

STRATEGI FÖR LOKALT LEDD UTVECKLING I NORDVÄSTRA SKARABORG 2014-2020



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska struktur-
och investeringsfonderna



Europeiska jordbruksfonden för
landsbygdsutveckling: Europa
investerar i landsbygdsområden



SAMMANFATTNING

Utvecklingsstrategin omfattar Nordvästra Skaraborg och syftet är att utveckla området utifrån Leader-metoden. Metoden bygger på samarbete mellan olika sektorer och aktörer utifrån lokala förutsättningar och initiativ.

Nordvästra Skaraborg består av tio kommuner och det är Essunga, Grästorp, Gullspång, Götene, Karlsborg, Lidköping, Mariestad, Skara, Töreboda och Vara kommun.

Leader Nordvästra Skaraborgs LAG (lokal partnerskap) ska vara drivande i arbetet med att genomföra strategin och se till att måluppfyllelsen verkställs.

Strategin arbetar med tre fonder. Det är Landsbygdsfonden, Regionala utvecklingsfonden och Socialfonden. Fonderna bidrar till måluppfyllelse i det lokala utvecklingsarbetet.

Strategin utgår från visionen;

”Nordvästra Skaraborg – där kreativitet och naturresurser ger livskraft”.

Utifrån SWOT-analysen och partnerskapet har tre övergripande mål fastställs och till dessa har insatsområden tagits fram för att uppfylla strategins mål och vision.

ÖVERGRIPANDE MÅL

Fler utvecklade besöksdestinationer och unika besöksmål med hög kvalitet

Vi vill satsa på kvinnor och män som utvecklar värdekedjor inom besöksnäringen. Destinationer ska byggas där flera aktörer gemensamt bidrar till att göra ett område attraktivt. Det ska satsas på kvalitet i alla led vilket i förlängningen kan leda fram till exportmogna destinationer. Besöksmålen ska utvecklas och tematiska reseanledningar ska erbjudas. Området ska profileras och marknadsföras.

Naturresurser är en utgångspunkt för produktion och konsumtion som sker utifrån ett lokalt och globalt ansvarstagande

Vi vill ta vara på området naturresurser. För att skapa långsiktig hållbar utveckling är det nödvändigt att utveckla och förädla de lokala resurserna. Satsningar ska göras på affärsutveckling utifrån lokala naturbaserade resurser. Utvecklingsinsatser inom lokalproducerade varor och tjänster t ex inom mat, energi och råvaror ska genomföras.

Kreativiteten flödar och innovationskraften är hög

Vi vill satsa på att främja kreativitet och innovationer. Kultursatsningar som bidrar till mer innovativa miljöer ska stödjas. Idéutveckling bland kvinnor och män i olika branscher samt i civilsamhället ska stimuleras. Satsningar för att utveckla system som ger ungdomar och nyanlända möjlighet att komma närmare och att bli en del av arbetslivet ska genomföras. Kvinnor och män med olika bakgrund ska kunna ta tillvara på sina resurser på ett optimalt sätt. Vi ska stimulera insatser som stärker det lokala samhället vilket bidrar till ökad livskvalitet.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

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	Statistik för området	6
4.2	Områdesbeskrivning	10
4.3	Behov och utvecklingsmöjligheter	15
5	På vilket sätt är strategin innovativ?	18
6	Vision	19
7	Mål, Insatsområden och urvalskriterier	20
7.1	Övergripande mål för området	21
7.2	Horisontella mål	23
7.3	Insatsområden	24
7.4	Handlingsplan	28
7.5	Urvalsprocess	33
7.6	Mål och urvalskriterier	35
8	Finansieringsplan	41
9	Organisation	41
9.1	Administrativ kapacitet och kansliets arbete	41
9.2	Partnerskapet och föreningen	42
9.3	LAG – den lokala aktionsgruppen	43
10	Samverkan mellan fonder och andra aktörer	44
10.1	Samverkan mellan fonder	44
10.2	Avstämning med andra aktörer med utvecklingsansvar	46
10.3	Jämställdhet och icke-diskriminering	46
11	Kommunikation	47
11.1	Mål med kommunikationsstrategin	47
11.2	Tydlighet kring vision, övergripande mål och insatsområden	47
11.3	Målgrupp	47
11.4	Grafisk profil	48
11.5	Informationskanalerna för att nå målgruppen	48
11.6	Uppföljning	49

11.7	Kommunikationsplan	49
12	Uppföljning och revidering	49
12.1	Allmän lärandeprocess	49
12.2	Utbildning	49
12.3	Uppföljning av projekt	50
13	Bilagor.....	50
13.1	Bilaga 1: SWOT-analys	51
13.2	Bilaga 2: Omvärldsanalys - trender	56
13.3	Bilaga 3: Motivering	57

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. 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.

Analyser 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

Framtagningen av strategin påbörjades som två separata processer för Leader Norra Skaraborg och Leader Västra Skaraborg. Efterhand när sammanslagningen mellan områdena blev klar, togs en gemensam strategi fram. De båda strategierna var snarlika varandra och har genom sammanslagningen kunnat utvecklas.

I Leader Norra Skaraborg startades strategiarbetet upp av befintliga LAG. Ett nytt partnerskap bildades med representanter från ideell, offentlig och privat sektor. Arbetet med framförallt vision, mål och insatsområden har skett i möten med trepartnerskapet och genom stormöten med allmän inbjudan. Presentationer har genomförts på samtliga fyra kommunstyrelser, företagarträffar mm. En skrivargrupp med representanter från de fyra kommunerna och från befintligt LAG har arbetat mellan partnerskapsmötena.

I Leader Västra Skaraborg påbörjades strategiarbetet efter positivt besked från samtliga kommuner. Ett stort antal djupintervjuer genomfördes med olika organisationer utifrån partnerskapet. Flera workshops arrangerades tillsammans med olika grupperingar utifrån partnerskapet samt med specifika tema/fokusgrupper. Drygt ett 30-tal SWOT-analyser har genomförts utifrån partnerskapet och geografisk representation. Skrivargrupp tillsammans med partnerskapet har tagit fram strategin.

Vid framtagning av strategin har stor hänsyn tagits till EU2020, nationella-, regionala- och kommunala planer. Dialogmöten har genomförts med Länsstyrelsen, Västra Götalandsregionen, Skaraborgs kommunalförbund samt angränsande Leaderområden. Strategin är en lokal utvecklingsplan utifrån ett underifrånperspektiv som är ett komplement till kommunala, regionala och nationella strategier. Avstämningar har gjorts med lokala och regionala aktörer för att strategierna ska vara ett komplement till varandra.

Följande aktörer har deltagit i arbetet med att ta fram strategin:

Samtliga tio kommuner, Biosfärområde Vänerskärgrården med Kinnekulle, Coompanion Skaraborg, Företagarna Västra Götaland, Hela Sverige ska Leva Skaraborg, Hushållningssällskapet Skaraborg, Lantbrukarnas riksförbund, Naturbruksgymnasiet Sötåsen, Samordningsförbundet Västra Skaraborg, Skaraborgs Bygdegårdsdistrikt, Skaraborgs kommunalförbund, Sociala Ekonomins Nätverk i Skaraborg, Studieförbundet Vuxenskolan Skaraborg, Svensk Handel, Svenska kyrkan, Sveriges Lantbruksuniversitet, Västergötlands Fotbollsförbund, Västergötlands Hembygdsförbund, Västsvenska Turistrådet och Ung Företagsamhet.

4 UTVECKLINGSOMRÅDET

Leader Nordvästra Skaraborg ligger mellan Vänern och Vättern och består av 10 kommuner. Det ligger i sin helhet i Västra Götalands län.

4.1 STATISTIK FÖR OMRÅDET

Beskrivning av området	
Totalt antal invånare i utvecklingsområdet, inkl. tätorter > 20 000 invånare.	122 919 st för landsbygdsfonden (exkl. Lidköpings församling) 141 570 invånare för socialfonden och regionala utvecklingsfonden (inkl. Lidköpings församling).
Antal invånare i utvecklingsområdet, exkl. tätorter > 20 000 invånare.	122 919 st (exkl Lidköpings församling)
Områdets totalstorlek i km², inkl. tätorter > 20 000 invånare.	4 597
Områdets storlek i km² utanför tätorter > 20 000 invånare.	4 448
Antal invånare per km², inkl. tätorter.	30,8
Antal invånare per km², exklusive tätorter.	27,6
Kommuner som omfattas av strategin.	Essunga, Grästorp, Gullspång, Götene, Karlsborg, Lidköping, Mariestad, Skara, Töreboda och Vara
Landskapstyper och landmärken	Landsbygd, slätt, platåberg, skärgård, djupa dalgångar, Vänern, Vättern, Tiveden, Göta kanal.

Större tätorter och utvecklingscentra	Nossebro, Grästorps, Gullspång, Hova, Götene, Karlsborg, Lidköping, Mariestad, Skara, Töreboda, Vara
--	--

Befolkning	
Befolkningsförändring för åren 2007–2013	Nordvästra Skaraborg Totalt: -672 invånare Flyttnetto: + 997 invånare Födelsenetto: - 1 669 invånare
Essunga Totalt: - 162 invånare Flyttnetto: - 62 invånare Födelsenetto: - 100 invånare	Grästorps Totalt: - 168 invånare Flyttnetto: - 97 invånare Födelsenetto: - 71 invånare
Gullspång Totalt: - 334 invånare Flyttnetto: - 65 invånare Födelsenetto: - 269 invånare	Götene Totalt: + 60 invånare Flyttnetto: + 20 invånare Födelsenetto: + 40 invånare
Karlsborg Totalt: -120 invånare Flyttnetto: + 172 invånare Födelsenetto: - 292 invånare	Lidköping Totalt: + 879 invånare Flyttnetto: + 854 invånare Födelsenetto: + 25 invånare
Mariestad Totalt: - 57 invånare Flyttnetto: + 267 invånare Födelsenetto: - 324 invånare	Skara Totalt: - 39 invånare Flyttnetto: + 114 invånare Födelsenetto: - 153 invånare
Töreboda Totalt: - 384 invånare Flyttnetto: - 102 invånare Födelsenetto: - 282 invånare	Vara Totalt: - 347 invånare. Flyttnetto: - 104 invånare Födelsenetto: - 243 invånare
Arbetslöshet i procent	Nordvästra Skaraborg: 8,5 %

	Essunga 6,9 % Grästorp 8,8 % Gullspång 11,8 % Götene 6,6 % Karlsborg 5,7 % Lidköping 8,0 % Mariestad 10,3 % Skara 8,7 % Töreboda 10,7 % Vara 7,7 % Västra Götaland: 8,2 % Riket: 8,5 %
Arbetslöshet bland unga (15–24 år) i procent	Nordvästra Skaraborg: 14,7 % Essunga 16 % Grästorp 13 % Gullspång 26 % Götene 11 % Karlsborg 9 % Lidköping 13 % Mariestad 17 % Skara 11 % Töreboda 19 % Vara 12 % Västra Götaland: 9,7 % Riket: 10,2 %
Andel invånare med utländsk bakgrund i procent	Nordvästra Skaraborg: 9 % Essunga 9 % Grästorp 6 % Gullspång 13 % Götene 9 % Karlsborg 6 % Lidköping 8 % Mariestad 10 % Skara 12 %

	Töreboda	9 %
	Vara	8 %
	Västra Götaland:	16%
	Riket:	16%
Andel av befolkningen i procent		
16-24 år		10,9 %
25-44 år		20,9 %
45-64 år		27,8 %
65- år		24,3 %

Företagande och utbildning	
Antal företag per 1 000 invånare	104
Antal nystartade företag per 1 000 invånare	Nordvästra Skaraborg: 6,1 Västra Götaland: 10,7 Riket: 11,5
Andel invånare med högskoleutbildning	Nordvästra Skaraborg: 16,4 % Essunga 11,1 % Grästorp 13,8 % Gullspång 10,5 % Götene 15,3 % Karlsborg 18,2 % Lidköping 20,4 % Mariestad 17,3 % Skara 17,1 % Töreboda 12,0 % Vara 11,8 % Västra Götaland: 16,4% Riket: 25,1%

4.2 OMRÅDESBESKRIVNING

Nordvästra Skaraborg består av många små och mellanstora orter som ligger relativt nära varandra. Området kännetecknas av en mångfald av industri- och näringsproduktion, jord- och skogsbruk samt att det finns rika natur- och kulturtillgångar.

Området kan delas upp i ett blått och ett grönt Nordvästra Skaraborg. Ett blått med en fiskerinäring och en besöksnäring med inriktning mot båtliv, vatten, bad och fiske. Det finns också ett grönt Nordvästra Skaraborg med naturupplevelser, jordbruk, skogsbruk och livsmedelsindustrin som viktiga näringar.

Området ligger strategiskt placerat i förhållande till ett antal större städer och med pendlingsavstånd till bl.a. Göteborg, Trollhättan, Skövde och Örebro.

KOLLEKTIVTRAFIKEN OCH INFRASTRUKTUR I NORDVÄSTRA SKARABORG

Området ligger centralt i förhållande till övriga södra Sverige och avståndet till större städer är inom rimligt avstånd. Vägnetet domineras av E20, riksväg 26, 44, 46, 47, 49 och 184. E20 kommer att byggas ut till motorväg fram till 2025.

Tågtrafiken kännetecknas av tre järnvägar: Västra Stambanan, Älvsborgsbanan samt Kinnekullebanan.

I Väneren finns det fyra hamnar för godstransport. Det är Lidköping, Hällekis, Mariestad och Otterbäcken.

BEFOLKNING



I Lidköping, Skara och Mariestads kommuner bor majoriteten av kommunens invånare i centralorten. I de övriga kommunerna bor majoriteten utanför centralorten. Flera av kommunerna lever med minskande och åldrande befolkning. Demografin med en åldrande befolkning samt en urbanisering som ökar är en utmaning för området att hantera.

SAMVERKAN ÖVER GRÄNSER

Det finns sedan tidigare en vana mellan kommunerna att samverka inom vårt område, både i offentlig och privat sektor. Exempel på detta är samverkan inom t ex miljötillsyn, räddningstjänst, näringsliv och turism. Det finns en stark politisk vilja och en dialog pågår för att fortsätta samverka inom flera områden i Nordvästra Skaraborg. Även näringsliv och civilsamhälle ingår idag i många gränsöverskridande samarbeten, både över kommun- och länsgränser och på transnationell nivå.

HÅLLBAR UTVECKLING

Det finns en ekologisk och miljömässig medvetenhet, särskilt i Biosfärområdet Vänernskärgården med Kinnekulle (internationell modellområde för hållbar samhällsutveckling som utses av Unesco), där Götene, Lidköping och Mariestad ingår.

Det finns en ökad fokus på social hållbarhet, t ex Lidköping är certifierad av WHO, som en säker och trygg kommun. Flera kommuner är engagerade i olika socioekonomiska projekt för barn och unga i utsatta situationer.

De gröna näringarna spelar en stor roll i området och utgör en utvecklingsbas i Västra Götaland och nationellt för de gröna näringarna samt för samspelet mellan stad och land.

Sveriges Lantbruksuniversitet vill tillsammans med Västra Götalandsregionen utveckla ett regionalt centrum för de gröna näringarna i Skara. Det finns en överenskommelse om framtidsinsatser på forskning och utveckling inom de gröna näringarna.

NATURRESURSER

Området Nordvästra Skaraborg är rikt på ekosystembaserade och andra resurser och det finns goda möjligheter att öka värdet av dessa. Det kan t.ex. handla om lokal mat, förnyelsebara energikällor eller skogsbaserade produkter.

Exempel på naturresurser är:

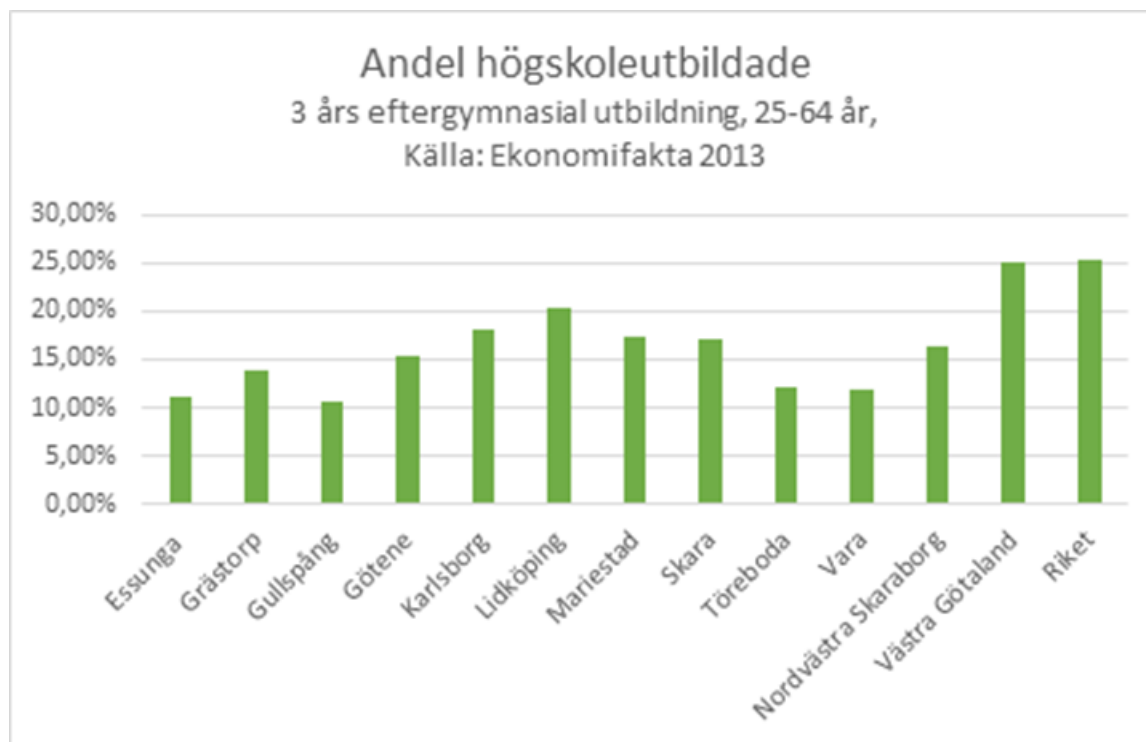
Av landarealen är drygt 1 ha/person åkermark där det kan produceras mat. Om man räknar med att det behövs ca 120 kvadratmeter för att producera bröd för en normalkonsument så används resten för animalieproduktion, produktion för export eller andra värdefulla råvaror. Om behov finns, kan produktionen av biomassa per hektar öka avsevärt.

När det gäller energi så är den årliga energikonsumtionen i området ca 31 000 kWh/person och år. Potentialen för energiproduktion från halm, biogas, avverkningsrester och skogsenergi (virke som kvalitetsmässigt inte kan användas till papper och virke) skulle vid ett optimalt nyttjande täcka ca 50 % av det behovet.

Virke för hus och pappersproduktion räcker till både för det egna behovet och till export ut ur området eftersom den årliga skogstillväxten motsvarar ungefär 12 kubikmeter per person och år, detta virke skulle då nästan räcka till ett vanligt normalt hus, om 15-20 kbm, per person och år (i ett timmerhus går det naturligtvis åt mer virke). Virke och träfibern går ju också att förädla och använda till t.ex. kläder och andra kemisktekniska produkter.

UTBILDNING

Utbildningsnivån är lägre än riksgenomsnittet och män har lägre utbildningsnivå än kvinnor. Skaraborg utmärker sig i Västra Götaland som det område med högst andel ungdomar som går ut gymnasiet med behörighet men samtidigt med den lägsta andelen som går vidare till högskolestudier.



I Nordvästra Skaraborg finns det gymnasium i Lidköping, Mariestad, Skara, Töreboda och Vara. Därutöver finns det två naturbruksgymnasium och två folkhögskolor samt en omfattande folkbildningsverksamhet genom de tio studieförbunden.

I Lidköping finns högskola online med högskoleutbildningar och yrkeshögskola t ex inom design och hantverk. I Skara finns Sveriges Lantbruksuniversitet med forskar- och uppdragsverksamhet inom de gröna näringarna samt Biologiska Yrkeshögskolan, Sveriges största yrkeshögskola inom de gröna näringarna. I Mariestad finns Göteborgs Universitet med Institutionen för kulturvård med forskning och utbildning inom trädgårdsdesign och byggnadsvård. Där finns även högskoleplattformen DaCapo Mariestad med möjlighet att läsa lärarprogram och andra distansutbildningar.

Övriga utbildningar som lockar elever från hela landet är teaterutbildning på Skara skolscen och musikutbildning på Music Factory i Skara.

ARBETSMARKNAD OCH NÄRINGS LIV

Skaraborg är i sig en arbetsmarknadsregion med mycket pendling till Skövde, men i gränsområdena finns starka kopplingar till bl.a. Göteborg och Trollhättan.

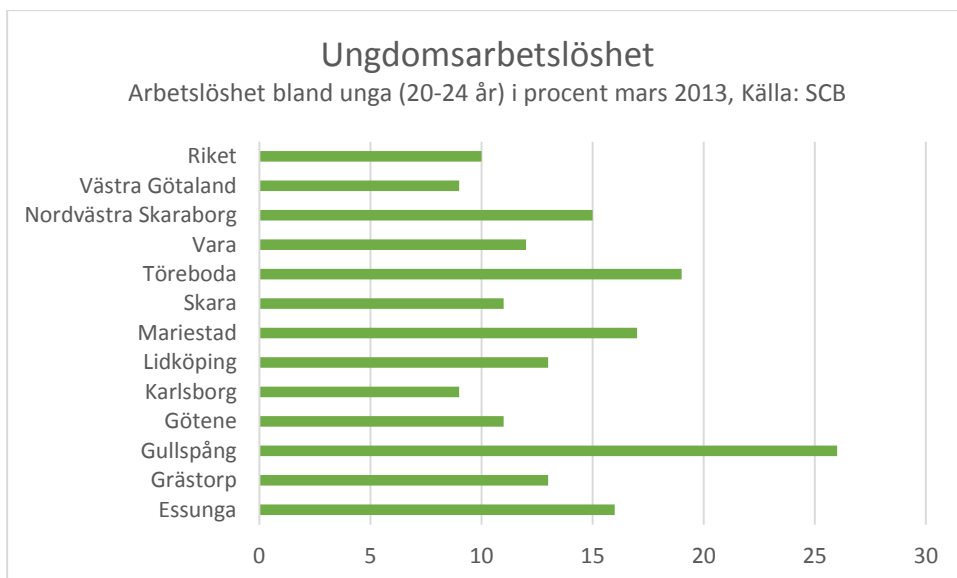
Till övervägande del arbetar kvinnor och män i Nordvästra Skaraborg inom service- och tjänsteyrken. Det här mönstret är tydligast för de större kommunerna. Gullspång, Götene, Töreboda och Vara kommuner utmärker sig emellertid med en stor andel sysselsatta inom tillverkningsindustrin. För övriga kommuner är tillverkningsindustri det näst vanligaste sysselsättningsområdet. På senare år har vi även fått en framskjutande plats vad gäller biogas och inom IT. I Karlsborgs är försvaret fortfarande den största arbetsgivare, trots en hel del förändringar de senare åren.

Trots att stora delar av Skaraborg består av jordbrukslandskap upptar areella näringar en mindre del av den totala sysselsättningen för berörda kommuner. Dock utmärker sig Götene och Skara kommun när det gäller arbetstillfällen inom de areella näringarna. Vårt område är ett av de mest häst täta områdena i landet. Utbildning inom häst är till stor del koncentrerad till Skara och Axevalla travbana, men hästnäringen är högst påtagligt inom hela nordvästra Skaraborg.

Framförallt i norra Skaraborg är utvecklingen av arbetsmarknaden svag och kommunerna har en hög arbetslöshet.



Arbetslösheten bland ungdomar (15-24 år) är mycket hög i området, med i genomsnitt 14,7% jämfört med 10,2% för riket. Spridningen är stor mellan kommunerna, från 9 % till 26 %. Området har även en total arbetslöshet som är högre än riksgenomsnittet.



BOENDE

Det finns många boendeanternivåer totalt sett, allt från moderna stadslägenheter mitt i centrum till charmiga hus på landsbygden. Men alla typer av boende erbjuds inte i alla miljöer. De korta avstånden gör det enkelt att ta sig till arbetet eller skolan oavsett var hemma är, men det krävs ofta bil, vilket begränsar tillgängligheten för vissa grupper. Priserna är konkurrenskraftiga i jämförelse med storstadsregionerna och det finns stora möjligheter till attraktiva, sjönära boenden. Dock är det svårt att få lån till att bygga nytt/renovera på landsbygden.

KULTUR

En av de större aktörerna inom kulturområdet är Vara konserthus med nationella och internationella inslag i utbudet. Sedan finns det ett lokalt utbud av teater och musik bland kommunerna som arrangerar både stora och små arrangemang. Lidköping har tillgång till en stor arena från bandymatcher i högsta divisionen till musikevent som Melodifestivalen. En stor andel av kulturverksamheten anordnas av de tio studieförbunden och den ideella sektorn. Det finns överlag ett aktivt föreningsliv och ett stort utbud av fritidsaktiviteter i området, t.ex. idrottsrörelsen.

BESÖKSNÄRING OCH BESÖKSMÅL

Skara Sommarland, Läckö slott, Spiken, Rörstrand, Kinnekulle, Skara domkyrka, Varnhems klosterkyrka, Göta kanal, Karlsborg fästning, Vara konserthus, Axevalla Travbana, Hova riddarvecka och Nossebro marknad är några av de största besöksmålen i området.

Det finns också ett drygt 20-tal gästhamnar för fritidsbåtar i Vänern och Vättern samt utmed Göta kanal.

Den höga kvaliteten hos restauranger och caféer i området tillsammans med den lokalproducerade maten håller på att utvecklas till en tematisk reseanledning. Elva restauranger och elva caféer i området under senaste åren fått utmärkelsen White guide.

4.3 BEHOV OCH UTVECKLINGSMÖJLIGHETER

SWOT-analysen tillsammans med övriga analyser ger en klar bild över vilka områden som behöver utvecklas i Nordvästra Skaraborg. Nedan har vi lyft fram de behov vi anser att Leadermetoden kan tillgodose. I analyserna finns det områden som ständigt återkommer som inte ryms inom lokal ledd utveckling, t.ex. större infrastruktursatsningar. Dessa behov får hanteras av andra aktörer och myndigheter. För mer detaljerade uppgifter om SWOT-analysen, se bilaga 1.

BESÖKSNÄRING OCH DESS VÄRDEKEDJOR

Besöksnäringen är en växande bransch och är en viktig del av Sveriges ekonomi och sysselsättning. Den turistiska konsumtionen har ökat kraftfullt under en följd av år och utländska besökares konsumtion har under samma tid ökat ännu mer. Även den inhemska turismen är viktig och har potential att växa för ökad konsumtion. Besöksnäringen har en viktig roll när det gäller näringslivsverksamhet, för att skapa arbete och företagande för kvinnor och män med olika bakgrund och erfarenheter.

Det har tagits fram en nationell strategi för besöksnäringen tillsammans med näringen. ”Nationell strategi för besöksnäringen - hållbar tillväxt för företag och destinationer” har som mål att till 2020 fördubbla den turistekonomiska omsättningen i Sverige till 500 miljarder, ha en sysselsättning motsvarande 260 000 årsverken, ett exportvärde på 200 miljarder och erbjuda 35 exportmogna destinationer. I Skaraborg finns en turismstrategi och en handlingsplan att utveckla besöksnäringen i Skaraborg, bl.a. genom satsningar på exportmogna destinationer.

Nordvästra Skaraborg har goda reseanledningar och stor tillgång på sjöar, skärgård, stränder och vacker natur. Två av Europas största sjöar binds samman av Göta kanal som årligen besöks av många människor. Området är rikt på arkeologiska fornlämningar och har en gammal historia med tydliga avtryck i landskapsmiljön. Området har stora och unika värden i form av ett vackert och varierande naturlandskap i kombination av ett imponerande kulturarv.

Dock behöver man arbeta med svagheter kring besöksnäringen bl.a. inom samordning, lönsamhet, minskad kollektivtrafik (eget fordon krävs oftast), tillgänglighet, produktutbud, paketering och servicenivå på landsbygd för att kunna utveckla hållbara destinationer och besöksmål.

Nordvästra Skaraborg är en levande landsbygd och det finns en stor potential för turismen. Ett viktigt område är att utveckla nya turistsäsonger. Det gäller att ta fram reseanledningar som är kopplade till andra årstider än bara till sommaren. Marknadsföring och profilering av områdets unika besöksmål är ett prioriterat mål. Den lokala maten och att området är en traditionell jordbruksbygd ger goda möjligheter för matupplevelser för turister.

EN HÅLLBAR PLATS FÖR ALLA

Länsstyrelsen Västra Götaland har tagit fram ett visionsdokument "Landsbygd 2050" som i ett led i deras arbete med landsbygdsprogrammet 2020. Dessa mål ligger väl i linje med vårt eget övergripande mål att produktion och konsumtion sker utifrån ett globalt ansvarstagande. Följande tre saker lyfts fram i visionen;

- Västra Götaland utvecklar hållbara lösningar och produkter för regionen och för den internationella marknaden
- Västra Götaland skapar samhällen som gör det lätt för alla människor att må bra och leva gott
- Västra Götaland använder resurser effektivt och utvecklar mångfald och fungerande kretslopp

Idag finns det ett biosfärområde i tre kommuner i Nordvästra Skaraborg där ett arbete pågår kring hållbar utveckling. Det finns ett stort värde att främja kompetenshöjande insatser inom hållbar utveckling för att individen/samhället ska ta ett lokalt och ett globalt ansvar. SWOT-analysen visar på vikten att satsa på hållbar utveckling i dess tre delar - miljömässig, social och ekonomisk hållbarhet.

Inom området hållbar utveckling har Nordvästra Skaraborg stora möjligheter att profilera sig. Det finns ett ökat fokus i samhället på en biobaserad ekonomi och ekosystemtjänster och en ökande efterfrågan på t.ex. lokal mat, skogsbaserade produkter och förnyelsebara energikällor. Vårt område är rikt på ekosystemtjänster, t.ex. skogar, åkrar, vattendrag, biologisk mångfald och natur- och kulturmiljöer. Denna resurs är till viss del outnyttjad och har en stor potential för vidareutveckling inom området.

Det finns ett stort värde att på bästa sätt dra nytta av de råvarutillgångar som finns i området. Insikten om att jordens resurser är begränsade växer och stora gemensamma utmaningar som t ex klimatförändringar kräver globala beslut. Trenden är tydlig att självförsörjning blir allt viktigare på nationell nivå och ett flertal länder har utarbetat egna livsmedelsstrategier. Bondens betydelse har ökat och ursprungsmärkning blir allt mer viktig för konsumenten.

Vi vill ta tillvara på områdets naturresurser och utveckla företag inom biobaserad ekonomi för att stärka den lokala ekonomin. Det kan t.ex. handla om att satsa på energieffektiva lösningar och förnyelsebara energikällor eller satsningar på nya produkter och tjänster kopplat till lokal mat.

ENTREPRENÖRSKAP OCH INNOVATION

I vårt område finns det många små företag och det är betydelsefullt att de får möjlighet till samverkan, nätverk med akademi och ta del av kompetenshöjande insatser. Andelen nystartade företag per 1000 invånare är låg i jämförelse med Västra Götaland och övriga riket. Det finns ett behov att stödja och stimulera till att fler vågar starta egna företag.

Entreprenörskap och intraprenörskap* är en viktig faktor för tillväxt. Det finns behov att stimulera drivkrafterna i alla dess former och hos alla invånare, vilket gynnar kreativiteten och bidrar till ett mer berikat samhälle. En högkvalitativ matkultur kan också räknas in bland de kulturella och kreativa näringarna.

År 2014 avslutades forskningsprojektet ”Kreativa kraftfält i Skaraborg” som har visat på betydelsen av aktivt deltagande av kvinnor och män med olika bakgrunder i kulturverksamheter för att stimulera innovationer. En slutsats är att Skaraborg inte fullt ut drar nytta av den kraft som finns i kulturverksamheterna. Skaraborg befinner sig i gränsen mellan det som Pier Luigi Sacco betecknar som Kultur 1.0 = dvs kultur för en begränsad elit och Kultur 2.0 = masskultur. För att bli innovativ behöver kulturen nå Kultur 3.0 = där medborgarna är delaktiga och är med och skapar kulturen.

För att Skaraborg skall kunna utveckla en innovationsdriven ekonomisk tillväxt behöver kulturverksamheterna, i utvidgad bemärkelse, få en mer central roll. Studien visar att den låga utbildningsnivån i Skaraborg skapar begränsningar för innovationsdriven utveckling. För att få utveckling av kultur och kreativitet behöver det integreras i den övriga ekonomin. Två kulturaktiviteter som verkar ha större betydelse och redan nu kan beskrivas som framgångsrika näringar är musikstudior och dataspelsutveckling.

** personer som verkar som förnyare av verksamhet inom ett företag eller offentlig förvaltning*

ARBETSMARKNAD OCH BEHOV AV HÖGRE KOMPETENS

Människor som bott eller bor i Skaraborg känner till den allmänt höga livskvalitet som karakteriserar området. För invånare med högre utbildningsnivå krävs det en stark koppling till regionen, för att leva med de relativt sett begränsade marknaderna för arbete och entreprenörskap som präglar området idag.

Området behöver planera för stärkt infrastruktur inom forskning/utbildning, boende och resande. Det finns behov av att utveckla strukturer och förutsättningar som på sikt gör det möjligt att attrahera fler högt kvalificerade kvinnor och män att verka och/eller bo i Nordvästra Skaraborg.

Utbildningsnivån generellt i Nordvästra Skaraborg är lägre än riksgenomsnittet och är olika för kvinnor och män samt skiljer sig även mellan kommunerna. Alla insatser som främjar ökad utbildningsnivå är ett prioriterat område för Nordvästra Skaraborg.

Området har hög ungdomsarbetslöshet (i genomsnitt 14,7% jämfört med 10,2% för riket) och även en inströmning av nyanlända. Leadermetoden kan bidra till ett arbete med system för inkludering av män och kvinnor som är unga eller nyanlända så att de kommer närmare alternativt kommer in på arbetsmarknaden. Människor som kommer hit är värdefulla för kommuner som kämpar med vikande medborgarunderlag. Kvinnor och män med olika bakgrund som kan ta tillvara på sina resurser på ett optimalt sätt kan bli utvecklingsaktörer tillsammans med redan boende i kommunen.

Det finns behov att stödja och stärka den lokala konkurrenskraften och bidra till en hållbar tillväxt. Inom näringslivet finns behov av lokal idéutveckling och koppling till forskning. Områdets rika tillgång på naturresurser ger goda möjligheter till att stödja lokala företag till insatser inom en biobaserad och koldioxidsnål ekonomi.

5 PÅ VILKET SÄTT ÄR STRATEGIN INNOVATIV?

METOD FÖR FRAMTAGNING AV STRATEGI

Strategin har tagits fram i nära samarbete med trepartnerskapet. Ett stort antal människor har medverkat i framtagningen av SWOT-analysen. Dessutom har vi arbetat med särskilda temagrupper t ex ungdomar och nyanlända. På detta sätt har vi säkerställt underifrånperspektivet och har tagit del av många nya kreativa idéer och tankar kring framtiden, vilket har bidragit till en innovativ process kring utformningen/innehållet av strategin.

STRATEGIN UPPMUNTRAR OCH STIMULERAR INNOVATIVA PROCESSER

Ett av våra insatsområden handlar om kreativa näringar som bidrar till ekonomisk tillväxt. Det fokuserar på möjligheten att utveckla kreativa näringar för att uppnå innovation, nytänkande, överförbarhet/anpassning av nya innovationer och nyskapande processer.

Forskningsprojektet ”Kreativa kraftfält i Skaraborg” visar betydelsen av aktivt deltagande i kulturverksamheter för hållbar samhällsekonomisk tillväxt. Enskilda kulturverksamheter är inte lönsamma i sig, men tillsammans kan de skapa en gynnsam miljö som är mindre fördomsfull och mer öppen för förändringar, utbyte av idéer och i slutändan innovationer. Det gäller att skapa pre-innovativa plattformar för en hållbar och inkluderande utveckling samt att stödja ökad samverkan mellan olika lokala kulturaktörer. Dessutom är det viktigt att utveckla former för att kompletterar andra innovationsorienterade och kunskapsbaserade branscher. Studien har varit viktigt som ett forskningsunderlag för framtagande av strategin för att skapa förutsättningar för fler innovativa idéer och processer.

INNOVATIVA MÖJLIGHETER I EN BIOBASERAD SAMHÄLLSEKONOMI

Strategin tar sin utgångspunkt i att omställningen till en biobaserad samhällsekonomi medför stora möjligheter för landsbygden. Landsbygden är rik på ekosystemtjänster, t.ex. skogar, åkrar, vattendrag, biologisk mångfald, natur- och kulturmiljöer. Landsbygden har också ett starkt socialt kapital och en uppfinnartradition. Genom att kombinera detta med ekosystemtjänster finns en stor möjlighet att få ekonomiska värden av lokala resurser att återinvesteras och att snurra så länge som möjligt i lokalsamhället. Utmaningarna är att hitta bra lösningar på ekonomiska flöden mellan stad och land där resurserna värderas och att hantera eventuella målkonflikter kring markanvändning/naturresurser. Arbetet kring

omställning till en biobaserad samhällsekonomi är starkt kopplat till forskning och ambitionen är ett nära samarbete med akademien under genomförandet av dessa delar av strategin.

6 VISION

Leader Nordvästra Skaraborgs vision är:

”Nordvästra Skaraborg – där kreativitet och naturresurser ger livskraft”

- Leader Nordvästra Skaraborg bygger sin utveckling på naturgivna resurser, som är en möjlighet för områdets utveckling. Här ska de naturgivna resurserna* ge värde till området.
- Leader Nordvästra Skaraborg uppmuntrar kreativitet, företagande, och mod. Vi vill uppmuntra och ta tillvara på ”ta-sig-församheten”, dvs. alla individers handlingskraft och lokalsamhällets gnistor. Här ska goda idéer realiseras.
- Leader Nordvästra Skaraborg vill utveckla områdets identitet och marknadsföra dess attraktivitet som besöksplats, som plats för att starta företag och som boendeplats. Här ska alla invånare känna sig nöjda och stolta.

** Med naturgivna resurser avser vi alla relevanta ekosystemtjänster, t.ex. skogar, åkrar, vattendrag, biologisk mångfald, natur- och kulturmiljöer*

7 MÅL, INSATSONRÅDEN OCH URVALSKRITERIER



Bild som visar hur vision, mål och insatsområden förhåller sig till varandra

7.1 ÖVERGRIPANDE MÅL FÖR OMRÅDET

De övergripande målen utgår från lokalt identifierade behov och ska leda mot att visionen uppnås. De ska samtidigt bidra till att uppfylla regionala, nationella och europeiska mål.

1. FLER UTVECKLADE BESÖKSDESTINATIONER OCH UNIKA BESÖKSMÅL MED HÖG KVALITET

Området har starka besöksdestinationer idag och besöksnäringen är ett styrkeområde med potential att utvecklas. Utifrån områdets unika värden vill vi satsa på kvinnor och män som utvecklar värdekedjor inom besöksnäringen, så att det i Nordvästra Skaraborg finns fler unika besöksdestinationer och besöksmål.

Utifrån ett besökarperspektiv är totalupplevelsen viktig och den i sin tur bygger på sammansättning av tjänster och produkter från små och stora leverantörer likväl som från privat och offentlig sektor. Därför blir klusterbildningar ett centralt verktyg för utvecklingen och ger en ökad konkurrenskraft till området.

Genom att bygga geografiska destinationer eller tematiska områden, som exempelvis historiska resor och gourmetresor, ökar attraktiviteten. Vi vill använda arbetssättet för exportmogna destinationer för att öka förmågan att attrahera internationella besökare. Det är också viktigt att öka kvaliteten i värdekedjan. Här följer vi Swedish Welcomes definition av kvalitet, dvs. att kvalitet utgår från gästen, gästens behov och förväntningar. Det handlar om att uppfylla eller överträffa dom, oavsett vilken nivå förväntningarna befinner sig på.

Strategidokumentet Turismstrategi Skaraborg har slagit fast att Skaraborg har potential för besöksnäringen. I Skaraborgs kommunalförbunds handlingsplan finns fokusområdet ”ett livskraftigt och hållbart näringsliv” med följande insatsområden;

Profilering & destinationskännedom, kunskap & kompetens, nyetablering & investeringar, kvalitet & värdskap, befintliga anläggningar samt reseanledningar.

Leader Nordvästra Skaraborg ska fokusera på de lokala företagens möjligheter och därigenom stärka måluppfyllelsen för besöksnäringen i Skaraborg.

2. NATURRESURSER ÄR EN UTGÅNGSPUNKT FÖR PRODUKTION OCH KONSUMTION SOM SKER UTIFRÅN ETT LOKALT OCH GLOBALT ANSVARSTAGANDE

De lokala naturresurserna utpekas som en resurs på flera ställen i SWOT-analysen. I en hållbar utveckling är det nödvändigt att både utveckla och förädla de lokala resurserna och att konsumtionen sker utifrån ett lokalt och globalt ansvarstagande. Genom detta stärker vi det lokala samhället och utvecklar den cirkulära ekonomin* och tar viktiga steg mot en biobaserad samhällsekonomi.**

Vi vill arbeta dels med affärsutveckling av nya hållbara varor och tjänster, där vi ersätter icke förnybara råvaror med biobaserade, dels med ökad resurseffektivitet i hela

värdekedjan från produktion till konsumtion där både smartare produkter och smartare användning av råvara behövs. För att lyckas krävs det kompetenshöjande insatser inom hela området.

Strategin vill bidra till en hållbar utveckling utifrån de tre dimensionerna ekologisk, social och ekonomiskt hållbarhet, vilket ligger i linje med strategi ”EU2020” vars prioriteringar är smart, hållbar och inkluderande tillväxt.

Vi ligger också väl i linje med Västra Götalandsregionens strategi ”Västra Götaland 2020 – strategi för tillväxt och utveckling”, där ett tema är ”En region där vi alla tar ansvar”, vilket beskriver omställningen till ett mer hållbart samhälle.

* att få ekonomiska värden av lokala resurser att återinvesteras att snurra så länge som möjligt i lokalsamhället

**en ekonomi som arbetar aktivt för att öka användningen av ekosystemtjänster inom alla samhällssektorer samt för en ökad förädling av biobaserade råvaror, t.ex. för mat, energi och råvara till processindustri

3. KREATIVITETEN FLÖDAR OCH INNOVATIONSKRAFTEN ÄR HÖG

Kultur i vid bemärkelse upptar idag mycket av människors vardag och är också en viktig del av besöksnäringen. Individen är både producent och konsument av kultur, tack vare ny teknik. Ett rikt kulturliv bidrar till tillväxt och gynnar nyskapande i området. Nordvästra Skaraborg siktar på att bli en nyskapande kulturregion som bidrar till en mer innovationsdriven utveckling. Det är viktigt att stärka resurserna för kulturverksamhet, framförallt genom att stärka olika nätverk/projekt i system-överskridande sammanhang. Kultur stärker och kompletterar andra kreativa näringar och innovationsdrivande branscher, vilket i förlängningen leder till ekonomisk tillväxt.

En satsning behöver göras på digitalisering för att skapa en modern och konkurrenskraftig landsbygd för såväl företag som för individen. Landsbygdens strukturer måste vara anpassade för nya idéer och tjänster för att bibehålla attraktiviteten.

Det är av största vikt att skapa mötesplatser och miljöer där kvinnor och män i olika branscher och i civilsamhället kan testa och utprova nya innovativa idéer och varor/tjänster. Det finns behov av att stärka och öka andelen nya företag i området. Genom att stödja lokal idéutveckling kan nya idéer och produkter testas. Nya produkter och produktutveckling bidrar i förlängningen till nya arbetstillfällen.

I Västra Götalands vision ”Det goda livet” är kultur ett av fem prioriterade områden. ”Västra Götaland 2020” beskriver under teman som ”En ledande kunskapsregion” och ”En region som syns och engagerar” vikten av att skapa ett gott klimat för kreativitet, entreprenörskap och företagande där goda idéer och företag har möjligheter att utvecklas.

Särskilt viktiga målgrupper är ungdomar och utrikesfödda. I Nordvästra Skaraborg är ungdomsarbetslösheten högre än riksgenomsnittet och urbaniseringsprocessen fortsätter i allt större grad. Åtta av tio kommuner i området minskar sin befolkning. Samtidigt ökar

befolkningen genom inflyttning av främst utrikesfödda. Vi ska skapa förutsättningar för att unga och utrikesfödda kvinnor och män ska kunna använda och utveckla sin kompetens.

Områden som berör ungdomsarbetslöshet och integration ligger väl i linje med socialfondens mål.

Satsningar på nya företag, nya produkter och produktutveckling ligger väl i linje med regionala utvecklingsfondens prioriteringar.

7.2 HORISONTELLA MÅL

Horisontella mål ska beaktas av alla projekt, genom att projektägaren i projektbeskrivningen anger till vilken grad man kommer att uppfylla dessa mål. Inom Leaderprogrammet finns en särskild inriktning på att de horisontella målen ska bidra till att effektivisera arbetet med en hållbar tillväxt.

Sammantaget är ambitionen att de horisontella målen tillsammans leder till en hållbar utveckling i området. För att förstärka detta har vi valt att sätta ett specifikt mål för varje dimension av hållbarhet, dvs. social (kapaciteten i lokalsamhället har stärkts), ekologisk (värden av ekosystemtjänster har realiserats) och ekonomisk (ekonomisk utveckling i lokalsamhället har stimulerats). Vi har därutöver satt jämställdhet och icke-diskriminering som ett eget horisontellt mål för att sätta extra fokus på de frågorna.

JÄMSTÄLLDHET OCH ICKE-DISKRIMINERING HAR SÄKERSTÄLLTS

Med jämställdhet och icke-diskriminering avses att alla kvinnor och män, oavsett ålder, etnicitet, religion, funktionsvariationer, sexualitet och könsidentitet, i Nordvästra Skaraborg skall kunna utvecklas och nå sin fulla potential för att kunna lämna sina bidrag till samhället. Det kräver jämställd och jämlik tillgång till samhället. Att identifiera och bryta ned strukturer som utestänger människor är grunden för sådan utveckling. Alla projekt säkerställer att det inte förekommer någon form av diskriminering vid projektens genomförande. De projekt som visar på ett aktivt jämlikhets- och jämställdhetsarbete kommer att få högre poäng vid bedömningen.

KAPACITETEN I LOKALSAMHÄLLET HAR STÄRKTS

Ett starkt socialt kapital, i grunden tillit till varandra, är en nödvändig förutsättning för att olika insatser i ett område verkligen skall leda till utveckling. Att stärka lokala aktörers kapacitet att på olika sätt bidra till utveckling är ett sätt att använda det sociala kapitalet som resurs och samtidigt öka det. Socialt kapital förbrukas inte av att användas, utan kan till och med förökas då det tas i anspråk. Vi vill under strategins genomförande särskilt sätta fokus på nya mötesplatser och nätverk som är inkluderande och gärna skär över t.ex. sektorsgränser, olika åldersgrupper eller nyinflyttade kontra väl förankrade.

Kompetensutveckling är en annan prioriterad insats för att stärka det sociala kapitalet i lokalsamhället. De projekt som visar att de aktivt arbetar för att stärka kapaciteten i lokalsamhället kommer att få högre poäng vid bedömningen.

VÄRDEN AV EKOSYSTEMTJÄNSTER HAR REALISERATS

Det går att utifrån en naturvetenskaplig utgångspunkt att hävda att den enda tillväxt som verkligen sker är genom celledning som får energi genom solens instrålning. Den insikten är grunden för behovet av en omställning till en biobaserad ekonomi, där resurserna benämns ekosystemtjänster. Ekosystemtjänster är de funktioner hos ekosystem som gynnar människor, t.ex. luft- och vattenrening, produktion av mat och energi och naturupplevelser. Vi vill arbeta för att realisera värden av ekosystemtjänster för att på så sätt stärka en lokal ekonomisk utveckling. Det kan t.ex. handla om att utveckla nya affärsmodeller, kommersialisering av varor och tjänster och innovationer med koppling till ekosystemtjänster. De projekt som visar att de aktivt arbetar för att realisera värden av ekosystemtjänster i lokalsamhället kommer att få högre poäng vid bedömningen.

EKONOMISK UTVECKLING I LOKALSAMHÄLLET HAR STIMULERATS

Ekonomiska investeringar i verksamheter i lokalsamhällets stärker det lokala inflytandet och är en förutsättning för lokal utveckling. Det kan handla om att stimulera olika typer av externa finansiärer att investera i vårt område, att genomföra åtgärder som gör att värden av lokala resurser återinvesteras eller att arbeta med innovationer, förstudier etc. som går att skala upp och genomföra i större skala. De projekt som visar att de aktivt arbetar för att stimulera en ekonomisk utveckling i lokalsamhället kommer att få högre poäng vid bedömningen.

7.3 INSATSOMRÅDEN

Insatsområdena utgår från de övergripande målen och den första siffran i numreringen talar om vilket mål som insatsområdet hör till. Inom varje insatsområde har målen prioriteras från 1-3 för att visa prioritetsordningen.

1:1 BYGGA DESTINATIONER

Det är viktigt att lokala organisationer, företag, föreningar och offentlig sektor samverkar kring att bygga destinationer. En destination är ett geografiskt område där flera olika aktörer gemensamt bidrar till att göra området intressant och konkurrenskraftigt som resmål. En destination tar fram gemensamma mål och strategier för att motivera en reseanledning till området. Vi vill också utveckla exportmogna destinationer som klarar de kvalitetskrav som ställs av internationella gäster. Vår destinationsutveckling tar sin utgångspunkt i hållbar utveckling.

Mål för insatsområdet:

1. Samordnat lokala aktörer i kluster/nätverk som lett till att man gemensamt har utvecklat destinationer
2. Arbetat med kvalitet i alla led som utgår från gästen, gästens behov och förväntningar.
3. Skapat en hållbar besöksnäring/utvecklat ekoturism

1:2 BESÖKSMÅLSUTVECKLING OCH TEMATISKA RESEANLEDNINGAR

För att identifiera, skapa och stärka reseanledningar har Västsvenska Turistrådet tagit fram en affärsmodell som utgår ifrån fem tematiska områden: natur (outdoor och maritimt), kultur, måltider, möten och evenemang. Utifrån vart och ett av dessa områden skall erbjudanden utvecklas, som möter de prioriterade målgruppernas behov och som kan resultera i exportmogna destinationer. Det ska finnas ett attraktivt utbud inom vart och ett av områdena bo, äta, göra, handla och resa.

Mål för insatsområdet:

1. Utvecklat fler säljbara produkter, nya säsonger och arbetat med affärsutveckling för ökad lönsamhet
2. Skapat upplevelser utifrån teman och attraherat utvalda målgrupper
3. Aktivt deltagit i gränsöverskridande samverkan nationellt och internationellt

1:3 PROFILERING, MARKNADSFÖRING OCH FÖRSÄLJNING

Vi vill marknadsföra starka reseanledningar och stärka dess attraktionskraft såväl på nationell samt internationell marknad. Det är viktigt att ha fokus på kundens totala upplevelse och att täcka in hela kedjan från att väcka intresse via planering, bokning och upplevelse till uppföljning.

Mål för insatsområdet:

1. Utvecklat fler kompletta paket (aktivitet/upplevelse, resa, mat och boende)*
2. Arbetat med profilering och marknadsföring av nya satsningar
3. Utvecklat användningen av nya informationskanaler för att nå målgruppen

*Med paket avses aktivitet/upplevelse, resa, mat och boende. Minst två åtgärder inom begreppet paket måste uppfyllas i ansökan.

2:1 AFFÄRSUTVECKLING SOM TAR SIN UTGÅNGSPUNKT I DE LOKALA, NATURBASERADE RESURSERNA

För ett mer hållbart samhälle krävs ersättning av icke förnybara råvaror med biobaserade råvaror, smartare produkter och effektivare användning av råvaror och ändrade konsumtionsmönster och attityder. Landsbygden är rik på de resurser som är basen, men det krävs nya metoder, utveckling av teknik, affärsutveckling eller affärsmodeller för olika typer av företagande för att den ska tas tillvara.

Det är viktigt att ta tillvara på de kompetenser som finns på lokal nivå och vidareutveckla dem och även använda dem på nya sätt, t.ex. inom andra branscher.

Mål för insatsområdet:

1. Utvecklat nya metoder och ny teknik för smarta produkter och effektiv användning av råvaror

2. Utvecklat nya företag och skapat tillväxt i befintliga företag utifrån områdets naturresurser
3. Tillfört kunskap och nätverk inom en biobaserad samhällsekonomi

2:2 UTVECKLING AV LOKALPRODUCERADE VAROR/TJÄNSTER

En del av hållbar utveckling handlar om att stärka den lokala ekonomin och få pengarna att bidra till lokal utveckling, genom att utveckla nya produkter och tjänster och få fler människor och företag/organisationer/offentlig sektor att handla lokalt.

Insatsområdet handlar om att hitta nya innovativa produkter/tjänster som bygger på naturbaserade resurser, t.ex. mat, energi och råvaror till processindustri. Det handlar om att ta hand om råvaran och förädla den och därigenom bidra till företagsutveckling.

En viktig förutsättning för att detta ska fungera är att det finns kanaler som knyter samman lokala producenter med konsumenter/inköpare.

Mål för insatsområdet:

1. Utvecklat nya och förädlade innovativa varor och tjänster utifrån områdets naturresurser
2. Utvecklat lokala distributionslösningar främst inom mat och energi och därigenom knutit samman produktion med konsumtion
3. Startat nya företag och fått befintliga att växa utifrån områdets naturresurser

3:1 KREATIVA NÄRINGAR BIDRAR TILL EKONOMISK TILLVÄXT

Leader Nordvästra Skaraborg behöver fler mötesplatser och miljöer där nya innovativa idéer och produkter kan testas och utprovas. Vi ska stimulera satsningar inom kultur för att stärka Nordvästra Skaraborg som en kreativ region och gynna verksamhet som bidrar till kreativa miljöer, vilket i förlängningen kan leda till ökad tillväxt. En utgångspunkt i sammanhanget är att all utveckling är experimentell.

Mål för insatsområdet:

1. Skapat förutsättningar och stöd för samverkan mellan lokala kulturaktörer och andra branscher
2. Främjat gräns- och systemöverskridande kulturverksamheter som bidragit till en gynnsam miljö/plattform för innovationer
3. Främjat kompetenshöjande åtgärder och erfarenhetsutbyten

3:2 NÄRINGSLIVSUTVECKLING OCH INNOVATIONSKRAFT

För att vårt näringsliv ska utvecklas behöver vi satsa på att ta fram nya varor och tjänster. Vi behöver främja processer och aktiviteter som kan leda till utveckling av både nya och befintliga företag. Många insatser görs på delregional och regional nivå kring dessa frågor. Områdets roll är att fokusera på inledande insatser för små företag inom de områden som strategin fokuserar på, dvs turism, kreativa näringar och biobaserad ekonomi.

Mål för insatsområdet:

1. Stöttat lokal idéutveckling
2. Genomfört kompetenshöjande insatser som skapat lönsamhet och tillväxt
3. Stimulerat samverkan mellan forskning och näringsliv

3:3 STÄRKA DET LOKALA SAMHÄLLET

Lokala satsningar som stärker områdets identitet och bidrar till en ökad stolthet för sin bygd är viktiga för områdets attraktivitet. Vi ska ta tillvara på de kompetenser och det engagemang som finns på lokal nivå bl.a. i ett aktivt föreningsliv och de nya influenser som nyanlända för med sig, och därigenom bidra till en fortsatt utveckling av den sociala ekonomin.

Gränsöverskridande teknik öppnar nya möjligheter för en modern landsbygd. Det är viktigt att skapa förutsättningar för medborgarna och företag på landsbygden att utnyttja modern teknik så att digitaliseringen av landsbygden fortsätter.

Det är viktigt att satsa på män och kvinnors välbefinnande och hälsa samt främja insatser som bidrar till ökad livskvalitet och välmående.

Mål för insatsområdet:

1. Stärkt identitet och stolthet för bygden, speciellt bland barn och unga, och tagit tillvara på lokala kompetenser och engagemang
2. Stöttat tekniska innovationer/lösningar för landsbygden och skapat fler digitala mötesplatser
3. Satsat på livskvalitet och hälsofrämjande åtgärder

3:4 MÖTESPLATSER OCH INGÅNGAR TILL ARBETSMARKNADEN FÖR UNGDOMAR

Inom lokal utveckling är det viktigt att satsa på unga kvinnor och män.

Ungdomsarbetslösheten är mycket hög och insatser krävs på lokal nivå för att hjälpa ungdomar i deras strävan att få ett arbete och stärka deras framtidstro vilket bidrar till en högre livskvalitet.

Mål för insatsområdet:

1. Skapat lokala arenor som hjälpt unga kvinnor och män att komma närmare/att bli en del av arbetslivet
2. Skapat förutsättningar för en meningsfull fritid och ökat unga kvinnor och mäns delaktighet i samhällslivet.
3. Satsat på unga kvinnor och mäns kreativitet samt stärkt deras framtidstro

3:5 MÅNGFALD SOM RESURS

Vi har en ökad mångfald bland våra invånare i Nordvästra Skaraborg och behöver skapa förutsättningar för att olika kompetenser ska tas tillvara och utvecklas. Ett viktigt område handlar om att bryta segregation och att arbeta med social inkludering. Därför ska vi genomföra satsningar som bidrar till ett mer inkluderande samhälle. En viktig resurs i arbetet är föreningslivet och det arbete som redan bedrivs, vilket kan utvecklas vidare.

Mål för insatsområdet:

1. Utvecklat nya och befintliga mötesplatser som tar tillvara på mångfalden
2. Skapat förutsättningar för utrikesfödda att använda sin kunskap och sina idéer
3. Arbetat aktivt med attityder och värderingar

7.4 HANDLINGSPLAN

FONDER

Leader Nordvästra Skaraborg kommer att arbeta med tre fonder: landsbygdsfonden, regionala utvecklingsfonden och socialfonden. Havs- och fiskefonden kommer vi inte arbeta med eftersom sex av våra kommuner finns med i Fiskeområde Vänern respektive Vättern. Vi avser att ha regelbundna avstämningar med fiskeområdena för att undvika eventuell dubbelfinansiering.

Leader Nordvästra Skaraborg kommer främst att arbeta med en av landsbygdsprogrammets sex prioriteringar - att främja social utveckling, bekämpa fattigdom och skapa ekonomisk utveckling på landsbygden. Här kommer vi att prioritera insatser inom besöksnäring, lokalproducerade varor/tjänster, digitalisering, kreativa näringar och att stärka det lokala samhället.

När det gäller regionala utvecklingsfonden kommer Leader Nordvästra Skaraborg att arbeta med insatser för att utveckla och kommersialisera produkter, tjänster och lösningar som bidrar till en mer koldioxidsnål ekonomi samt stärka innovation i mindre företag och deras koppling till forskning och innovation.

Kopplat till socialfondens handlingsplan för Västsverige kommer Leader Nordvästra Skaraborg att prioritera insatser som är kopplade till integration av nyanlända och ungas tillgång till arbetsmarknaden.

Leaderkontoret kommer vid beredning av varje projekt att ta ställning till vad ansökan i huvudsak syftar till och därmed avgöra i vilket insatsområde och fond som ansökan hör hemma i.

1:1 Bygga destinationer

Fond: Landsbygdsfonden

Målgrupp: Turistorganisationer, företagare inom besöksnäringen, kommuner och aktörer som är ansvariga för olika besöksmål/reseanledningar.

Aktiviteter:

- Dialog med nyckelaktörer och samordna dessa i kluster.
- Identifiera och utveckla unika värden.
- Utveckla fler produkter och reseanledningar.
- Stärka besöksmålen.
- Kompetenshöjande insatser när det gäller paketering, kvalitet, värdskap, hållbar besöksnäring och prissättning.
- Höja kvaliteten utifrån gästen, gästens behov och förväntningar.
- Utveckla ekoturism.

1:2 Besöksmålsutveckling och tematiska reseanledningar

Fond: Landsbygdsfonden

Målgrupp: Turistorganisationer, företagare inom besöksnäringen, kommuner och aktörer som är ansvariga för olika besöksmål/reseanledningar.

Aktiviteter:

- Inventera och samverka.
- Utveckla resemålsanledningar och ta fram teman.
- Utveckla fler produkter och reseanledningar.
- Utveckla nya säsonger.
- Samverka med affärsutvecklare inom områden natur, kultur, måltidsturism, möten och evenemang.
- Ta fram säljbara paket och evenemang.
- Samverkan nationellt och internationellt för aktörer inom besöksnäringen.

1:3 Profilering, marknadsföring och försäljning

Fond: Landsbygdsfonden

Målgrupp: Producenter är turistorganisationer, företagare inom besöksnäringen, kommuner och aktörer som är ansvariga för olika besöksmål/reseanledningar. Konsumenterna är turister, besökare till området och företag.

Aktiviteter:

- Samverkan mellan aktörer.

- Gemensam marknadsföring både nationellt och internationellt.
- Utveckla nya informationskanaler.
- Sätt ihop fler kompletta och attraktiva paket samt paketera dem väl.

2:1 Affärsutveckling som tar sin utgångspunkt i de lokala, naturbaserade resurserna

Fond: Landsbygdsfonden.

Målgrupp: Företag, föreningar, forskning/utbildning

Aktiviteter:

- Samverkan och dialog med samarbetspartners.
- Genomföra kompetenshöjande insatser.
- Ta tillvara på lokala initiativ och drivkrafter.
- Ta fram goda exempel.
- Bedriva affärsutveckling.
- Stimulera kontakter/samverkan mellan forskning/utbildning och näringsliv.

2:2 Lokalproducerade varor/tjänster

Fond: Landsbygdsfonden.

Målgrupp: Företag, föreningar, offentlig verksamhet.

Aktiviteter:

- Samla aktörer och främja dialogmöten.
- Skapa kontaktytor mellan aktörer och regionala organisationer.
- Stödja utveckling och förädling av produkter och tjänster.
- Stödja utveckling av lokala distributionslösningar.
- Erfarenhetsutbyten transnationellt/nationellt från områden som har lyckats.

3:1 Kreativa näringar bidrar till ekonomisk tillväxt

Fond: Landsbygdsfond

Målgrupp: Företagare, kulturverksamheter, föreningar, allmänheten, offentlig sektor

Aktiviteter:

- Arbeta med kompetenshöjande insatser.
- Samverkan mellan kulturaktörer, företagare, föreningar och offentlig sektor.
- Uppmuntra gräns- och systemöverskridande kulturverksamheter.
- Erfarenhetsutbyte transnationellt.

3:2 Näringslivsutveckling och innovationskraft

Fond: Regionala utvecklingsfonden

Målgrupp: Små- och medelstora företag, näringslivets aktörer, forskning/utbildning

Aktiviteter:

- Arbeta med kompetenshöjande insatser.
- Samverka med lokala branschaktörer t.ex. Nyföretagarcentrum och Almi.
- Genomföra insatser som ökar antalet nystartade företag
- Arrangera studiebesök.
- Stimulera kontakter/samverkan mellan forskning/utbildning och näringslivet.
- Uppmuntra idéutveckling på lokal nivå.

3:3 Stärka det lokala samhället

Fond: Landsbygdsfond

Målgrupp: Det lokala samhället, företagarna, föreningar, offentlig verksamhet, studieförbund

Aktiviteter:

- Samverka och dialog med samarbetspartners.
- Genomföra kompetenshöjande insatser.
- Ta tillvara på lokala initiativ och drivkrafter.
- Stimulera hälsofrämjande åtgärder.
- Ta fram goda exempel på orter som har lyckats.
- Stödja ökad kännedom om tekniska lösningar.
- Stödja tekniska innovationer.

3:4 Ge ungdomar mötesplatser och skapa ingångar till arbetsmarknaden

Fond: Socialfonden

Målgrupp: ungdomar, företagarna, föreningar, offentlig sektor

Aktiviteter:

- Skapa dialogmöten och kontaktytor.
- Skapa kompetenshöjande åtgärder.
- Stödja befintliga nätverk och mötesplatser.
- Skapa ingångar till arbetsmarknaden.
- Erfarenhetsutbyte.
- Transnationell samverkan och erfarenhetsutbyte med t.ex. Tyskland som är framgångsrika när det gäller att minska ungdomsarbetslöshet.

3:5 Mångfald som resurs

Fond: Socialfonden

Målgrupp: nyanlända, utrikesfödda, företagarna, föreningar, offentlig sektor

Aktiviteter:

- Skapa dialogmöten och kontaktytor.
- Skapa kompetenshöjande åtgärder och arbeta aktivt med värderingar och normer.
- Skapa naturliga mötesplatser.
- Skapa ingångar till arbetsmarknaden.
- Arbeta med insatser som bidrar till ett mer inkluderande samhälle.

SAMVERKAN

Leaderområdet vill samverka med närliggande Leaderområden genom gemensamma projekt, där bättre resultat kan uppnås genom att utöka det geografiska området. Speciellt i Nordvästra Skaraborgs gränsområden finns redan många befintliga samarbeten, som vi vill stärka och utveckla vidare.

En utgångspunkt för internationella kontakter är att utgå från och bygga vidare på kommuners, företags och organisationers befintliga kontakter. Det kan handla om vänortskontakter, affärskontakter osv. Leader ska inventera befintliga kontakter och ta fram en plan för hur man ska arbeta med internationell samverkan.

Inom utveckling av besöksnäring finns goda möjligheter till förbättrade resultat genom samverkan, t.ex. genom att flera områden med liknande intressen går samman för att bearbeta en internationell marknad eller samarbeten kring besöksmål som delas av flera Leaderområden såsom Tiveden, Göta kanal, Hornborgasjön och Halle- och Hunneberg.

Inom insatsområdet som behandlar naturbaserade resurser och ekosystemtjänster finns ett stort behov av att ta del av internationella erfarenheter eftersom detta är ett relativt nytt utvecklingsområde. Här kan det handla om att utveckla metoder för mätning och uppföljning, modeller för affärsutveckling, utbyte av goda erfarenheter kring distributionskanaler eller att knyta samman stad-land i gemensamma projekt.

När det gäller frågor som t.ex. ungdomsarbetslöshet och social inkludering delas dessa av många och där vill vi ta till oss kunskap och erfarenheter från andra områden både i Sverige och internationellt.

ARBETSSÄTT FÖR ATT NÅ MÅLEN

Kommunikation

Det är viktigt att inledningsvis sprida kunskaper om Leadermetoden och visa upp goda exempel från föregående period. Första året blir det stora insatser med att sprida

information om lokal ledd utveckling och utvecklingsstrategin. I detta sammanhang är LAG- och partnerskapets nätverk en viktig resurs för informations-spridning.

LAG

Local Action Group ska vara proaktiva och se till att målen i strategin uppfylls. Finns det områden som inte uppfylls så ska de agera med särskilda informationsinsatser, starta egna projekt alternativt starta upp paraplyprojekt.

Paraplyprojekt

En effektiv metod för att starta upp processer är att starta paraplyprojekt inom ett visst område och genomföra olika delaktiviteter. Inledningsvis i perioden är avsikten att starta upp ett paraplyprojekt för att fånga upp idéer, förstudier eller att testa något i mindre skala.

Leaderkontoret = Utvecklingskontor

Leaderkontoret är ett utvecklingskontor som aktivt driver strategins genomförande, t.ex. genom spridning av information och arbete för att olika aktörer träffas och skapar dialog/samarbeten. Personalen tar ansvar för att utbildning ges till projektägare/sökande och ger hjälp/coachning för att få väl underbyggda ansökningar. Utvecklingskontoret ska också kunna vägleda ansökningar/projektidéer till rätt instans om det faller utanför leadermetoden och strategins ramar. Personalen ska fånga upp och ta tillvara på de lokala initiativ/idéer som finns och vara behjälplig på olika sätt, t.ex. informera om nätverk, ge tips på nyckelaktörer inom området, delge erfarenheter från andra projekt och förmedla information om och kontakter till andra aktörer som kan bidra med finansieringslösningar bl.a. kring investeringar.

7.5 URVALSPROCESS

Projektarbetet i Leader Nordvästra Skaraborg kännetecknas av kvalitet. Varje steg i processen är styrt med avseende på ansvar och innehåll. Personalen tillsammans med LAG har ett kvalitetssystem för att säkerställa en jämn och hög nivå i handläggningen, vilket följer EU-förordningens direktiv. LAG främjar lokala aktörers kapacitet att utveckla och genomföra insatser som gynnar den lokala miljön och jämställda utvecklingsmöjligheter för män och kvinnor med olika bakgrund. LAG använder objektiva kriterier för urval av insatser som inte leder till intressekonflikter.

PROJEKTETS VÄG

Projektstöd kan sökas av föreningar, företag, kommuner, privatpersoner och kooperativ.

Från projektidé till utbetalning:

1. Det finns en idé om ett projekt för att utveckla landsbygden.
2. Projektet etablerar en kontakt med leaderkontoret för att diskutera idén.
3. Den sökande utvecklar ansökan i samarbete med personalen.

4. Projektet ansöker om projektstöd hos Leader Nordvästra Skaraborg.
5. LAG beslutar om stöd till projektet.
6. Jordbruksverket tar ett formellt beslut vid beviljande av projekt.
7. Leaderkontoret arrangerar ett uppstartsmöte med projektet för administration och utbildning.
8. Projektägaren genomför projektet samt ansöker om att få stödet utbetalt hos Jordbruksverket.
9. Jordbruksverket går igenom materialet och beslutar om att betala ut pengar.
10. LAG har tillsammans med leaderkontoret ansvar för uppföljning av projekt.

INFORMATION OCH IDÉUTVECKLING – DE FÖRSTA STEGEN

Personalen och LAG informerar samt marknadsför leadermetoden. De genomför regelbundna informationsinsatser i samtliga kommuner. När en idé uppstår tas en kontakt med personalen.

PROJEKTUTVECKLING – FÖRDJUPNING OCH UTVECKLING

Tillsammans med personalen utvecklas idén till en projektansökan under förutsättning att idén uppfyller Leader Nordvästra Skaraborgs strategi. Syftet med projektutvecklingen är att forma projekt och ansökningar med hög kvalitet som ligger i linje med utvecklingsstrategin.

BESLUT

Beslut i LAG sker i två steg, LAG har ett arbetsutskott, AU, som bereder ärenden. Därefter går de till LAG för beslut. Inför beslut får projektägaren möjlighet att presentera projektet för LAG. LAG tar sedan beslut om projektet beviljas eller inte. Ett protokoll skrivs med en tydlig motivering till bifall eller avslag av ansökan. Ett krav för beslut är att minst 50 % av rösterna avges av parter som inte är offentliga myndigheter.

Som underlag för beslut kommer en mall att arbetas fram som visar hur poängsättning och viktning av olika kriterier ska göras. Ett viktigt kriterium som kommer att tillämpas är att projekt som bidrar till måluppfyllelse inom flera insatsområden/horisontella mål kommer att prioriteras.

GENOMFÖRANDE

Personalen sköter den löpande kontakten med projekten under genomförandet. Projekten sänder med fastställda intervall in redovisningar. Under projektet sker löpande uppföljning av ekonomi och verksamhet av personalen. Personalen rapporterar till AU och i vissa fall till LAG. En viktig del av projektets genomförande är slutredovisningen. Projektägaren sammanställer en redovisning med bland annat ekonomi och måluppfyllelse, men också med lärdomar från projektet. Slutredovisningen kan presenteras för LAG av projektägaren.

UPPFÖLJNING

Efter projektets slut gör personalen en samlad uppföljning med måluppfyllelse och ekonomi som redovisas för LAG.

7.6 MÅL OCH URVALSKRITERIER

Prioriteringar inom respektive insatsområde är numrerade.

Insatsområde 1:1 Bygga destinationer

Fond: Landsbygdsfonden

Mål	Indikator	Målvärden
1. Samordnat lokala aktörer i kluster/nätverk som lett till att man gemensamt har utvecklat destinationer	<ul style="list-style-type: none">- Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen)- Antal utvecklade destinationer/besöksmål- Antal nya nätverk	
2. Arbetat med kvalitet i alla led som utgår från gästen, gästens behov och förväntningar.	<ul style="list-style-type: none">- Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen)- Antal deltagare i kompetenshöjande insatser- Antal utvecklade produkter- Antal kvalitetssäkrade verksamheter	
3. Skapat hållbar besöksnäring/ekoturism	<ul style="list-style-type: none">- Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen)- Antal deltagare i kompetenshöjande insatser kring hållbar besöksnäring- Antal produkter kopplade till ekoturism	

Insatsområde 1:2 Besöksmålsutveckling och tematiska reseanledningar

Fond: Landsbygdsfonden

Mål	Indikatorer	Målvärden
1. Utvecklat fler säljbara produkter och arbetat med affärsutveckling för ökad lönsamhet	<ul style="list-style-type: none">- Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen)- Antal nya reseanledningar- Antal nya säljbara produkter	
2. Skapat upplevelser utifrån teman och attraherat utvalda målgrupper	<ul style="list-style-type: none">- Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen)- Antal företag som ökat sin lönsamhet	

	- Antal nya målgrupper	
3. Aktivt deltagit i gränsöverskridande samverkan nationellt och internationellt	- Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen) - Antal gränsöverskridande samarbeten	

Insatsområde 1:3 Profilering, marknadsföring och försäljning
Fond: Landsbygdsfonden

Mål	Indikatorer	Målvärden
1. Utvecklat fler kompletta paket	- Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen) - Antal nya paket	
2. Arbetat med profilering och marknadsföring av nya satsningar	- Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen) - Antal nya produkter/tjänster - Antal nya marknadsföringskanaler	
3. Utvecklat användningen av nya informationskanaler för att nå målgruppen	- Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen) - Antal nya informationskanaler	

Insatsområde 2:1 Affärsutveckling som tar sin utgångspunkt i de lokala, naturbaserade resurserna
Fond: Landsbygdsfonden

Mål	Indikatorer	Målvärde
1. Utvecklat nya metoder och ny teknik för smarta produkter och effektiv användning av råvaror	- Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen) - Antal nya metoder/varor/tjänster - Antal deltagare i kompetenshöjande insatser - Antal företag som bidragit till en mer koldioxidsnål ekonomi	
2. Utvecklat nya företag och skapat tillväxt i befintliga företag utifrån områdets naturresurser	- Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen) - Antal nya företag - Antal deltagare i kompetenshöjande	

	insatser - Antal företag som har skapat tillväxt/ökad lönsamhet utifrån naturresurserna	
3. Tillfört kunskap och nätverk inom en biobaserad ekonomi	- Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen) - Nya nätverk - Antal deltagare i kompetenshöjande insatser	

Insatsområde 2:2 Utveckling av lokalproducerade varor/tjänster
Fond: Landsbyggsfonden

Mål	Indikatorer	Målvärden
1. Utvecklat nya och förädlade innovativa varor och tjänster utifrån områdets naturresurser	- Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen) - Antal nya varor/tjänster - Antal deltagare i kompetenshöjande insatser - Antal nya varor/tjänster baserade på områdets naturresurser	
2. Utvecklat lokala distributionslösningar främst inom mat och energi och därigenom knutit samman produktion med konsumtion	- Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetskrafter) - Antal nya företag - Antal nya distributionslösningar	
3. Startat nya företag och fått befintliga företag att växa utifrån områdets naturresurser	- Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen) - Antal nya företag - Antal deltagare i kompetenshöjande insatser - Antal företag som har skapat tillväxt/ökad lönsamhet utifrån naturresurserna	

Insatsområde 3:1 Kreativa näringar bidrar till ekonomisk tillväxt
Fond: Landsbyggsfonden

Mål	Indikatorer	Mål- värden
1. Skapat förutsättningar och stöd för samverkan mellan lokala kulturaktörer och innovationsdrivna branscher	Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen) - Antal nya nätverk - Antal deltagare i kompetenshöjande insatser	
2. Främjat gräns- och system-överskridande kulturverksamheter som bidragit till en gynnsam miljö/plattform för innovationer	Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen) - Antal nya nätverk - Antal utvecklade kulturverksamheter - Antal nya mötesplatser	
3. Främjat kompetenshöjande åtgärder	Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen) - Antal nya nätverk - Antal deltagare i kompetenshöjande insatser	

Insatsområde 3:2 Näringslivsutveckling och innovationskraft

Fond: Regionala utvecklingsfonden

Mål	Indikatorer	Mål- värden
1. Stöttat lokal idéutveckling	Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetskrafter) - Antal företag som får stöd - Antal organisationer som får stöd - Antal deltagare i kompetenshöjande insatser - Antal nya varor/tjänster - Antal nya företag	
2. Genomfört kompetenshöjande insatser som skapat lönsamhet och tillväxt	- Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetskrafter) - Antal företag som får stöd - Antal organisationer som får stöd - Antal deltagare i kompetenshöjande insatser - Antal företag som ökat sin lönsamhet	
3. Stimulerat samverkan mellan forskning och näringsliv	- Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetskrafter)	

	<ul style="list-style-type: none"> - Antal företag som får stöd - Antal organisationer som får stöd - Antal nya mötesplatser mellan forskning och näringsliv - Antal nya nätverk - Antal deltagare i kompetenshöjande insatser - Antal nya varor/tjänster 	
--	---	--

Insatsområde 3:3 Stärka det lokala samhället

Fond: Landsbygdsfonden

Mål	Indikatorer	Mål-värden
1. Stärkt identitet och stolthet för bygden speciellt bland barn och unga och tagit tillvara på lokala kompetenser och engagemang	<ul style="list-style-type: none"> - Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen) - Antal nya nätverk - Antal deltagare i kompetenshöjande insatser - Antal människor som deltagit i samhällsutvecklande aktiviteter - Antal unga deltagare 	
2. Stöttat tekniska innovationer/lösningar för landsbygden och skapat fler digitala mötesplatser	<ul style="list-style-type: none"> - Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen) - Antal nya nätverk - Antal deltagare i kompetenshöjande insatser - Antal nya digitala mötesplatser 	
3. Satsat på livskvalitet och hälsofrämjande åtgärder	<ul style="list-style-type: none"> - Antal nyskapade arbetstillfällen (årsarbetstillfällen) - Antal deltagare i kompetenshöjande insatser - Antal människor som upplever ökad livskvalitet och bättre hälsa - Antal produkter och tjänster 	

Insatsområde 3:4 Mötesplatser och ingångar till arbetsmarknaden för ungdomar

Fond: Socialfonden

Mål	Indikatorer	Mål- värden
1. Skapat lokala arenor som hjälpt unga kvinnor och män att komma närmare/att bli en del av arbetslivet	<ul style="list-style-type: none"> - Antal företag som får stöd - Antal organisationer som får stöd - Antal deltagare - Antal deltagare i kompetenshöjande insatser - Antal lokala arenor/nätverk 	
2. Skapat förutsättningar för en meningsfull fritid och ökat unga kvinnor och mäns delaktighet i samhällslivet	<ul style="list-style-type: none"> - Antal företag som får stöd - Antal organisationer som får stöd - Antal deltagare - Antal deltagare i kompetenshöjande insatser - Antal nya nätverk - Antal ungdomar som upplever ökad delaktighet 	
3. Satsat på unga kvinnor och mäns kreativitet och stärkt deras framtidstro	<ul style="list-style-type: none"> - Antal företag som får stöd - Antal organisationer som får stöd - Antal deltagare - Antal deltagare i kompetenshöjande insatser - Antal nya produkter/tjänster - Antal ungdomar som upplever stärkt framtidstro 	

Insatsområde 3:5 Mångfald som resurs

Fond: Socialfonden

Mål	Indikatorer	Mål- värden
1. Utvecklat nya och befintliga mötesplatser som tar tillvara på mångfalden	<ul style="list-style-type: none"> - Antal företag som får stöd - Antal organisationer som får stöd - Antal deltagare - Antal nya nätverk - Antal nya mötesplatser 	
2. Skapat förutsättningar för utrikesfödda att använda sin kunskap och sina idéer	<ul style="list-style-type: none"> - Antal företag som får stöd - Antal organisationer som får stöd - Antal deltagare 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Antal deltagare i kompetenshöjande insatser - Antal nya nätverk 	
3. Arbetat aktivt med attityder och värderingar	<ul style="list-style-type: none"> - Antal företag som får stöd - Antal organisationer som får stöd - Antal deltagare - Antal deltagare i kompetenshöjande insatser - Antal nya nätverk - Antal nya idéer som tagits tillvara 	

8 FINANSIERINGSPLAN

Strategin kompletteras med en finansieringsplan om den blir godkänd.

9 ORGANISATION

9.1 ADMINISTRATIV KAPACITET OCH KANSLIETS ARBETE

Leader Nordvästra Skaraborg omfattar 10 kommuner. Det ställer stora krav på bemanningen att på bästa sättet tillhandahålla en hög kvalitet och god tillgänglighet för projektsökande, LAG, medfinansierare och andra aktörer. Bemanningen beräknas på två heltidstjänster. Personalen kommer att fördela arbetet sinsemellan och arbeta för att leaderkontoret ska vara ett effektivt utvecklingskontor för hela området. Förutom att ta emot ansökningar och sprida Leadermetoden ska de också hjälpa sökande att vända sig till rätt instans/finansiär. Vissa projektidéer passar bättre in hos andra finansiärer som ger projektstöd och leaderkontoret har här en viktig roll som förmedlare.

Det är av största vikt att arbetet med att informera, söka kontakter och arbeta kreativt för att starta upp framgångsrika processer i området. Leaderkontoret ska ha god områdeskännedom och etablerade nätverk i området. Det är önskvärt med kompetens inom de områden som strategin omfattar. Övriga kompetenser som leaderkontoret förväntas ha avser projektledning och ekonomi. Ett av de viktigaste områdena är att coacha och hjälpa projekten från idé till färdig ansökan. Ansökan ska vara genomarbetad med ett tydligt syfte, mål och en handlingsplan. Beslutsunderlaget ska vara tydligt att det inte ska finnas några frågetecken kring ansökan när den tas upp till beslut.

Leaderkontoret ska också tillsammans med LAG arbeta strategiskt, vilket innebär kontakter med regionala aktörer/andra fonder för avstämning när det gäller projektverksamhet och med regionala strategier. Kontakter kommer också att hållas med nyckelaktörer som finns verksamma utifrån strategins mål och insatsområden.

Det är viktigt med regelbundna avstämningar med pågående Leaderprojekt för att stämma av deras projekt med projektplanen, dvs handlingsplan och måluppfyllelse. Andra

funktioner som ligger på leaderkontoret är uppföljning och utvärdering samt att arrangera utbildnings-/erfarenhetsträffar för projekten.

Det ska finnas ett tydligt styrdokument som beskriver ansvarsfördelning, delegation, dokumentation etc. Personalen ska under programperioden delta i kompetenshöjande utbildningar.

LAG har ansvar för strategin och dess genomförande samt beslutar om alla avgörande beslut som har med verksamheten att göra. Dessutom har LAG ansvaret för leaderkontoret och dess personal.

9.2 PARTNERSKAPET OCH FÖRENINGEN

Under 2013/2014 togs de första kontakterna och mobiliseringen av partnerskapet startades. Det bildades två partnerskap, en i Norra Skaraborg och en i Västra Skaraborg. Under hösten 2014 togs ett gemensamt beslut av partnerskapet om ett samgående mellan leaderområdena Norra och Västra Skaraborg. Tillsammans länkades underlaget av SWOT-analyser och övriga analyser ihop till en gemensam strategi.

Sammansättning av partnerskapet är representativt för området och har god kompetens inom strategins mål och insatsområden.

Följande aktörer ingår i partnerskapet för att bilda ett nytt leaderområde:

Offentlig sektor:

Essunga, Grästorp, Gullspång, Götene, Lidköping, Mariestad, Karlsborg, Skara, Töreboda och Vara kommun, Naturbruksgymnasiet Sötåsen, Samordningsförbundet Västra Skaraborg, Skaraborgs Kommunalförbund, Sveriges Lantbruksuniversitet, Västsvenska Turistrådet

Privat sektor:

Lantbrukarnas riksförbund, Företagarna, Coompanion, Hushållningssällskapet, Ung företagsamhet, Svensk Handel, Svenska Kyrkan.

Ideell sektor:

Biosfärområde Vänerskärgrården med Kinnekulle, Hela Sverige ska Leva, Skaraborgs Bygdegårdsdistrikt, Social ekonomins nätverk i Skaraborg (SENS), Studieförbundet Vuxenskolan, Västergötlands Fotbollsförbund, Västergötlands Hembygdsförbund

SOCIALFONDEN

Samverkan kommer att ske med samordningsförbunden i Västra och Norra Skaraborg, som samordnar rehabiliteringsinsatser. Organisationen består av de fyra parterna Försäkringskassan, Arbetsförmedlingen, Västra Götalandsregionen och kommunerna.

REGIONALA UTVECKLINGSFONDEN

Samverkan kommer att ske med Skaraborgs Kommunalförbund och Västra Götalandsregionen som arbetar aktivt med näringslivsfrågor och näringslivsutveckling i Västra Götaland och Skaraborg.

LANDSBYGDSFONDEN

Samverkan kommer att ske med Länsstyrelsen Västra Götaland som arbetar med att genomföra landsbygdsprogrammet på regional nivå.

9.3 LAG – DEN LOKALA AKTIONSGRUPPEN

Föreningen har en styrelse benämnd LAG (Local Action Group). LAG består av representanter från ideell, privat och offentlig sektor. Leader Nordvästra Skaraborgs LAG består av 18 personer, en ledamot ur varje del av ”trepartnerskapet” från respektive kommuns geografiska område. Ledamöterna kan vara ordinarie eller vara ersättare. Dessutom ska det kompletteras med kompetens inom socialfondens och regionala utvecklingsfondens insatsområden samt fackkompetens inom strategins målområden.

LAG har till uppgift att:

- Vara det beslutande organet för att bedöma projektansökningar som kommer in under perioden.
- Årligen fastställa budgeten för kommande verksamhetsår.
- Årligen utvärdera och vid behov revidera utvecklingsstrategin.
- Vid behov tillsätta olika arbetsgrupper som arbetar för att nå målen i strategin.
- Initiera projekt om vissa insatsområden i strategin inte framskrider tillfredsställande.
- Ansvara för leaderkontoret.
- Aktivt bidra till idéutveckling och kunskapsspridning och genom detta stödja personalen i deras arbete.
- Ansvara för kontinuerlig uppföljning och utvärdering av strategin.
- Verka för att leadermetoden och gjorda erfarenheter sprids.

ARBETSUTSKOTT

LAG utser ett arbetsutskott (AU), som tillsammans med personalen bereder ärenden till LAG. AU ska arbeta med övergripande frågor och kan på uppdrag av LAG utföra olika insatser.

Leaderkontoret kan lyfta olika frågor och förslag för beredning i AU. AU har fem ledamöter, däribland ordförande och vice ordförande. Vidare ska privat, offentlig och ideell sektor vara representerade i utskottet. AU adjungerade personal till AU. Personal svarar för framtagning av uppgifter och underlag som erfordras.

Övriga arbetsuppgifter för AU:

- Övergripande medfinansieringsfrågor.
- Personalärenden.
- Beredning av projektansökningar

PRESIDIUM

Ett presidium är ett sätt att organisera sig för vissa specifika frågor, då inte hela LAG/AU behöver närvara. Presidiet består av ordförande och vice ordförande.

STYRDOKUMENT

Det ska finnas en tydlig arbetsordning som LAG tar fram som reglerar ansvarsområden, delegation, dokumentationshantering etc.

VALBEREDNING

Valberedningen ska bestå av minst sex ledamöter, två från vardera delen av trepartnerskapet och ha en geografisk representation. Valberedningen väljs årligen vid årsmötet. Valberedningen ska följa en kravprofil för ledamöter i styrelsen. Ledamöterna kan inte matcha samtliga krav, men LAG som helhet ska göra det. Valberedningen ska genomgå en utbildning av strategin och leadermetoden för att säkerställa att LAG har representativ sammansättning samt att rätt kompetens och nytänkande nomineras.

Önskade kompetenser hos LAG:

Lokalkännedom, landsbygd, livsmedel, hållbar utveckling, besöksnäring, ekosystemtjänster, biobaserad samhällsekonomi, kreativa näringar, forskning och utveckling, kontakter/nätverk, föreningserfarenhet, ekonomi och budget, entreprenörskap, ledarskap, konflikthantering, nytänkande och kompetenser som är kopplade till utvecklingsstrategin. I LAG-gruppen ska det finnas kompetens inom alla tre fonderna.

Övriga riktlinjer i valberedningens arbete:

- Könsfördelningen ska hålla sig inom intervallet 40-60 %
- En jämn åldersfördelning bör eftersträvas.
- Mångfald bör eftersträvas vad gäller ledamöternas ursprung.

10 SAMVERKAN MELLAN FONDER OCH ANDRA AKTÖRER

10.1 SAMVERKAN MELLAN FONDER

Leader Nordvästra Skaraborg kommer att arbeta med landsbygdsfonden, socialfonden och regionala utvecklingsfonden. Dessa täcker hela området förutom Landsbygdsfonden som inte har med Lidköpings församling (Lidköping stad).

Vi kommer att arbeta med urvalskriterier som är fondspecifika. Löpande kontakt kommer att genomföras med överlappande områden för havs- och fiskefonden, för att bedöma var projektet bäst passar in. Detta gäller framförallt projekt om sportfisketurism och utveckling av produkter och företag med sin resursbas i vatten och fisk.

Det är viktigt att säkerställa så att ingen dubbelfinansiering sker. Ett tydligt sätt att särskilja projekten är med hjälp av fondspecifika urvalskriterier, vilket visar inom vilken fond som projektet hör hemma.

LANDSBYGDSFONDEN

Landsbygdsfonden har en viktig roll för att skapa sysselsättning och att främja ekonomisk utveckling på landsbygden. I Nordvästra Skaraborg vill vi prioritera insatser inom besöksnäring samt inom hållbar utveckling med fokus bland annat på naturresurser/ekosystem, lokal mat/tjänster samt distribuering. Nordvästra Skaraborg vill prioritera insatser som leder till fler företag och flera arbetstillfällen och där diversifiering stimuleras.

SOCIALFONDEN

Inom socialfonden prioriterar vi arbete med att bekämpa ungdomsarbetslöshet och utanförskap bland nyanlända. Särskilt inom socialfonden ser vi tydligt, hur vi på ett helt annat sätt kan arbeta med inkludering och projekt relaterade till arbetsmarknaden.

Utifrån våra övergripande mål och insatsområden finns det goda möjligheter till synergier t ex inom besöksnäring, där ett besöksmål tar emot arbetslösa ungdomar och skapar sysselsättning för dem som är guider.

Vi ser också goda möjligheter till att arbeta tillsammans med sociala företag/kooperativ som arbetar med människor som står långt ifrån arbetsmarknaden för att få dessa i sysselsättning.

REGIONALA UTVECKLINGSFONDEN

Inom näringslivsutveckling kommer vi med stöd av regionala utvecklingsfonden att kunna arbeta ännu mer aktivt med att utveckla fler nya innovativa företag. Tack vare regionala utvecklingsfonden kan vi arbeta mer direkt med kompetensfrämjande insatser för näringslivet och dess aktörer.

Inom regionala utvecklingsfonden kommer vi att prioritera insatser som stödjer lokal idéutveckling, t.ex. genom förstudier. Vi prioriterar också insatser som ökar samverkan mellan forskning och näringsliv.

10.2 AVSTÄMNING MED ANDRA AKTÖRER MED UTVECKLINGSANSVAR

LAG ser leaderkontoret som ett lokalt utvecklingskontor, som har ett gott samarbete med andra aktörer som är verksamma i området.

En strategisk part är Länsstyrelsen som vi kommer att ha regelbundna kontakter med för erfarenhetsutbyte. Eftersom Leader nu kommer att ha möjlighet att ge företagsstöd kommer frågor kring detta att särskilt diskuteras med Länsstyrelsen.

Västra Götalandsregionen är en annan viktig part som leaderkontoret kommer att träffa regelbundet för erfarenhetsutbyte och för att diskutera kopplingar samt samverka med socialfonden och regionala utvecklingsfonden. Dessutom förmedlar vi ansökningar till olika stöd som regionen erbjuder, exempelvis inom socialt entreprenörskap.

Leaderkontoret har också regelbundna träffar med Skaraborgs kommunalförbund för uppdatering, erfarenhetsutbyte och för att diskutera övergripande näringslivs- och landsbygdsutveckling över Skaraborg.

De offentliga representanterna i LAG har till uppgift att förmedla allt av intresse mellan kommunerna och LAG. Sedan genomför vi återkommande besök i respektive kommun för återkoppling av lokal ledd utveckling utifrån leadermetoden.

Vi kommer att delta regelbundna träffar med andra leaderområden och vara delaktiga i landsbygdsnätverkets arbete. Dialog/möten med lokala aktörer kommer att genomföras.

Personalen kommer att ha regelbundna avstämningar med Fiskeområde Vänern och Vättern där vi diskuterar projekt, utvecklingsområden och hur vi på bästa sätt kan komplettera varandra.

10.3 JÄMSTÄLLDHET OCH ICKE-DISKRIMINERING

Vi kommer i vårt arbete i LAG och på leaderkontor att säkerställa jämställdhetsperspektivet i vårt arbete, t.ex. vid nominering av LAG och rekrytering av personal. Likaså när vi får in ansökningar kommer jämställdhet att vara en faktor som också kommer att vägas in i en slutlig bedömning.

I strategin finns ett horisontellt mål som genomsyrar hela strategin. Det är icke-diskriminering och jämställdhet. Vi kommer att beakta dessa frågor bl a i LAG:s sammansättning och vid informationsinsatser.

Jämställdhet innebär att kvinnor och män ska ha samma möjligheter, rättigheter och skyldigheter. Genus innebär att förstå hur ojämlikhet och jämlikhet uppstår. Detta innefattar de föreställningar och uppfattningar som finns om vad som är kvinnligt och manligt. Genus ger uttryck för de värderingar, attityder och erfarenheter om kvinnor och män som existerar i samhället.

I en rapport från Jordbruksverket konstaterades att jordbruk och skogsbruk är sektorer där jämställdhet inte har nått så långt som inom andra näringsgrenar. Inom jordbruket är andelen kvinnliga företagare 11 % och andelen kvinnor som sysselsätts 33 %. Totalt är andelen kvinnliga företagare på landsbygden 23 %.

Leader Nordvästra Skaraborg har som avsikt att starta ett paraplyprojekt som handlar om jämställdhet, genus och inkludering. Förutom genus och jämställdhet kommer Leader att arbeta med våra invandrare samt hur vi på bästa sätt kan hjälpa dem att inkluderas i samhället. Detta arbete kommer att vara ett prioriterat insatsområde från LAG för att skapa ett mer hållbart och mångkulturellt samhälle.

När den nya LAG kommer att tillsättas kommer vi arrangera en utbildning tillsammans med EDCS – resurscentrum för jämställdhet och mångfald för att strategin och genomförande ska bli mer jämställt. Denna utbildningsinsats kan vara aktuell att genomföra även för våra projekt.

11 KOMMUNIKATION

11.1 MÅL MED KOMMUNIKATIONSSTRATEGIN

Kommunikationsstrategin ska vara ett verktyg för att styra mot de mål som Leader Nordvästra Skaraborg har slagit fast. Ytterst handlar det om att kommunikationen ska stödja de övergripande målen i utvecklingsstrategin. Det är också viktigt att visa upp en positiv bild av Leader Nordvästra Skaraborg för att öka områdets attraktionskraft.

11.2 TYDLIGHET KRING VISION, ÖVERGRIPANDE MÅL OCH INSATSOMRÅDEN

Visionen är ledstjärnan i strategin och berättar om ett framtida tillstånd. Målen ska visa det tillstånd området ska ha uppnått 2020 och insatsområden visar vad som ska göras för att uppnå visionen. Detta ska vara tydligt för alla berörda parter såväl interna (LAG, medfinansiärer, personal) som externa (projektsökande, allmänheten, företag och föreningar).

11.3 MÅLGRUPP

Det är viktigt att definiera målgruppen. Leaders målgrupp är olika aktörer som vill söka projektbidrag. Dock krävs det ett bredare kommunikationsperspektiv där Leader visas upp som en framgångsrik metod för landsbygdsutveckling. Det är också viktigt att påvisa de positiva resultaten av leadermetoden för finansiärerna.

Externt: Organisationer, föreningar, företag, offentliga aktörer, privatpersoner och massmedia som är verksamma inom Leader Nordvästra Skaraborg.

Internt: Personal på leaderkontoret, LAG-medlemmar och politiker samt tjänstemän inom respektive kommun.

11.4 GRAFISK PROFIL

All skriftlig kommunikation via exempelvis hemsida, mail, broschyr och annonser är enkel och tydlig. Leaders och EU:s loggor är alltid med i all form av skriftlig korrespondens och tryckt material.

11.5 INFORMATIONSKANALERNA FÖR ATT NÅ MÅLGRUPPEN

För att lyckas med informationsspridning är det viktigt att använda flera informationskanaler. Det är också viktigt att säkerställa ”kvaliteten” på informationen till alla berörda så att kommunikationen når t.ex. människor som är nyanlända, unga, dyslektiker eller män och kvinnor med olika funktionsnedsättningar.

PERSONLIGA MÖTET

Personliga mötet är ett av de starkaste verktygen vi har. Genom ett professionellt bemötande och genom att vara tydlig i kommunikationen förmedlas Leaders budskap effektivt. Strategin är att inventera nyckelpersoner och boka möten med dem.

HEMSIDAN

Leader Nordvästra Skaraborgs hemsida är aktuell och uppdateras kontinuerligt. All nödvändig information om att söka ett projekt eller att följa ett befintligt projekt ska finnas tillgänglig där. Aktuella blanketter och broschyrer ska alltid finnas tillgängliga. Leader Nordvästra Skaraborg ska också finnas på respektive kommuns hemsida.

MASSMEDIA

Målet är att synas i massmedia minst en gång i veckan. Vid beviljade av projekt skickas pressmeddelande ut. Det skickas både till huvudredaktionen och till lokalredaktionen. Det är viktigt att vara aktiv med media och inte minst när det arrangeras något bland våra projekt. Det är viktigt att vi underlättar för lokalpressen med färdiga faktarutor om lokal ledd utveckling. Projekten ska också uppmuntras till att ta egna kontakter med massmedia.

FACEBOOK/SOCIALA MEDIER

Leader Nordvästra Skaraborg använder sociala medier för att sprida information om aktuella händelser och om pågående projekt. Sidan uppdateras minst en gång i veckan.

AMBASSADÖRER

Varje LAG-medlem är en ambassadör och hjälper till att sprida Leader Nordvästra Skaraborgs budskap. Projektledarna/projektägarna till beviljade projekt är också ambassadörer för att sprida leadermetoden.

DET GODA EXEMPLET

Ett viktigt verktyg för kommunikation är att visa upp goda exempel på projekt och deras framgångsfaktorer. Genom goda exempel kan man också påvisa för allmänheten och finansiärer att leadermetoden gör skillnad och skapar mervärde samt bidrar till ett mer hållbart samhälle.

INFORMATIONSMÖTEN/SEMINARIUM/MÄSSA

Det är av största betydelse att sprida leadermetodens budskap och berätta om vår utvecklingsstrategi. Lämpliga forum för att sprida Leader Nordvästra Skaraborgs strategi kan vara t ex vid informationsmöten, seminarium, mässor. Det är viktigt att synas i olika sammanhang för att stärka varumärket och informera om EU:s roll inom lokal ledd utveckling.

11.6 UPPFÖLJNING

Kommunikationsstrategin följs upp och revideras årsvis och personalen redovisar resultaten för LAG och andra intressenter.

11.7 KOMMUNIKATIONSPLAN

Strategin kompletteras med en kommunikationsplan om den blir godkänd.

12 UPPFÖLJNING OCH REVIDERING

En gång om året ska utvecklingsstrategin diskuteras och utvärderas på ett LAG-möte. Vid behov finns möjlighet till revidering av strategin. Det som ska följas upp är målen, handlingsplan för insatsområden, kommunikationsplan och LAG:s arbetssätt. Revideringen ska beslutas av LAG för att sedan skickas till Jordbruksverket för slutgiltigt godkännande.

12.1 ALLMÄN LÄRANDEPROCESS

Det är viktigt att ta del av erfarenheter av tidigare programperioder med andra fonder samt andra områden som arbetar med leadermetoden. Vi ska ta tillvara på kunskaper från avslutade projekt. Leaderkontoret ska ge återkommande rapporter till LAG och förse dem med relevant information som underlättar deras arbete inför beslut om projekt eller om verksamheten. Omvärldsbevakning och trendspaning är fortgående processer som är viktiga att följa för att anpassa området efter uppkomna behov. Nätverkande med regionala aktörer och andra leaderområden är viktiga forum för att lära av varandra. På nationell/regional nivå har landsbygdsnätverket en viktig roll som förmedlare och kontaktskapande för både nationellt och transnationellt samarbete.

12.2 UTBILDNING

En utbildning för både valberedning och LAG-ledamöter ska genomföras. Varje gång en ledamot bytts ut ska utbildning ges till den nya ledamoten. Under programperioden kommer återkommande utbildningstillfällen att genomföras som på olika sätt är kopplade till utvecklingsstrategin. Studiebesök skall också genomföras för LAG för att titta på goda

exempel. Under programperioden ska också utbildningsträffar och erfarenhetsutbyte erbjudas till projekt/projektledare t ex inom jämställdhet.

12.3 UPPFÖLJNING AV PROJEKT

När ett projekt avslutas lämnas en slutrapport in och vissa av projekten kallas till LAG för att återrapportera resultaten av projektet. Regelbundna rapporter lämnas av leaderkontoret till LAG där måluppfyllelsen stäms av mot utvecklingsstrategin.

13.1 BILAGA 1: SWOT-ANALYS

Under 2013/2014 genomfördes ett stort antal djupintervjuer med olika organisationer utifrån trepartnerskapet. Ett flertal workshops genomfördes tillsammans med olika grupperingar utifrån trepartnerskapet samt med specifika tema/fokusgrupper.

Dessa intervjuer och workshops ligger till grund för den samlade SWOT-analysen och för utvecklingsstrategin. Totalt har ett drygt 30-tal SWOT-analys genomförts.

Varje område i nedanstående SWOT-analys inleds med en sammanfattning av materialet som inkommit. Därefter följer en punktuppställning över det insamlade materialet och detta är inte värderat eller prioriterat i uppställningen.

STYRKOR

Näringslivet, näringslivsstrukturer och entreprenörskap lyfts särskilt fram som en stor tillgång för Nordvästra Skaraborg. Området karakteriseras av en stark industri- och företagarregion.

Områdets geografiska läge och närhet till beslutsfattare är en styrka. Dessutom finns det ett rikt och engagerat föreningsliv med ett stort ideellt engagemang. Naturen och de många sjöarna och stränder är andra tillgångar för Nordvästra Skaraborg. Området är rikt på arkeologiska fornlämningar och har en tydlig historia med många avtryck som är kopplad till forntid, kristendomens införande och tidig medeltid. Nordvästra Skaraborgs inland kännetecknas av en traditionell jordbruksbygd med livsmedelsproduktion, de norra delarna av skogsbruk och animalieproduktion medan Vänerkusten och Göta kanalområdet är mer inriktat mot besöksnäring. Det finns många attraktiva platser och priserna på boendet är lågt i jämförelse mot andra expansiva regioner.

- Området har en stark industritradition inom jordbruk, livsmedel, träförädling och industriproduktion.
- Det finns många småskaliga företag. Diversifiering bland företagen ökar.
- Många e-handelsföretag som är specialiserade.
- Det finns entreprenörskap och många företagsamma människor.
- Rikligt med naturresurser - åkermark, skog, djurgårdar, fiske.
- Jordbrukarbygd som är stark inom areella näringarna och har närhet till råvarorna.
- Det finns många matproducenter och mathantverkare av hög kvalitet.
- Förnyelsebar energiproduktion i framkant t ex inom biogas och vindkraft.
- Tre järnvägar korsar området. Det är Älvsborgsbanan, Kinnekullebanan och Västra Stambanan.
- Området har ett bra geografiskt läge med flertalet städer i närheten och avståndet till Göteborg är pendlingsbart.
- Närhet till det mesta och också närhet till våra lokala beslutsfattare.
- Området har en unik historia med många kulturvärden och vacker natur i kombination med Väneren med dess skärgård, Vättern, Göta kanal och många mindre sjöar.

- Varumärket Göta kanal + arbetet med att skapa exportmogen destination.
- Trygg, säker och harmonisk boendemiljö med gott om plats.
- Prisvärda boendemöjligheter.
- Fler och fler har tillgång till fiber och nya aktiva bredbandsföreningar finns på landsbygden.
- Rikt, varierat och aktivt föreningsliv.
- Närhet till flera universitet t.ex. Skövde och Trollhättan.
- Stora arrangemang t.ex. Hova riddarvecka, Törebodafestivalen, Allsång i Karlsborg och Skara, Skördefester, Vårundan Kinnekulle.

SVAGHETER

Nordvästra Skaraborgs svagheter kännetecknas av bristfällig infrastruktur och otillräckligt utvecklad kollektivtrafik. Arbetslösheten, främst på ungdomssidan, är hög och fler större företag lägger ner eller flyttar sin verksamhet. En åldrande befolkning där fler och fler blir pensionärer skapar mindre skatteintäkter. Det pågår en urbaniseringsprocess, vilket medför att flertalet av de mindre kommunerna minskar i befolkningens mängd. Service på landsbygden blir sämre och lanthandel och bensinstationer stängs. Områdets utbildningsnivå är lägre än riksgenomsnittet, vilket medför att det saknas spetskompetens. Marknadsföring av området såväl ur ett turistiskt och ur ett näringslivsperspektiv är svag. Inom besöksnäringen så finns det brist på boende under turistsäsong. Lönsamheten är svag och det är svårt att driva året-runt-verksamheter. Paketering av färdiga turistprodukter är inte tillräckligt utvecklad och en större samordning över turistnäringen rent generellt i området saknas.

- Kommunikationer, vägnätet, mobiltäckning och tillgänglighet.
- Kollektivtrafiken är svagt utbyggd i vissa områden och minskande.
- Infrastrukturen är inte fullt utbyggd, t.ex. bredband.
- Demografin med en åldrande befolkning.
- Urbanisering, allt fler ungdomar flyttar till större städer.
- Igenväxning och gifter i Väneren.
- Låg utbildningsnivå – lägre än riksgenomsnittet.
- Svag arbetsmarknad för högutbildade. Begränsat utbud.
- Andelen nya företag är låg i jämförelse med övriga Sverige.
- Svårt att rekrytera kvalificerad personal.
- Arbetslöshet och svag arbetsmarknad. Särskilt för ungdomar som har svårt att komma in på arbetsmarknaden. Hög ungdomsarbetslöshet.
- Flera av de stora företag flyttar sin verksamhet eller läggs ner.
- Lönsamhet inom handel är svag – lågt/vikande handelsindex i många kommuner.
- Långa avstånd till skolan och skolor/utbildningar läggs ner.
- Besöksnäringen är till viss del outvecklad. Under högsäsong saknas boende på vissa platser t.ex. Kålland/Kållandsö och Mariestad.
- Samverkan inom turism är inte tillräcklig.

- Svag marknadsföring av denna del av Västra Götaland. Området är inte tillräckligt känt i ett nationell och internationellt perspektiv.
- Alltför många tomma hus på landsbygden.
- Saknas anpassade bostäder på landsbygden för äldre för att de ska bo kvar.
- I vissa orter är det bostadsbrist.
- Attityder till ungdomar, invandrare och avsaknad av stolthet över sin egen bygd.
- Svårt som nyinflyttad att bli en del av det sociala sammanhanget.
- Små kommuner har litet skatteunderlag vilket gör kommunen sårbar.
- Samma eldsjälur i flera föreningar, svårt att rekrytera nya medlemmar.
- Människors ohälsa har ökat. Sjukskrivningar har ökat.
- Svårt att erbjuda riskkapital utan garanti.
- Lyckas inte nå nya målgrupper som ungdomar, utrikesfödda med befintliga kommunikationskanaler

MÖJLIGHETER

Det finns goda möjligheter för Nordvästra Skaraborg att gemensamt arbeta med att stärka och utveckla besöksnäringen. Potentialen är god och det handlar om att samverka, stärka, paketera och marknadsföra området så att en ökad ekonomisk aktivitet/omsättning kan uppstå och gynna många branscher i värdekedjan. Det finns ett rikt utbud av natur, kultur och historia att lyfta fram ur ett turistiskt perspektiv. En bransch som tydligt är förknippad med området är dess livsmedelsindustri. Här kan man satsa på lokalproducerad mat och förädling vilket kan skapa nya företag och arbetstillfällen. Utveckling av kvaliteten i restauranger och caféer har gjort att mat kan utvecklas som en tematisk reseanledning. Inom näringslivet finns det möjligheter att samarbeta och satsa på kompetenshöjande insatser och därigenom stärka företagen. Ungdomar och utrikesfödda är resurser att ta tillvara som skapar möjligheter för företagande och innovation.

- Utnyttja det som finns – ta vara på smultronställen! Lyft fram det unika för platsen/området och marknadsför det.
- Satsa mer på turism och besöksnäring. Vi har fin natur, rent vatten, ren luft och en unik historia. Skapa fler reseanledningar till området.
- Fantastisk natur, kultur och historia som kan utnyttjas bättre och kopplas till olika former av upplevelser t ex ekoturism. Möta en ökande efterfrågan på unika upplevelser som bygger på natur och kultur.
- Satsa mer på besöksnäring kopplad till upplevelser och paketera det bättre tillsammans. Våga nischa sig och satsa mer på specifika målgrupper.
- Tjänstesektorn har potential att utvecklas
- Samverka mer mellan kommunerna istället för att konkurrera.
- Satsa mer på utveckling av infrastruktur och järnvägsnät eftersom området har ett bra geografiskt läge med många mindre och större orter inom rimligt pendlingsavstånd.
- Mer satsningar på Väneren, vattenläget och Biosfärområdet.
- Ökat antal sommarboende.

- Erbjud attraktiva boendemiljöer i en trygg miljö. Satsa på fler tomter i strandnära lägen. Marknadsför tryggheten och det goda livet på landsbygden. Finns en efterfrågan på tystnad, utrymme, närhet för sitt boende.
- Undersök möjligheten med att länka samman social omsorg med service på landsbygden.
- Bredbandsinsatser ger möjligheter till distansarbete.
- Ökat fokus i samhället på en biobaserad ekonomi och ekosystemtjänster.
- Ökad efterfrågan på skogsbaserade produkter.
- Ta tillvara på områdets naturresurser och utveckla nya produkter inom det.
- Satsa mer på lokal mat och vidareförädling av råvaran och ta vara på det ökande intresset.
- Utveckla de areella näringarna, exempelvis inom livsmedelsproduktion/livsmedelsförädling.
- Kompetenshöjande insatser inom hållbar utveckling. Utbildningsinsatser i samverkan med näringsliv och studieförbund. Insatser för att höja den allmänna utbildningsnivån. Samverka med högskolan. Möjligheter för fler att läsa på distans. Ta tillvara på invandrades kompetens. Bevara gamla traditioner/tekniker och förmedla detta till en yngre generation.
- Undersök/pröva energieffektiva lösningar med alternativa eller förnyelsebara energikällor.
- Satsa på entreprenörskap och företagsamhet samt gör insatser till mindre företag och hjälp dem att ”växa”. Gör insatser som uppmuntrar produktutveckling. Ge stöd till nya utvecklingsområden.
- Mer fokus på kultur, kulturevenemang och kulturliv. Skapa kulturorter i området. Möjligheter att utveckla och bredda verksamheter/företag och koppla det till olika kulturinriktningar t ex inom musik, design och konst.
- Utnyttja och använd större tomma byggnader i orter för kreativ kulturverksamhet/näringslivsverksamhet.
- Stärk den lokala identiteten och de lokala värden som finns.
- Få fler människor att gynna lokal handel.
- Näthandel kan skapa fler butiker.
- Genomför riktade insatser för ungdomar för att få dem att stanna kvar på landsbygden. Genomför insatser/stöd som motverkar ungdomsarbetslöshet.
- Arbeta förebyggande med olika åtgärder för att motverka ohälsan. Vår natur i kombination med djur och gårdsverksamhet ger möjlighet till att arbeta mer förebyggande eller i rehabiliterings syfte.
- Ge föreningslivet ökade förutsättningar och mer stöd för att ta ett större lokalt engagemang.

HOT

Det finns en oro för klimatet och om framtidens miljö, exempelvis att den biologiska mångfalden hotas och att landskapet växer igen. Andra hotbilder är den allt ökande urbaniseringen och att människor i arbetsför ålder på sikt kommer att saknas vilket innebär

lägre skatteintäkter. Nedläggning, eller flytt av företag och en ökad arbetslöshet är andra orosmoment. Även den globala ekonomin och hur den kommer att påverka området i framtiden lyfts fram. Avsaknad eller brist på kollektivtrafik påverkar människor som saknar egen bil. Likaså finns det en oro att infrastruktursatsningar skjuts på framtiden, vilket kan leda till konkurrensfördelar för andra regioner. En hotbild avser servicegraden på landsbygden blir allt lägre. Ett annat problem som börjar märkas är att det ideella engagemanget minskar i föreningarna.

- Urbaniseringen som ökar och utarmar landsbygden.
- Globaliseringen.
- Omvärldens konjunktursvängningar och en föränderlig valuta skapar oro för näringslivet.
- Bristen på specialkompetens.
- Svag lönsamhet och hård konkurrens medför att företag flyttar eller läggs ner.
- Staden får mer fördelar än landsbygden.
- Oro för ökade stölder på landsbygden t ex diesel-, kopparstölder och inbrott.
- Lokal service som minskar på landsbygden. Små kommuner har svårt att upprätthålla servicen och servicegraden blir låg.
- Fysiska butiker hotas av näthandel. Kunden får upplysningar i butiken och köper sedan varan på nätet. Fler konkurser inom handel på lokal nivå pga konkurrens från näthandel/andra köpcentra. Människor handlar på andra platser istället för sin hemkommun.
- Uteblivna satsningar på infrastrukturen.
- Något händer med Göta kanal, t.ex. minskad finansiering, minskat antal öppningar av broar etc.
- Den planerade ”lågbron” i Göteborg som hotar Vänersjöfarten.
- Snabbtåg Sthlm- Gbg hamnar öster om Vättern.
- Fler skolor läggs ner och allt mer av verksamheten centraliseras.
- Underlag för affärer och bensinstationer utarmas.
- Vissa orter eller delar av orter upplevs vara ”stökiga”
- Ökat antal sommarboende som ställer krav på kommunal service.
- Rädsla att investera/bygga på landsbygden.
- Avsaknad av möjlighet till riskkapital.
- Högre tillsynsavgifter för företag.
- Gamla lantbruksmaskiner som förorenar kraftigt.
- Finansiering inte tillräcklig för att klara miljömålen. Oro finns över klimathotet.
- Bostäder och vägar byggs på produktiv åkermark.
- Rädsla för att ohälsan (fysisk/psykiskt) kommer att öka i framtiden.
- En tuffare attityd i samhället med ökad risk för mobbing och utanförskap. Ökad andel flyktingar som kommer, ställer nya krav på samhället/kommunen för att lyckas med inkludering.
- Trots tillgången till ny modern teknik upplever fler människor ensamhet.

- Människor har inte tid eller har ett minskat intresse för att delta i föreningar, vilket innebär ett minskat lokalt engagemang.
- Krav på investering av ny avloppsrening som inte alla hushåll har råd att betala.
- Högre priser på varor, tjänster och kollektivtrafik som ungdomar inte upplever sig ha råd att betala.
- Gamla strukturer och ”osynliga” gränser lever kvar och motverkar samarbete och samverkan.

13.2 BILAGA 2: OMVÄRLDSANALYS - TRENDER

Temperaturen på jorden ökar på grund av mänsklig påverkan, vilket på sikt ger betydande klimatförändringar. För att skapa en bättre miljö krävs såväl åtgärder inom teknik, lagstiftning och planering som en beteendepåverkan.

Samhället sätter ett ökat fokus på en minskad klimatpåverkan och ett led i det är en omställning till en biobaserad samhällsekonomi och att sätta fokus på ekosystemtjänster. Inom detta område finns idag ett antal målsättningar och strategier, men det saknas till stor del konkreta arbetsätt.

Det blir allt viktigare med minskad sårbarhet. Vissa länder har antagit en nationell strategi för en biobaserad samhällsekonomi för att minska beroendet av energiimport.

Produktion baserad på förnyelsebara resurser kommer att vara platsbunden och markägaren och lokalsamhällets inflytande kommer att öka.

Det hållbara samhället kräver ökad resurseffektivitet och fokus kommer att vara att spara istället för att slösa. Gamla konsumtionsmönster kommer att förändras och konsumtionen tar sig nya uttryck.

Urbaniseringen gör att befolkningen minskar på landsbygden och ökar i städerna. Dock leder detta till överbefolkade städer och bostadsbrist, vilket innebär att den stadsnära landsbygden blir mer attraktiv.

De ungas utanförskap där alla inte klarar grundskolan eller hoppar av gymnasiet, ger ökad ungdomsarbetslöshet.

Både individen och samhället värderar hälsa allt högre och allt fler blir medvetna om vikten av beteendeförändringar i riktning mot ett hälsosammare liv. Existerande normer och värderingar ifrågasätts och vad som är livskvalitet omvärderas.

Den psykiska ohälsan ökar särskilt när det gäller lättare psykiska besvär, mildare depressioner och ångestproblem. Framförallt är det kvinnor som lider av nedstämdhet och ångest. Rapporter från Försäkringskassan visar på ökade sjukskrivningar p.g.a. psykisk ohälsa och Västra Götaland har högre siffror än riksgenomsnittet.

Befolkningen blir allt äldre och andelen i arbetsför ålder minskar. Samtidigt blir de äldre friskare och kan bli en tillgång i det ideella arbetet.

Den snabba spridningen och användningen av ny teknik kommer i hög grad påverka omgivningen. Automatisering och digitalisering förändrar vårt sätt att arbeta och våra sociala vanor. I framtiden kommer många arbeten att försvinna pga. automatiseringen.

Samhället får allt svårare att finansiera offentlig service och nya lösningar/finansieringar måste komma till. Utveckling kräver nytt tänk. Nya system skapas och alternativa finansiering uppstår t ex crowd funding (gräsrotsfinansiering).

Intresse av svenskt livsmedel och ekologiska livsmedel ökar både från offentlig sektor och från konsumenter. De större matkedjorna ökar andelen ekologiskt och svenskproducerade mat i sitt utbud. Marknaden efterfrågar bonden och allt fler efterfrågar ursprungsmärkning.

Näringslivet driver hållbarhetsarbetet. Företag tar egna initiativ för hållbarhet. Transparens blir allt viktigare för företagen. Den sociala dimensionen med goda arbetsvillkor för personalen blir allt viktigare.

Fler konflikter och oroshärddar ökar i världen, vilket medför att flyktingströmmarna ökar. Sverige kommer att få fler flyktingar i framtiden.

Globaliseringen är en trend som sträcker sig över tid. Människor, företag och regioner blir allt mer beroende av varandra genom samarbete, resor och handel. Global integration är ett faktum och konkurrensen är ständigt närvarande. En reaktion till globaliseringen är protektionismen där det finns behov att på nationell nivå skydda sin inhemska produktion för ökad självförsörjning.

Nordvästra Skaraborg består av 10 kommuner med en likartad situation geografiskt och socialt. Vi har samma problematik och möjligheter i hela området.

LANDSBYGDSFONDEN

Landsbygdsfonden har en viktig roll för att skapa sysselsättning på landsbygden. Den främjar kunskapsöverföring, bidrar till ökad konkurrenskraft och till en bättre miljö, exempelvis bevara och främja ekosystem. Den är också viktig för social inkludering och främjar ekonomisk utveckling på landsbygden. Landsbygdsfondens mål är viktiga för Nordvästra Skaraborg som har övergripande mål och insatsområden inom besöksnäring samt inom hållbar utveckling med fokus bland annat på naturresurser/ekosystem, lokal mat/tjänster samt distribuering. Nordvästra Skaraborg vill starta fler företag, arbetstillfällen och uppmuntra till diversifiering.

SOCIALFONDEN

Samtliga kommuner i Nordvästra Skaraborg har demografiska problem i form av en åldrande befolkning. En landsbygd som har blivit drabbad av urbaniseringsprocessen med ungdomar som flyttar till storstäderna. De ungdomar som bor kvar har det svårt att få en sysselsättning, vilket innebär en hög ungdomsarbetslöshet. Andelen flyktingar som kommer hit ökar vilket ställer större krav på samhället och omgivningen. Nordvästra Skaraborg vill arbeta med social inkludering och ge stöd för dessa att komma in på arbetsmarknaden. Genom att öka sysselsättningsgraden och främja kompetens samt arbeta med att få människor som står långt utanför arbetsmarknaden en möjlighet att komma närmare anser vi att socialfonden är viktig för Nordvästra Skaraborg. Dessutom vill vi aktivt arbeta med jämställdhet och motverka diskriminering för ett mer jämställt samhälle.

REGIONALA UTVECKLINGSFONDEN

Nordvästra Skaraborg vill arbeta med lokala idéutvecklingsprojekt för att stimulera tillväxt och bidra till ökad sysselsättning. Vi vill främja processer och aktiviteter som leder till nya företag och nya produkter med satsningar på små företag. Det är också viktigt att främja kompetenshöjande insatser och uppmuntra samverkan mellan näringsliv och forskning. Ett övergripande mål som Nordvästra Skaraborg kommer att arbeta med är biobaserad verksamhet och att få igång fler verksamheter i vårt område som är rikt på naturresurser. Konkurrenskraften behöver stärkas i vårt område, vilket regionala utvecklingsfonden bidrar till.

HAVS- OCH FISKERIFONDEN

Vi har valt att inte arbeta med havs- och fiskerifonden, eftersom Fiskeområdena Vänern och Vätten hanterar denna fond. Dock kommer vi att ha regelbundna avstämningar och kontakter för samverkan och för att få goda synergieffekter mellan fonderna.