på arbetsmarknaden och en trygg ekonomisk situation i kombination med goda levnadsvanor. Rapporten om folkhälsa visar att risken för psykisk ohälsa ökar med arbetslösheten och att framförallt kvinnor med låg utbildningsnivå skattar sin hälsa lågt. Utbildningsnivån antas spela roll för förmågan att hitta och tillgodogöra sig information om hälsorelaterat beteende. Kvinnor rapporterar generellt en sämre hälsa än män. Undersökningar har visat att besvär av ängslan, oro, ångest och sömnbesvär har ökat bland befolkningen sedan 1990-talet, en oroande stor ökning bland unga människor har rapporterats.

EU:s 2020 strategi har understrukt hälsöfrämjande åtgärder som en integrerad del i målen för en smart tillväxt för alla. Produktiviteten och konkurrenskraften påverkas positivt om människor håller sig friska och aktiva – kopplingen mellan ekonomisk tillväxt och frisk befolkning är tydligare än tidigare. Innovation inom hälso- och sjukvården ska främjas för att bidra till långsiktig lösning på den demografiska utmaningen.

³⁶ Folkhälsomyndigheten, Socialstyrelsen/Statens folkhälsoinstitut, Folkhälsan i Sverige årsrapport 2013 (2013)

Bilaga 3. Motivering

Under den gångna programperioden har det genom projektutvärderingar framkommit behov av ”breddade insatser”, vilket nu skulle bli möjligt i en flerfondslösning genom Leadermetoden. För att kunna ta ett helhetsgrepp om områdets utmaningar avser Leader 3sam att arbeta med jordbruksfonden, sociala fonden samt regionala fonden. Leader 3sam anser att alla tre fonderna har stor betydelse för att uppnå målen i strategin och att de har en kompletterande roll i varje enskilt insatsområde.

EU:s 2020 strategi har understrukt hälsöfrämjande åtgärder som en integrerad del i målen för en smart tillväxt för alla. Produktiviteten och konkurrenskraften påverkas positivt om människor håller sig friska och aktiva – kopplingen mellan ekonomisk tillväxt och frisk befolkning är tydligare än tidigare.

Som går att utläsa i Leader 3sams Swot-analys, projektrapporter samt omvärldsanalysen finns behov som måste mötas för att området ska kunna stå sig i den allt mer globala konkurrensen och kunna bidra till en hållbar tillväxt. Den demografiska strukturen i området med exempelvis hög medelålder, hög arbetslöshet, låg utbildningsnivå (jmf riksgenomsnitt) i kombination med glesheten (1,34 invånare per km²) innebär utmaningar i att konkurrera i det globaliserade samhället som bygger på kunskap och innovation.

Signalerna på bristande självbild, lågt självförtroende och attityder som hindrar kvinnor och män att utbilda sig och kanske starta eget företag kräver särskilda insatser som främst kan stödjas av främst sociala fonden. Entreprenörskapet och näringslivsutvecklingen kommer främst att beröras av regionala fonden eller jordbruksfonden beroende på inriktning. Jordbruksfonden kommer att användas för att utveckla de naturresurser som finns i området och bidra till att sysselsättningen diversifieras och att de gröna näringarnas konkurrenskraft kan öka. Vi vill se en ökad satsning på fossilfria bränslen och bioenergi vilket skulle vara möjligt med Europeiska Jordbruksfonden. Vi ser att sociala fonden kan göra generellt stor nytta i arbete med målgruppen som står längre ifrån samhället och arbetsmarknaden, ofta ungdomar, kvinnor och utrikesfödda.

Sverige ska ha ett innovationsklimat och samhällsklimat i världsklass år 2020, vilket den nationella innovationsstrategin³⁷ syftar till. För att det ska vara möjligt behöver *hela* Sverige inkluderas och med hjälp av den här utvecklingsstrategin vill Leader 3sam vara med i utvecklingen och bidra till det.

³⁷ Regeringskansliet, Näringsdepartementet. Den nationella innovationsstrategin. (2012)

Bilaga 4. Kommuner och församlingskoder

Strömsunds kommun:

| | |
|----------------------------|--------|
| -Ströms- Alanäs församling | 231301 |
| -Gåxsjö församling | 231303 |
| -Hammerdals församling | 231304 |
| -Frostvikens församling | 231305 |
| -Fjällsjö församling | 231306 |
| -Bodums församling | 231307 |
| -Tåsjö församling | 231308 |

Ragunda kommun:

| | |
|-------------------------|--------|
| Ragunda församling | 230301 |
| Fors församling | 230302 |
| Borgvattnets församling | 230303 |
| Stuguns församling | 230304 |

Definitioner av egna indikatorer, som ingår i utvecklingsstrategin

Bilaga 5

| Indikator (namn, benämning) | Definition | Beskrivning av hur mätning kommer att göras inkl. hur uppgifterna kommer att kontrolleras/styrkas |
|---|---|--|
| Antal deltagare som medverkat i aktiviteter som bidragit till ökad social inkludering och integration | Personer som deltagit i projektaktiviteter med syfte att bidra till ökad social inkludering och integration | Aktiviteter anges i projektansökan. Följs upp under projektets genomförande. Verifieras av deltagare och anordnare efter projektets avslut |
| Antal deltagare som medverkat i aktiviteter för ökad kompetens | Personer som deltagit i aktiviteter/utbildningar som medfört ökad kompetens | Aktiviteter/utbildningar anges i projektansökan. Följs upp under projektets genomförande. Verifieras av deltagare och anordnare efter projektets avslut |
| Antal deltagare som medverkat i aktiviteter som bidragit till ökad anställningsbarhet | Personer som deltagit i aktiviteter med syfte att öka anställningsbarheten | Aktiviteter anges i projektansökan. Följs upp under projektets genomförande. Verifieras av deltagare och anordnare efter projektets avslut |
| Antal deltagare i projekt | Personer som varit aktiva vid projektets genomförande | Anges i projektansökan. Verifieras av de som varit aktiva vid projektets genomförande |
| Antal kvinnor i projekt | Kvinnor som varit aktiva vid projektets genomförande | Anges i projektansökan. Verifieras av de som varit aktiva vid projektets genomförande |
| Antal ungdomar i projekt | Ungdomar som varit aktiva vid projektets genomförande | Anges i projektansökan. Verifieras av de som varit aktiva vid projektets genomförande |
| Antal deltagare med utländsk bakgrund i projekt | Personer med utländsk bakgrund som varit aktiva vid projektets genomförande | Anges i projektansökan. Verifieras av de som varit aktiva vid projektets genomförande |
| Antal projekt | Projekt som bidrar till att uppfylla ett specifikt mål i strategin | Anges i projektansökan hur målet ska nås. Avstämning under projektets genomförande för att säkerställa att projektet följer plan |
| Antal projekt med innovativ profil | Projekt som använder nya/obeprovade metoder för att uppfylla specifika mål i strategin | Beskrivs i projektansökan på vilket sätt projektet är innovativt. Avstämning under projektets genomförande för att säkerställa att projektet följer plan |
| Antal aktiviteter som främjar distansoberoende | Aktiviteter som leder till ökad tillgång till distansoberoende teknik för fastboende oavsett om de utnyttjar den eller inte | Beskrivs i projektansökan vilka aktiviteter som avses. Avstämning under projektets genomförande för att säkerställa att projektet följer plan |

| | | |
|---|--|--|
| Antal aktiviteter som främjar tillgång till nya bostäder | Aktiviteter som leder till att det skapas nya bostäder avsedda för fastboende | Beskrivs i projektansökan vilka aktiviteter som avses. Avstämning under projektets genomförande för att säkerställa att projektet följer plan |
| Antal aktiviteter som främjar nya servicelösningar | Aktiviteter som leder till att tillgång till service bibehålls och utvecklas | Beskrivs i projektansökan vilka aktiviteter som avses. Avstämning under projektets genomförande för att säkerställa att projektet följer plan |
| Antal samverkansprojekt | Samverkansprojekt som leder till att uppfylla specifika mål i strategin | Beskrivs i projektansökan vilka som ingår i samverkansprojektet, samt på vilket sätt det leder till måluppfyllelse. Avstämning under projektets genomförande för att säkerställa att projektet följer plan |
| Antal projekt med FOU innehåll | Projekt som med hjälp av forskning och utveckling avser utveckla nya tekniker och produkter för att uppfylla specifika mål i strategin | Beskrivs i projektansökan vilka FOU insatser som avses. Avstämning under projektets genomförande för att säkerställa att projektet följer plan |
| Antal projekt som vänder sig till de som vill starta eget | Projekt som leder till ökat nyföretagande och att fler vågar ta steget att starta eget företag | Beskrivs i projektansökan hur det ska gå till. Avstämning under projektets genomförande för att säkerställa att projektet följer plan |
| Antal dokumentationer | Dokumentationer som leder till att specifika mål i strategin uppfylls | Beskrivs i projektansökan vilka dokumentationer som är aktuella. Avstämning under projektets genomförande för att säkerställa att projektet följer plan |
| Antal nya produkter/tjänster med kulturella och historiska inslag | Produkter/tjänster med kulturella och historiska inslag som uppfyller specifika mål i strategin | Beskrivs i projektansökan vilka produkter/tjänster med kulturella och historiska inslag som avses. Avstämning under projektets genomförande för att säkerställa att projektet följer plan. |

Kommunikationsplan för Leader 3sam 2.0

Bilaga 6

Skapat datum: 150801

Reviderat datum och signatur:

Leader 3sams kommunikationsplan utgår från den gemensamma kommunikationsstrategi som Jordbruksverket tagit fram för lokalt ledd utveckling, dock anpassad till Leader 3sams lokala behov.

Det övergripande syftet med kommunikationsplanen är att vara ett stöd i arbetet med att nå ut med information till intressenter samt marknadsföra möjligheterna med Leadermetoden och möjligheten att söka stöd för sina utvecklingsidéer. Kommunikationsaktiviteterna ska främja Leaders synlighet och samordnas för bästa möjliga effekt. Denna kommunikationsplan är ett övergripande verktyg för respektive insatsområde och kommer att kompletteras med mer detaljerade planer för respektive fas av programperioden – införandefasen, genomförandefasen och slutfasen. Då dessa troligen överlappar varandra är det nödvändigt att skapa specifika kommunikationsplaner för respektive fas.

Kommunikationsaktiviteterna ska bidra till förståelse och engagemang samt skapa motivation bland inblandade parter, vilket är viktigt för en långsiktig hållbarhet.

I denna kommunikationsplan åskådliggörs de aktiviteter som ska genomföras, vilken målgrupp de ska syfta till för att nå (primära- och sekundära målgrupper) samt vilket kommunikationsmål som det ska möta upp (som ligger i linje med de antagna övergripande kommunikationsmålen). Vidare ska det huvudsakliga anges, vilka kanaler som ska användas, under vilken tidsperiod aktiviteten ska pågå, vem som är ansvarig för utförandet och slutligen aktuell status. Exempel på status kan vara ”ej påbörjat”, ”pågående” samt ”genomfört”.

Hjälprågor vid revidering av kommunikationsplanen är t ex: Vad är budskapet? Vilka aktiviteter lämpar sig bäst för de mål, strategier och budskap vi valt? Vad vill vi säga för att nå kommunikationsmålen? Hur/när ska vi kommunicera? Vilka kanaler är mest effektiva? Vem ska göra vad? När ska det göras?

Kommunikationsplan insatsområde1: " Attityder & engagemang"

| Aktivitet | Målgrupp | Kommunikationsmål | Budskap | Kanal | Tidsperiod | Ansvarig | Status |
|---|---|---|--|--|--|----------|-------------|
| Kommunicera möjligheterna att söka stöd för utvecklingsidéer | Alla som bor/verkar i Leaderområdet | Ökad kännedom om Leader. Därigenom ökad medvetenhet om möjligheterna att påverka sin situation. Forma bilden av landsbygden som positiv och attraktiv samt motverka negativa attityder. | Det finns utvecklings-möjligheter på landsbygden. "Du kan om du vill!" "Det är coolt att vara lantis!" | Personliga möten, annonser, sociala medier, goda exempel som sprids i t ex broschyr, webb, massmedia | Löper under hela programperioden med regelbundna avstämningar | Samtliga | Ej påbörjat |
| Kommunicera möjligheterna att söka stöd för utvecklingsidéer, kommunicera möjligheterna till kompetenshöjande insatser t ex utbildning o coaching | Individer långt fr arbetsmarknaden Organisationer, företag | Genom kännedom om sökbara stöd förbättra situationen för målgruppen, stärka självbild och framtidstro. Påverka attityder i positiv riktning. Visa möjligheterna med Leader. | Det finns möjlighet till utveckling och sysselsättning på landsbygden. "Du kan om du vill!" | Workshops Dialogmöten Seminarier, sociala medier, webb, spridning goda exempel | Löper under hela programperioden anpassat till aktuell fas (införande, genomförande/avslut) | | Ej påbörjat |
| Kommunicera möjligheterna till kompetenshöjande insatser t ex utbildning o coaching | Nyanlända svenskar | Ökad kännedom om Leaderstöd och i förlängningen förbättrad situation för målgruppen. Påverka attityder i positiv riktning. | Det finns möjlighet till utveckling och sysselsättning på landsbygden. "Du kan om du vill!" | | Löper under hela programperioden anpassat till aktuell fas (införande, genomförande/avslut) | | Ej påbörjat |
| Kommunicera projektresultat/utfall/goda exempel | Alla som bor/verkar i Leaderområdet, finansärer, intressenter | Kännedom om möjligheterna med Leader. Ökad medvetenhet om möjligheterna att | Möjligheterna med Leader. Möjligheterna på landsbygden. | Webb, sociala medier, nyhetsbrev, trycksaker, budbärare, | Regelbundet när projekt pågår/avslutats. | | Ej påbörjat |

| | | | | | | | |
|--|-------------------------------------|---|---|---|--|--|-------------|
| | | påverka sin situation. Forma bilden av landsbygden som positiv och attraktiv. Visa resultat till finansiärer. Bidra till lärande o kompetenshöjning | | workshops, konferenser, massmedia | | | |
| Kommunicera fördelarna med att forma och delta i ett starkt föreningsliv | Alla som bor/verkar i Leaderområdet | Ökad förståelse för föreningslivets betydelse och bidra till ett ökat engagemang. | Det finns möjligheter på landsbygden om vi arbetar tillsammans. "Samverkan är viktigt" | Webb, sociala medier, nyhetsbrev, personliga möten, trycksaker, telefonsamtal , budbärare | Löper under hela programperioden anpassat till aktuell fas (införande, genomförande/avslut) | | Ej påbörjat |
| | | | | | | | |

Kommunikationsplan insatsområde 2: "Utveckling av näringsliv & arbetsmarknad"

| Aktivitet | Målgrupp | Kommunikationsmål | Budskap | Kanal | Tidsperiod | Ansvarig | Status |
|--|-------------------------------------|---|---|---|---|----------|-------------|
| Kommunicera möjligheterna att söka stöd för utvecklingsidéer | Alla som bor/verkar i Leaderområdet | Ökad kännedom om Leader. Därigenom ökad medvetenhet om möjligheterna att påverka sin situation. Forma bilden av landsbygden som positiv och attraktiv samt motverka negativa attityder. Ökad medvetenhet om möjligheterna att påverka sin situation | Det finns utvecklingsmöjligheter på landsbygden. "Det är coolt att vara lantis!" | Personliga möten, annonser, sociala medier, goda exempel som sprids i t ex broschyr, webb | Löper under hela programperioden med regelbundna avstämningar | Samtliga | Ej påbörjat |

| | | | | | | | |
|--|---|---|---|--|---|--|-------------|
| | | Påverka till en positiv bild av landsbygden | | | | | |
| Kommunicera möjligheterna att söka stöd för utvecklingsidéer | Organisationer Företag Sociala företag Underrepresenterade grupper Ungdomar | Genom kännedom om sökbara stöd främja företagande och visa på samverkansmöjligheter, inspirera till att pröva nya lösningar/metoder, främja en jämlik o breddad arbetsmarknad | Det finns utvecklingsmöjligheter på landsbygden. "Det går om man vill!" "Det är coolt att vara lantis!" | Webb, sociala medier, nyhetsbrev, personliga möten, trycksaker, telefonsamtal, budbärare, workshops, massmedia | Löper under hela programperioden anpassat till aktuell fas (införande, genomförande/avslut) | | Ej påbörjat |
| Kommunicera projektresultat/utfall/goda exempel | Alla som bor/verkar i Leaderområdet, finansiärer, intressenter | Ökad medvetenhet om möjligheterna att påverka sin situation. Forma bilden av landsbygden som positiv och attraktiv. Visa resultat till finansiärer. Bidra till lärande o kompetenshöjning | Det finns utvecklingsmöjligheter på landsbygden. "Det går om man vill!" | Webb, sociala medier, nyhetsbrev, trycksaker, budbärare, workshops, konferenser, massmedia | Regelbundet när projekt pågår/avslutats. | | Ej påbörjat |
| | | | | | | | |

Kommunikationsplan insatsområde 3: "Infrastruktur, boende & mötesplatser"

| Aktivitet | Målgrupp | Kommunikationsmål | Budskap | Kanal | Tidsperiod | Ansvarig | Status |
|------------------------------------|-------------------------------------|---|--|-----------------------------|----------------------------------|----------|-------------|
| Kommunicera möjligheterna att söka | Alla som bor/verkar i Leaderområdet | Ökad kännedom om Leader. Därigenom ökad medvetenhet | Det finns utvecklingsmöjligheter på landsbygden. | Personliga möten, annonser, | Löper under hela programperioden | Samtliga | Ej påbörjat |

| | | | | | | | |
|--|--|---|--|--|---|--|-------------|
| stöd för utvecklingsidéer | | om möjligheterna att påverka sin situation. Forma bilden av landsbygden som positiv och attraktiv samt motverka negativa attityder. | "Det är coolt att vara lantis!" | sociala medier, goda exempel som sprids i t ex broschyr, webb, massmedia | med regelbundna avstämningar | | |
| Kommunicera möjligheterna att söka stöd för utvecklingsidéer som främjar mötesplatser, infrastruktur | Alla som bor/verkar i Leaderområdet Intressenter/organisationer inom infrastruktur, boende, mötesplatser, kultur - & fritidsaktiviteter. | Visa på möjligheterna till förändring och förbättring. Öka kännedom om finansieringsmöjligheter för projekt som främjar infrastruktur och innovativa lösningar som bidrar till kultur och fritid, mötesplatser. | Med ideella krafter och ökad samverkan innovativa lösningar skapas | Personliga möten, annonser, sociala medier, goda exempel som sprids i t ex broschyr, webb, massmedia | Löper under hela programperioden anpassat till aktuell fas (införande, genomförande/avslut) | | Ej påbörjat |
| Kommunicera projektresultat/utfall/goda exempel | Alla som bor/verkar i Leaderområdet, finansiärer, intressenter | Ökad medvetenhet om möjligheterna att påverka sin situation. Forma bilden av landsbygden som positiv och attraktiv. Visa resultat till finansiärer. Bidra till lärande o kompetenshöjning | | Webb, sociala medier, nyhetsbrev, trycksaker, budbärare, workshops, konferenser, massmedia | Regelbundet när projekt pågår/avslutats. | | Ej påbörjat |
| | | | | | | | |

Kommunikationsplan insatsområde 4: "Gröna näringar, vatten & miljö"

| Aktivitet | Målgrupp | Kommunikationsmål | Budskap | Kanal | Tidsperiod | Ansvarig | Status |
|---|---|---|--|--|---|----------|-------------|
| Kommunicera möjligheterna att söka stöd för utvecklingsidéer | Alla som bor/verkar i Leaderområdet | Ökad kännedom om Leader. Därigenom ökad medvetenhet om möjligheterna att påverka sin situation. Forma bilden av landsbygden som positiv och attraktiv samt motverka negativa attityder. | Det finns utvecklingsmöjligheter på landsbygden. "Det är coolt att vara lantis!" | Personliga möten, annonser, sociala medier, goda exempel som sprids i t ex broschyr, webb, massmedia | Löper under hela programperioden med regelbundna avstämningar | Samtliga | Ej påbörjat |
| Kommunicera möjligheterna att söka stöd för utvecklingsidéer som främjar lokal förädling, stödjer forskning etc | Organisationer, företag, föreningar, intressenter inom ämnesområdet (ex högskolor/universitet). | Ökad kännedom om möjligheterna med Leader. Ökad kännedom om utvecklingsmöjligheterna för gröna näringar och utvecklingen av alternativa lösningar. Medvetandegöra utvecklingspotentialen generellt inom miljöområdet. | Det finns goda förutsättningar för produktion av förnybar energi. Det finns utvecklingspotential i outnyttjade odlingsmarker. Ökad lokal produktion, teknikutveckling & insatser inom ämnesområdet bidrar till långsiktig hållbarhet och arbetstillfällen. | Personliga möten, annonser, sociala medier, goda exempel som sprids i t ex broschyr, webb, massmedia | Löper under hela programperioden anpassat till aktuell fas (införande, genomförande/avslut) | | Ej påbörjat |

| | | | | | | | |
|---|--|---|--|--|--|--|-------------|
| Kommunicera projektresultat/utfall/goda exempel | Alla som bor/verkar i Leaderområdet, finansiärer, intressenter | Ökad medvetenhet om möjligheterna att påverka sin situation. Forma bilden av landsbygden som positiv och attraktiv. Visa resultat till finansiärer. Bidra till lärande o kompetenshöjning | | Webb, sociala medier, nyhetsbrev, trycksaker, budbärare, workshops, konferenser, massmedia | Regelbundet när projekt pågår/avslutats. | | Ej påbörjat |
| | | | | | | | |

Kommunikationsplan insatsområde 5: "Hållbar turismutveckling"

| Aktivitet | Målgrupp | Kommunikationsmål | Budskap | Kanal | Tidsperiod | Ansvarig | Status |
|--|---|---|--|--|---|----------|-------------|
| Kommunicera möjligheterna att söka stöd för utvecklingsidéer | Alla som bor/verkar i Leaderområdet | Ökad kännedom om Leader. Därigenom ökad medvetenhet om möjligheterna att påverka sin situation. Forma bilden av landsbygden som positiv och attraktiv samt motverka negativa attityder. | Det finns utvecklingsmöjligheter på landsbygden inom turismnäringen | Personliga möten, annonser, sociala medier, goda exempel som sprids i t ex broschyr, webb, massmedia | Löper under hela programperioden med regelbundna avstämningar | Samtliga | Ej påbörjat |
| Kommunicera möjligheterna för en växande turismnäring på landsbygden | Organisationer, företag, föreningar, intressenter inom området, | Skapa förbättrade förutsättningar för turismen i området, ökad medvetenhet om värdet av de natur - & kultur- | Det finns goda förutsättningar för ökad turism och utveckling av besöksnäringen i området. Det finns | Personliga möten, annonser, sociala medier, goda | Löper under hela programperioden anpassat till aktuell fas (införande, genomförande/avslut) | | Ej påbörjat |

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|--|-------------|
| | entreprenörer, branschorg. | resurser som finns och att det finns goda förutsättningar för en positiv utveckling av turismen. | möjligheter till året-runt-sysselsättning inom turistnäringen och områdets identitet kan tydliggöras | exempel som sprids i t ex broschyr, webb, massmedia | | | |
| Kommunikations-aktiviteter för att främja företagande inom turismbranschen samt visa på möjligheter till stöd. | Organisationer, företag, föreningar, intressenter inom området, entreprenörer, branschorg. Personer som bor och verkar i området | Förstå värdet av de resurser som finns, hur de kan ligga till grund för utveckling. Öka intresset för branschen, öka kännedom om att det finns stödjande insatser för att öka det affärsmässiga i branschen, stötta entreprenörskapet. | Det finns möjligheter till en utökad arbetsmarknad inom turism och kommersialisering av natur -& kulturvärden. | Personliga möten, annonser, sociala medier, goda exempel som sprids i t ex broschyr, webb, massmedia | Löper under hela programperioden anpassat till aktuell fas (införande, genomförande/avslut) | | Ej påbörjat |
| Kommunicera projektresultat/utfall/goda exempel | Alla som bor/verkar i Leader-området, finansiärer, intressenter | Ökad medvetenhet om möjligheterna att påverka sin situation. Forma bilden av landsbygden som positiv och attraktiv. Visa resultat till finansiärer. Bidra till lärande o kompetenshöjning | | Webb, sociala medier, nyhetsbrev, trycksaker, budbärare, workshops, konferenser, massmedia | Regelbundet när projekt pågår/avslutats. | | Ej påbörjat |
| | | | | | | | |

Tidsplan för uppföljning & utvärdering Leader 3sam 2.0

Bilaga 7

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| EU-rapporter, som Jordbruksverket ska leverera | | Årsrapport (grundversion) | Årsrapport (utökad version) | Årsrapport (grundversion) | Årsrapport (utökad version) | Årsrapport (grundversion) | Årsrapport (grundversion) | Årsrapport (grundversion) | Årsrapport (grundversion) | Slututvärdering |
| LAG ska bidra med underlag/uppgifter | | Ja | Ja | Ja | Ja | Ja | Ja | Ja | Ja | Ja |
| Förberedelser | Identifiera behov av information/uppgifter | Översyn av tillgången på data | | Översyn av tillgången på data | | | | Översyn av tillgången på data | | |
| | Gå igenom och bestäm datakällor | Komplettera | | Komplettera | | | | Komplettera | | |
| | Planera insamlingen av uppgifter och skapa riktlinjer riktade till projekten | | | Översyn av insamlingen av data | | Översyn av insamling av data | | Riktlinjer till projekten inför slutredovisning och slututvärdering | | |
| Fortløpande koordinering av uppföljning och utvärdering och bidrag till årsrapporter | | | | | | | | | | |
| Aktiviteter på LAG/strateginivå Leader organisation | | Årlig uppföljning av strategin | Årlig uppföljning av strategin | Årlig uppföljning av strategin | Årlig uppföljning av strategin | Årlig uppföljning av strategin | Årlig uppföljning av strategin | Årlig uppföljning av strategin | Årlig uppföljning av strategin | |
| | | Inledande uppföljning av genomförande | Fortsatt uppföljning av genomförande | Resultatanalys | | Resultatanalys | | Effektanalyser, resultatanalyser, kunskapsförmedling | Effektanalyser, resultatanalyser, kunskapsförmedling | Effektanalyser, resultatanalyser, kunskapsförmedling |
| Förberedelse och koordinering av aktiviteter (del i att klara ovanstående databehov) | Bestäm utvärderingsämnen (specifika för LAG/strategin) | Komplettera/revidera | Komplettera/revidera | Komplettera/revidera | Komplettera/revidera | Komplettera/revidera | Komplettera/revidera | Komplettera/revidera | Komplettera/revidera | Komplettera/revidera |
| LAG - uppgifter & ansvarsområden. Uppbyggnad & struktur Riskanalys | | Översyn av kompetens samt utbildningsbehov. Översyn av struktur (ålder, kön etc) Översyn av arbetssätt, roller & metoder. | Översyn av kompetens samt utbildningsbehov. Översyn av struktur (ålder, kön etc) Översyn av arbetssätt, roller & metoder. | Översyn av kompetens samt utbildningsbehov. Översyn av struktur (ålder, kön etc) Översyn av arbetssätt, roller & metoder. | Översyn av kompetens samt utbildningsbehov. Översyn av struktur (ålder, kön etc) Översyn av arbetssätt, roller & metoder. | Översyn av kompetens samt utbildningsbehov. Översyn av struktur (ålder, kön etc) Översyn av arbetssätt, roller & metoder. | Översyn av kompetens samt utbildningsbehov. Översyn av struktur (ålder, kön etc) Översyn av arbetssätt, roller & metoder. | Översyn av kompetens samt utbildningsbehov. Översyn av struktur (ålder, kön etc) Översyn av arbetssätt, roller & metoder. | Översyn av kompetens samt utbildningsbehov. Översyn av struktur (ålder, kön etc) Översyn av arbetssätt, roller & metoder. | |
| Arbetsutskott (AU) ansvarar för översyn och granskning av strategin, insatsområden, måluppfyllelse för varje specifik fond. Uppföljning av handlingsplan (7.3). | Direktiv för översyn/granskning av strategin, insatsområden, måluppfyllelse. | Översyn/granskning av genomförande, måluppfyllelse och revidering av strategin | Översyn/granskning av genomförande, måluppfyllelse och revidering av strategin | Översyn/granskning av genomförande, måluppfyllelse och revidering av strategin | Översyn/granskning av genomförande, måluppfyllelse och revidering av strategin | Översyn/granskning av genomförande, måluppfyllelse och revidering av strategin | Översyn/granskning av genomförande, måluppfyllelse och revidering av strategin | Direktiv för uppdatering av strategins resultat. Kontroll av måluppfyllelse. | Direktiv för uppdatering av strategins resultat. Kontroll av måluppfyllelse. Sammanställning | Direktiv för uppdatering av strategins resultat. Kontroll av måluppfyllelse |

