



# LOKAL UTVECKLINGSSTRATEGI 2023-2027 Leader Närheten Utkast 2021-06-24



Europeiska jordbruksfonden  
för landsbygdsutveckling. Europa  
investerar i landsbygdsområden



# Lokal utvecklingsstrategi för Leader Närheten

## Sammanfattning

---

Leader Närhetens lokala utvecklingsstrategi ska under perioden 2023 - 2027 leda föreningens arbete för en utveckling av landsbygden genom leadermetoden. Området består av Karlstad, Grums, Hammarö, Kil, Forshaga, Kristinehamn, Storfors och Filipstads kommuner. Leader Närhetens styrelse, som består av representanter från ideell, privat och offentlig sektor, ska med hjälp av den lokala utvecklingsstrategin prioritera projekt i enlighet med dess mål och insatsområden. Handläggning, kommunikation, information och den dagliga verksamheten sköts från kansliet som ansvarar för den praktiska verksamheten.

Strategins vision "Möjligheter och engagemang i Närheten – tillsammans" tar avstamp i leaderområdets ambitioner att genom leadermetodens principer skapa lokal utveckling där människor tillsammans bygger upp möjligheterna för framtidens landsbygd. Genom vårt arbete vill vi skapa möjligheter och engagemang som leder till framtidstro, inkludering, resurseffektivisering och affärsmöjligheter för att öka människors livskvalitet och möjligheter att bo och verka på landsbygden.

Utifrån SWOT- och behovsanalyser har fyra övergripande mål för arbetet fastställts:

### 1. Engagerade Landsbygder

Utveckling av föreningslivet för att skapa ett bibehållet och större engagemang i landsbygderna skapa nya möjligheter för den ideella sektorn. Utvecklingen ska ske exempelvis genom förnyelse, förnyring, samarbeten, arrangemang, affärsutveckling och övriga åtgärder kopplade till den ideella sektorn.

### 2. Smarta Landsbygder

Skapa bättre förutsättningar för cirkulär ekonomi, självhushållning, ökad beredskap, utvecklad service och digitaliseringslösningar på landsbygden.

### 3. Konkurrenskraftiga landsbygder

Främja nyföretagandet, skapa lönsamhet, utveckla den för området viktiga besöksnäringen inom natur och kultur, arbeta med kompetensutveckling, kompetensmatchning och nätverkande.

### 4. Livskraftigt Vänerfiske

Utveckla både fritids- och yrkesfiske i Vänern på ett ekonomiskt, socialt och ekologiskt hållbart sätt.

## Summary

*Den engelska sammanfattningen gör att er strategi och ert arbete kan synliggöras i europeiskt sammanhang och öppnar upp för internationella samarbeten.*

*Max 2 000 tecken*

## Innehåll

Lokal utvecklingsstrategi för Leader Närheten.....	2
Sammanfattning.....	2
Summary.....	2
Innehåll .....	3
1. Landsbygdsutveckling genom Leader .....	4
2. Strategins framtagning.....	4
3 Utvecklingsområdet .....	6
3.1 Tabell med statistik.....	6
3.2 Områdesbeskrivning .....	6
3.3 Behov och utvecklingsmöjligheter.....	10
4. Mål, insatsområden och indikatorer .....	13
4.1 Vision.....	13
4.2 Mål.....	13
4.3 Insatsområden.....	15
<i>Tabell 4. Insatsområde 3 med fokusområden och insatser</i> .....	20
4.4 Indikatorer och målvärden.....	21
5. Genomförande .....	34
5.1 Kommunikation.....	34
5.2 Urvalsprocess.....	35
5.3 Samordning och samarbete med andra aktörer.....	36
5.4 Effekter .....	37
5.5 Hur främjar strategin innovation? .....	38
5.6 Övergripande principer.....	39
6. Organisation.....	40
6.1 Partnerskapet och föreningen .....	40
6.2 Föreningens styrelse .....	41
6.3 Drift – den operativa verksamheten .....	41
7. Uppföljning och utvärdering .....	41

## 1. Landsbygdsutveckling genom Leader

---

Denna strategi bidrar till utveckling av den lokala landsbygden genom leadermetoden. Lokalsamhället har varit delaktiga i framtagandet och strategin genomförs i samverkan mellan privata, ideella och offentliga aktörer. Leader är ett verktyg för landsbygdsutveckling inom EU och Sverige, därmed bidrar strategin även till den regionala och nationella landsbygdsutvecklingen.

Strategin utgår ifrån det lokala perspektivet där analys av områdets utvecklingsbehov och möjligheter samt samordning med andra handlingsplaner och utvecklingsstrategier i området ligger till grund för strategins mål och insatsområden. Eftersom Leader finansieras av stöd från EU genom Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling är målen i strategin också utformade att rymmas inom målen för EU:s gemensamma jordbrukspolitik.

Urvalskriterier och processer för projekturval är utformade att stödja strategins mål och insatsområden. På så sätt bidrar alla projekt som prioriteras genom denna strategi både till den lokala utvecklingen av området och till målen för EU:s gemensamma jordbrukspolitik.

## 2. Strategins framtagning

---

Arbetet med strategins framtagning har skett i ett antal olika steg med olika syften och inriktningar:

- Utvärdering och tillvaratagande av erfarenheter från innevarande programperiod och leaderarbete
- SWOT-, behovsanalyser och dialogmöten
- Enkätundersökningar
- Avstämning mot övriga strategier och lokala handlingsplaner.
- Kontinuerlig förankring med styrelse, samarbetspartners, föreningar, företagare och övrig allmänhet från alla tre sektorer.
- Remissrundor

**Tillvaratagande av tidigare erfarenheter** har framför allt gjorts genom arbete med styrelsen i inledningsskedet samt genom kansliets erfarenheter utifrån innevarande projekts och projektägares erfarenheter, resultat och synpunkter under tidens gång genom bland annat löpande utvärderingar av verksamheten. Även om den lokala utvecklingsstrategin som nu tas fram är för en ny programperiod och delvis ny spelplan är det av yttersta vikt att den tidigare erfarenheten av den innevarande programperioden tas i beaktande i hela processen, från utformningen av strategin till kommande utvärderingar och uppföljningar. En viktig del har varit att ta med erfarenheten från den tidigare flerfondslösningen för att fånga upp de presumtiva projekt som tidigare fallit inom ramen för Social- och Regionalfonderna. Dessutom har även erfarenheter hämtats från det tidigare leaderområdet Fiskeområde Väneren för att ha möjlighet att implementera projekt som fallit under det området och Havs- och fiskerifonden och som nu har möjlighet att finansieras genom landsbygdsfonden istället.

**SWOT-, behovsanalyser och dialogmöten** har tagits fram vid fem olika tillfällen för att fånga upp alla aktörer. Två av tillfällen har varit för styrelsen för leaderområdet (för tidigare LAG Närheten och tidigare LAG Värmlands BergsLag), två tillfällen för samarbetspartners från alla tre sektorer inom Karlstad, Hammarö, Kil, Forshaga, Grums, Kristinehamn, Storfors och Filipstads kommuner. Dessutom har SWOT och behovsanalyser tagits fram separat för Väneren av de aktörer som där har specialkompetens inom fiske- och vattenbruk. SWOT- och behovsanalyserna har genomförts digitalt, där det i processen varit viktigt att alla har möjlighet att komma till tals och framföra sina åsikter. Detta har skett bland annat individuella åsiktsframföranden genom verktyget menti.com vilket har fungerat mycket framgångsrikt. SWOT- och behovsanalyserna har varit en mycket viktig del av framtagandet av strategins inriktning, dess mål och insatsområden. Det upplevdes i processen som att de behov som upplevdes, och som kunde rymmas i leaderarbetet, mycket väl kom till uttryck i analysen och sedermera även i utformningen av strategin.

**Enkätundersökningar** har gjorts genom digitala utskick till den absoluta merparten av föreningar och småföretagare i alla åtta kommunerna. Enkäterna bestod av fritextfrågor där användaren fick svara på frågor som kan liknas vid en SWOT-analys, alltså vilka möjligheter och svårigheter som upplevs för landsbygdens utveckling. Enkäter skickades även ut till alla listade samarbetspartners som förberedelse för utkastutgåva och dialogmöten. Separata enkäter skickades även ut till intressenter och representanter för Vänerens fiske.

**Avstämning mot övriga strategier och lokala handlingsplaner.** Under arbetet med strategin har den kontinuerligt stämts av med regionens Värmlandsstrategi, Visit Värmlands besöksnäringstrategi, Regionala handlingsplanen för landsbygdsprogrammet samt de olika kommunernas planer och visioner. Vidare förhåller sig strategin till de nationella miljömålen och Agenda 2030. Hur dessa har påverkat val av mål och insatsområden redogörs i respektive kapitel.

Tidigt i processen tillsattes ett arbetsutskott bestående av sex personer, två från varje sektor, tillsammans med verksamhetsledare och konsult. Arbetsutskottets syfte var att genom tätare möten och närmare dialog med skrivansvariga kunna ha synpunkter och fånga upp tankar och idéer på ett mer effektivt sätt än vad som varit fallet med de mindre frekventa mötena där hela styrelsen deltar. På det här sättet kunde skrivansvariga tillsammans med arbetsutskottet förbereda styrelsemöten så att dessa kunde bli mer substansrika och föra strategiprocessen framåt på ett sätt som troligtvis inte varit fallet utan ett arbetsutskott. Ett första utkast av strategin skickades ut till styrelsen och alla samarbetspartners under juli och augusti 2021. Därefter kompletterades vissa delar och en första version skickades tillsammans med ansökan om att bilda Leaderområde till Jordbruksverket 15 oktober.

Strategins framtagning har skett genom en demokratisk process där alla tre sektorerna fått komma till tals och där dess åsikter och synpunkter vägt likvärdigt genom hela proceduren. Det är dessa demokratiska processer som legat till grund vid utformningen av strategins inriktning, mål, insatsområden, indikatorer och utvärderingsmetodik.

## 3 Utvecklingsområdet

### 3.1 Tabell med statistik

Ämnesområde	Variabel	Värde	
Områdets storlek	Antal invånare	122 002	
	Storlek i km <sup>2</sup>	6776,849	
	Invånare per km <sup>2</sup>	18	
Befolkningsstruktur	Andel av befolkningen som är utrikes född	0,11	
	Andel av befolkningen i intervallerna (%):	Kvinnor	Män
	0-15 år	0,09	0,10
	16-24 år	0,04	0,05
	25-44 år	0,11	0,11
	45-64 år	0,13	0,13
	65- år	0,12	0,11

### 3.2 Områdesbeskrivning

Det planerade Leaderområdet omfattar Karlstads, Forshaga, Grums, Hammarö Kils, Kristinehamns, Storfors och Filipstads kommuner. Inom Karlstads kommun är följande RegSO-områden undantagna från leader inom landsbygdsfonden; Färjestad-Rud Västra, Gruvlyckan, Herrhagen, Herrhagen västra-Lamberget-Sjöstad, Hultsberg-Gustavsberg, Klara-Sandbäcken, Kronoparken norra, Kronoparken Södra, Kronoparkens villaområde, Kroppkärr-Välsviken, Kvarnberget-Sommario-Marieberg, Norrstrand, Romstad-Strand, Rud östra, Sundsta-Hagaborg, Tingvallastaden-Haga, Viken-Inre hamnsområdet och Våxnäs. Området utgör till viss del en tätortsnära landsbygd med likartade problemställningar och möjligheter. Delar av området, framförallt Storfors och Filipstads kommuner, ligger dock så pass långt ifrån Karlstad och länets regionala centrum att det inte kan anses vara tätortsnära utan mer utpräglat glesbygdsområde utan påverkan av den större tätorten på samma sätt som kranskommunerna.

#### Pendlingsregion

Området är även en utpräglad pendlingsregion där ett stort antal människor som bor på landsbygden pendlar in till tätorten Karlstad, som även utgör länets regionala centrum med sina ca 95 000 invånare. Antalet pendlare från kommunerna i området exklusive Karlstad uppgick 2018 totalt till 19 292, medan antalet inpendlare till desamma var 9 156. Till och från Karlstad var pendlingsciffrorna 17 191 respektive 9 018. Kommunerna i leaderområdet, exklusive Karlstads kommun, har alltså ett arbetspendlingsnetto på -10 136 medan siffrorna för Karlstads kommun är +8 173. Antalet utpendlare var som allra störst från Hammarö kommun, följt av Kristinehamn, Forshaga och Kil. Dessa fyra kommuner stod tillsammans för 80% av utpendlarna vilket motsvarar förväntningarna och historiska siffror på grund av dess närheten Karlstad. Jämfört med siffrorna för 2012 har pendlingsstatistiken hållit sig relativt jämn. Karlstadsregionen utgör på detta sätt en gemensam arbetsmarknad.

### Infrastruktur och service

Avstånden är relativt korta och de allmänna kommunikationerna fungerar i centralortens närhet bra, medan de längre från tätorten är mer bristfälliga, vilket också framgår av behovs- och swotanalysen. Vägnäten på landsbygden upplevs i många fall som undermåliga vilket påverkar både för lokalbefolkningen och för besökare. Även den offentliga servicen upplevs ha blivit försämrad på landsbygden i området och en fortsatt försämring ses som ett hor inför framtida utvecklingsmöjligheter.

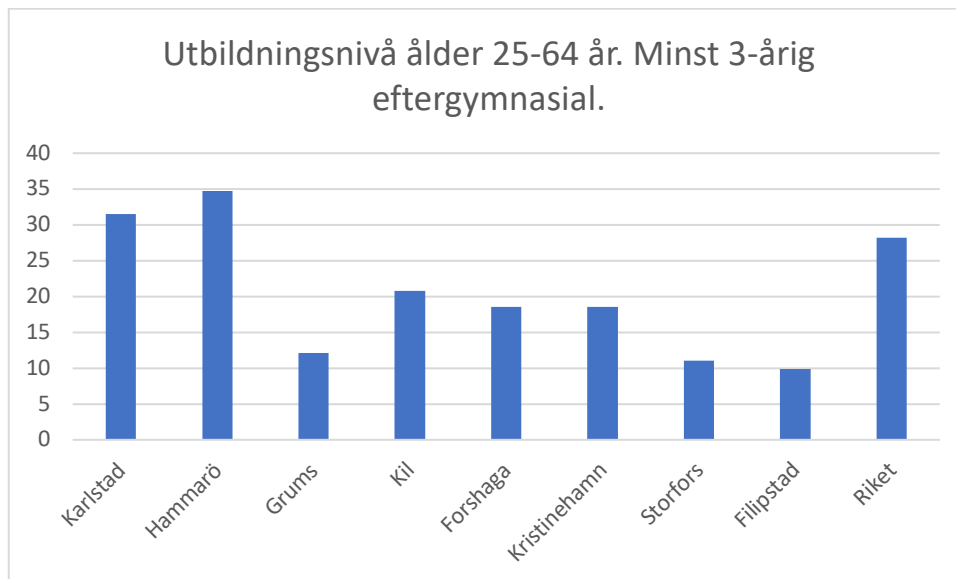
### Natur och kultur

Området präglas av dels öppna jordbruksmarker, men även av skog och vatten. Vätern med dess skärgård och 22 000 öar förknippas starkt med området, likaså Klarälven med dess delta och unika population av lax. De fjordliknande Frykensäarna är också viktiga landmärken i området, likaså Bergslagskanalen med bland annat Bjurbäckens slussar. Förutom dessa naturresurser finns det även många andra sjöar, vattendrag, skog och slätter över hela området som ger det dess karaktär. I de östra delarna hittar vi även välbevarade miljöer från gruvindustrin och några av världens mest mineralrika marker. Här har järnmalm brutits ända från 1500-talet tills bara för några decennier sedan vilket nu finns bevarat i gruvfält, mineralutställningar och byggnader. Att vara nära staden men ändå ha naturen och vildmarken runt hörnet är något som många ser som speciellt för området, vilket skapar en attraktiv boendemiljö på många platser. Enligt swot-analysen ses områdets natur och kultur som en viktig del sett till både styrkor och framtida möjligheter.

### Utbildning och utbildningsnivå

Området förknippas med kunskapscentra i form av framförallt Karlstads Universitet och Forshagaakademien, vilka båda är välrenommerade med många sökanden, men även Lillerudsgymnasiet är en för området viktig möjlighet till utbildning. I övrigt finns även Bergsskolan i Filipstad, Folkuniversitetet, studieförbundet vuxenskolan, Gammelkroppa skogsskola med flera.

Andel av befolkningen med minst 3-årig eftergymnasial utbildning låg 2019 över riksgenomsnittet i Karlstad och Hammarö med 31,5% respektive 34,7% mot rikets 28,2%. Kristinehamn, Forshaga och Kil ligger ungefär i mitten av rikets kommuner med siffrorna 18-20% medan Grums, Filipstad och Storfors ligger i den absoluta botten med 9,8-12% (diagram 1). Det motsvarar även siffrorna för de senaste åren i kommunerna. Vi ser att det generellt sett över leaderområdet finns en låg utbildningsnivå, vilket även återspeglas i swot-analysen.



*Diagram 1. Utbildningsnivå (Källa SCB)*

### **Service och lokal anda**

Boende på Karlstadsregionens landsbygd upplever det som svårt att lokalt konkurrera med stadens utbud och arbetsmarknad, vilket även speglas i siffror om flyttnetto och andel företagare. Det upplevs även som att det på landsbygden finns en betydligt sämre infrastruktur och närservice än i staden. Trots detta finns det ofta ett lokalt engagemang och en vilja att förändra de lokala bygderna, även om det varierar över området. Dock upplevs det som att engagemanget för landsbygdsfrågor, och i många fall även föreningslivet, är bristfälligt hos ungdomar. Swot-analysen visar även en stor misstro mot myndigheter och byråkrati och en allmän uppfattning om att detta försvårar för landsbygdens utveckling.

### **Näringsliv och arbetslöshet**

Arbetslösheten varierar i området från 4,9% (Hammarö kommun) till 12,0% (Filipstad), att jämföra med Sverigemedel som är 8,5% och medeltalet i Värmlands län som är 8,4% (diagram 2). Vi ser en tydlig distinktion mellan Karlstad och dess kranskommuner, det vill säga de som ligger mest stadsnära, och områdets östra kommuner som ligger längre från staden. Dock visar siffrorna från 2017 att arbetslösheten har ökat i alla kommuner utom Kristinehamn, Storfors och Filipstad där den istället minskat under samma tidsperiod. Andelen nyföretagande (2019) per 1000 invånare varierar i området från 4,7 (Filipstad) till 9,8 (Kil), att jämföra med Sverigemedel som är 10,7 och medeltalet i Värmlands län som är 8,2. Filipstads siffra på 4,7 är den lägsta av landets alla kommuner och Forshaga med sina 5,0 nystartade företag per 1000 invånare under 2019 är 3:e lägsta i landet (Diagram 3). Dessutom har andelen nyföretagare minskat sedan 2015 i alla kommuner utom Kil där den ökat och Kristinehamn där den ligger oförändrad. Ser man istället på andelen företagare totalt (2018) av befolkningen i området varierar det från 3,8 (Filipstad) till 6,4 (Kil), att jämföra med Sverigemedel som är 6,1 och medeltalet i Värmlands län som är 5,6. Filipstads siffra på 3,8 är den 5:e lägsta av landets alla kommuner. Kil är den kommun i området där det är både flest nystartade företag och högst andel av befolkningen som driver eget företag.



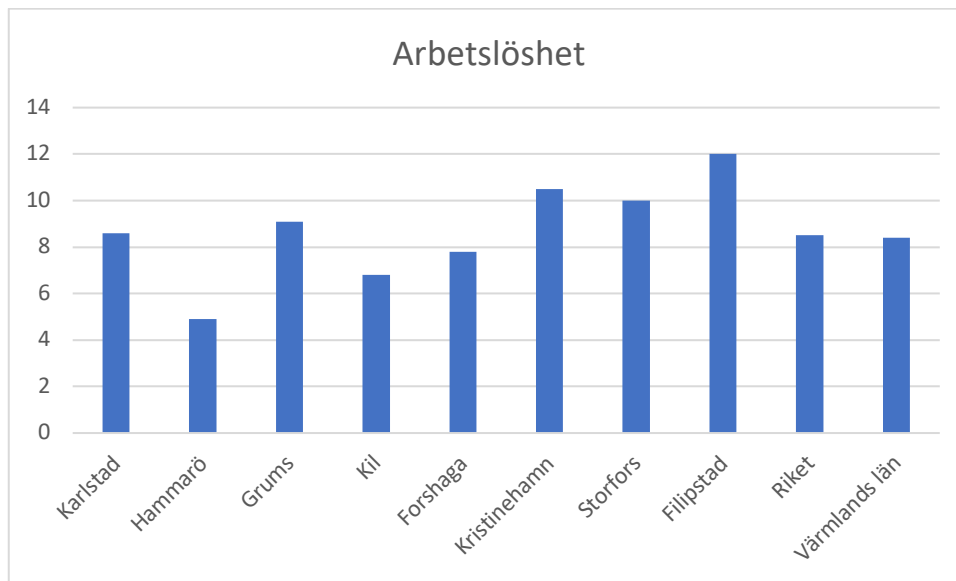


Diagram 2. Arbetslöshet (Källa arbetsförmedlingen)

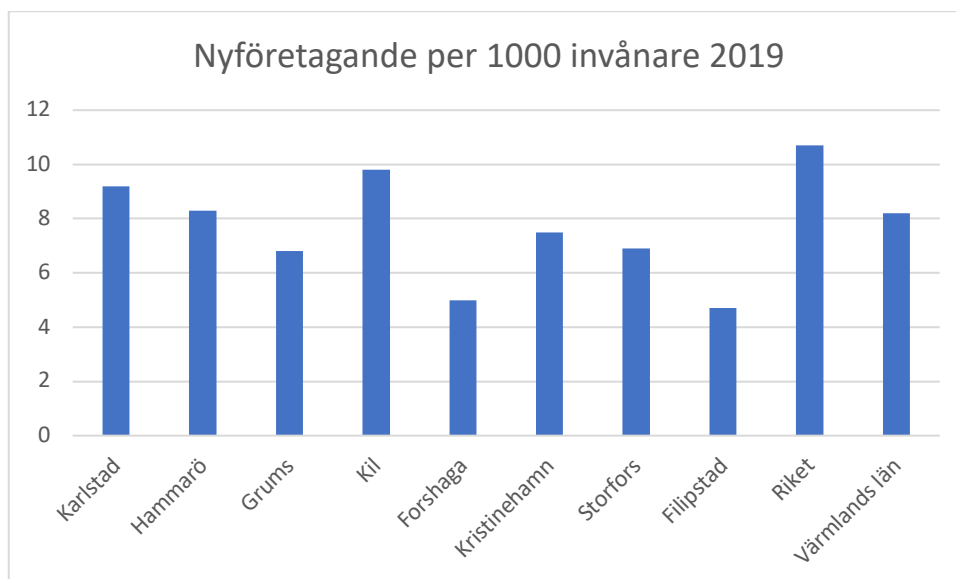


Diagram 3. Nyföretagande (Källa SCB)

### Befolkningsförändring och medelålder

Flyttnetto varierar mellan kommunerna i området, där det är positivt för Kil och Karlstad men negativt för alla de övriga. För Karlstads del motsvarar det siffrorna för de senaste åren, medan det för Kil har skett en positiv utveckling. För Hammarö visar siffrorna motsatsen då kommunen gått från positivt flyttnetto till negativt 2019. Totalt sett har befolkningsförändringen under treårsperioden 2017-2020 varit positiv i Karlstad, Hammarö, Grums, Kil och Forshaga medan den varit negativ i de övriga. Medelåldern ligger över Sverigemedel i hela området utom för Hammarö kommun som ligger strax under riksgenomsnittet.

### Vänern

Fyra av områdets kommuner har strandlinje mot Europas tredje största insjö, Vänern, vilken är Sveriges viktigaste sjö sett till både yrkesfiske och fritidsfiske. Dess fantastiska skärgård utgör även ett mycket attraktivt område för upplevelsebaserad naturturism vid sidan av fiske,

exempelvis, kajaking, segling, bad, camping m.m. I Vänern finns det i dag ca 50 licensierade yrkesfiskare, men det är en starkt nedåtgående trend på grund av problem med föryngring i yrkeskåren samt upplevd försvårande administration. Yrkesfisket är dock en viktig del av Vänern, både sett till dess historia och kultur, men även sett till kunskapskälla för Vänerns ekologi och fiskbestånd. För sitt attraktiva fritidsfiske är Vänern vida känd över hela Europa. Historiskt har det främst varit trollingfiske efter lax och öring som lockat, men på senare år har predatorfisket efter framförallt storvuxen gädda vuxit explosionsartat. Detta skapar mycket stora möjligheter för utvecklingen av fisketurismen men även stora hot mot bestånden när fisketrycket ökar.

### **Tillväxtkorridoren, E18/E45**

Leaderområdet är mycket strategiskt beläget i förhållande till de stora europavägarna E18, som sträcker sig mellan Stockholm och Oslo, samt E45 som kommer söderifrån. I tillägg finns bra järnvägsförbindelser samt flygplats. I den så kallade tillväxtkorridoren Stockholm – Karlstad – Oslo bor det över 4 miljoner människor och den skapar en mycket attraktiv pendlingsregion.

### **3.3 Behov och utvecklingsmöjligheter**

Genom SWOT-analyser, dialogmöten, intervjuer, enkätundersökningar, remissrundor och övriga synpunkter från intressenter och samarbetspartners har ett antal områden och inriktningar fastslagits i utvecklingsstrategin för leaderområdet. För varje specifikt område har behoven och utvecklingsmöjligheterna granskats utifrån hur prioriterade och påverkansbara de är och hur de förhåller sig till övriga strategier och handlingsplaner i området. Dessa granskningar har sedan lett fram till ett antal mål och insatsområden som sedermera styr prioriteringarna av projekt.

#### **Besöksnäring inom natur och kultur**

**Fokus:** Att på ett långsiktigt hållbart sätt utveckla besöksnäringen kopplad till områdets naturliga och kulturella förutsättningar.

Området präglas av en för många tilltalande natur, med både skog och öppna jordbrukslätter, många mindre sjöar, Bergslagskanalen, Klarälven med dess unika laxpopulation, Frykensäarna och inte minst Vänern med dess skärgård. Även inom kulturen finns en historia som bäddar för möjligheter inom besöksnäringen, till exempel med den forna gruvindustrin i de östra delarna, men även andra reseanledningar som olika muséer, evenemang och utställningar. Detta öppnar för stora möjligheter att vidareutveckla besöksnäringen i området med fokus på exempelvis paketerade upplevelser. Turismen har under de senaste åren varit en starkt växande marknad och ingenting talar emot att turismexporten fortsätter öka efter coronapandemin, snarare tvärtom. Dessutom har det skett en ökad inhemsk och lokal turism under åren med resesrestriktioner vilket bäddat för att fler upptäckt reseanledningar i närområdet.

I området kan Leader Närheten bidra till att skapa nya entreprenörer inom besöksnäringen och utveckla redan befintliga, skapa samarbeten för gemensamma produkter och erfarenhetsutbyte, skapa förutsättningar för unga entreprenörer samt se till att besöksnäringen i området utvecklas på ett hållbart sätt med hänsyn till både natur och ägande. Det är extra viktigt att se och skapa förutsättningar för de små företagen som annars riskerar att falla mellan stolarna i de stora regionala och nationella projekten.

### **Föreningsliv, lokalt engagemang och lokala natur- och kulturvårdsåtgärder**

Fokus: Att genom utveckling, förnyelse och förnyring av föreningslivet ta vara på de krafter och den positiva framåtanda som finns lokalt för att skapa bättre förutsättningar för landsbygden samt genomföra lokala natur- och kulturvårdsåtgärder.

En bra livskvalitet på landsbygden är beroende av social delaktighet, ett aktivt föreningsliv, lokala evenemang och att idésjälar får utlopp för sin kreativitet. Vid swot-analyser och övriga dialoger i strategins framtagning har det framkommit att föreningslivet är en stor styrka och möjlighet och att det finns ett stort lokalt engagemang och en positiv framåtanda, men att det samtidigt finns en stor oro för det minskade ideella engagemanget och svårigheterna att attrahera yngre till föreningslivet. Ett aktivt föreningsliv är något som för många förknippas med en god livskvalitet där det skapas mötesplatser, trygghet och delaktighet. Föreningslivet leder många gånger även till ett ökat samhällsengagemang både lokalt och globalt samt många gånger en mycket bra möjlighet till ökad integration, exempelvis genom idrottsaktiviteter. Det är därför av stor vikt att Leader Närheten arbetar för en utveckling, förnyelse och förnyring av föreningslivet. Många gånger kan detta även leda till ökad näringslivsutveckling på sikt då mycket av det som sker på ideell basis leder till möjligheter för affärsutveckling, både av föreningarna själva men även för småföretag på landsbygden. Det är även ofta genom det ideella föreningslivet vi ser genomförande av lokala natur- och kulturvårdsåtgärder, till exempel genom fiskevårdsområdesföreningar som genomför fiskevårdsåtgärder eller lokala engagemang för att röja sly runt vandringsleder, vilket Leader Närheten avser att gynna.

### **Näringsliv, entreprenörskap, arbetstillfällen och utbildning**

Fokus: Att genom kompetensutveckling, företagsutveckling, samarbeten mellan företag och samarbeten mellan näringslivet och utbildningscentra förbättra förutsättningarna för ett attraktivt område för nyföretagande och företagsutveckling samt leda till högre utbildningsnivå och lägre utflyttning av arbetskraft.

Statistiken för området visar att flera av kommunerna ligger under riksgenomsnittet både sett till utbildningsnivå, antal nystartade företag och andel företagare sett till befolkning. Ett konkurrenskraftigt näringsliv, framförallt bra förutsättningar för småföretagande, är något som kan ses som mycket viktigt på landsbygden, dels för att säkra framtiden och skapa arbetstillfällen men även för att skapa en framtidstro som gör att fler väljer att bosätta sig eller stanna kvar i bygden. Det finns ett behov av att stärka konkurrenskraften och öka lönsamheten bland småföretagare på landsbygden, exempelvis genom kompetensutveckling, samarbeten, kompetensmatchning och brobyggande mellan kulturer, generationer och genus.

### **Gröna näringar och lokal produktion**

Fokus: Att för de mindre företagen inom de gröna näringarna stärka dess konkurrenskraft och tillväxt genom samarbeten, kompetensutveckling, diversifiering, lokala innovativa lösningar samt förbättrat rådgivnings- och informationssystem.

En viktig del av näringslivet på landsbygden utgörs av företagande inom de gröna näringarna. På landsbygden utgör dessa näringar en bas med utgångspunkt i jord, skog och vatten. Många av dessa företag är i behov av att öka lönsamheten och konkurrenskraften genom exempelvis kompetensutveckling, samarbeten och inte minst diversifiering av verksamheten. Exempel på detta kan vara skogsägare som även börjar med småskalig turismverksamhet inom fiske eller naturupplevelser eller mindre odlingsverksamheter och

gårdsbutiker. Möjligheterna är många men det behövs ofta någon typ av projekt för att skapa de rätta nätverken och förutsättningarna för småföretagarna.

### Digital utveckling för möjligheter på landsbygden

Fokus: Att med kraft av nya innovativa digitala lösningar och dess möjligheter till distansarbete, distansstudier, företagande och fritidssysselsättningar skapa förutsättningar för en attraktiv landsbygd där alla har lika möjligheter.

De digitala möjligheterna för landsbygden blir allt fler och de senaste årens pandemirestriktioner har påskyndat digitaliseringsprocessen. Allt fler upptäcker möjligheterna att arbeta och studera på distans och att det därmed är möjligt att bo på landsbygden men arbeta globalt. Detta skapar mycket stora möjligheter för en attraktiv landsbygd och även den ideella sektorn kan få mycket draghjälp genom digitala lösningar.

### Vänern

Fokus: Att på ett långsiktigt hållbart sätt utveckla Vänerns fritidsfiske och yrkesfiske på ett positivt sätt utifrån ekologiska, sociala och ekonomiska förutsättningar samt skapa bättre förståelse för näringarna genom utökad dialog och information.

Vänern är Europas tredje största sjö och mycket viktig både för fritidsfiske och yrkesfiske. Fisketurismen, framförallt efter gädda, har under de senaste åren ökat lavinartat vilket skapar både stora möjligheter och vissa svårigheter och hot. Det finns en outnyttjad potential för utvecklandet av fisketurismen, men det måste ske på ett både socialt och ekologiskt hållbart sätt. Yrkesfisket i Vänern har en lång historia men branschen har nu svårigheter med bland annat föryngring och lönsamhet. Det behövs aktivt arbete för att föryngra branschen och det behövs även aktivt arbete för att exempelvis skapa samarbetsmöjligheter mellan yrkesfisket och restauranger. Det behövs även i många fall en ökad förståelse och förbättrad dialog yrkesfisket och fritidsfisket emellan och mellan de två inriktningarna och myndigheterna.

### Service, kommunikationer, attraktivt boende och cirkulär ekonomi

Fokus: Att utveckla och säkerställa en lokal service och möjligheterna till attraktiva boenden på landsbygden genom samarbeten och innovativa lösningar, ökad cirkulär ekonomi samt främja inkludering och jämställdhet på landsbygden utifrån befintliga resurser.

Att genom så kallade "Smarta landsbygder" skapa mer attraktivitet och ökade möjligheter i området är något som kan komma att bli framgångsrikt genom leadermetoden. Många upplever idag en försämrad offentlig service vilket kan åtgärdas genom servicepunkter, förbättrade infrastrukturer och andra innovativa lösningar. Cirkulär ekonomi, för att minska svinn och återbruka varor, är också något som kommer bli allt viktigare och en stor möjlighet för landsbygden. Det ger produkterna en längre livslängd och ökade ekonomiska möjligheter. För att skapa ett attraktivt boende på landsbygden där alla känner sig hemma och välkomna är det även viktigt med social inkludering, likabehandling och jämställdhet vilket kan främjas genom olika projekt inom leader.

## 4. Mål, insatsområden och indikatorer

---

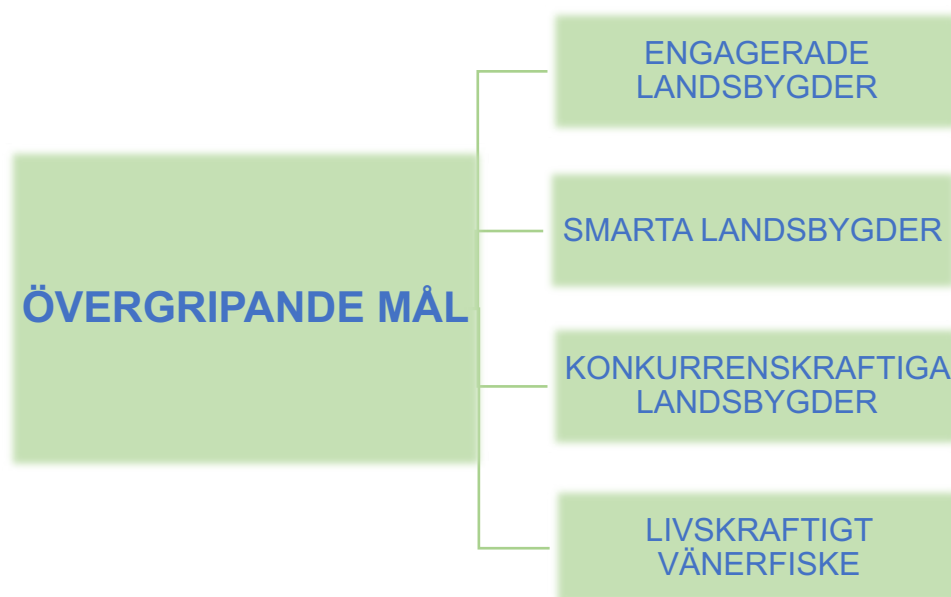
### 4.1 Vision

#### ***”Möjligheter och engagemang i Närheten – tillsammans”***

Leader Närhetens vision ”Möjligheter och engagemang i Närheten – tillsammans” berättar om ambitionen att genom leadermetodens principer skapa lokal utveckling där människor tillsammans bygger upp möjligheterna för framtidens landsbygd. Genom vårt arbete vill vi skapa möjligheter och engagemang som leder till framtidstro, inkludering, resurseffektivisering och affärsmöjligheter för att öka människors livskvalitet och möjligheter att bo och verka på landsbygden.

### 4.2 Mål

Leader Närheten har genom SWOT- och behovsanalyser identifierat fyra övergripande mål som ligger till grund för utvecklingsstrategins insats- och fokusområden.



#### **MÅL 1: Engagerade landsbygder**

Målet ”Engagerade landsbygder” kan härledas till SWOT- och behovsanalysen samt dialogmöten och enkäter där det tydligt framkommer hur viktigt det enligt partnerskapet ses att föreningslivet utvecklas och att lokala eldsjälur får utlopp för sin kreativitet. Ett väl fungerande och aktivt föreningsliv ses som en av grunderna till hög livskvalitet på landsbygden, men det finns samtidigt en stor oro för att det lokalt förekommer ett sviktande ideellt engagemang. Ett mål för Leader Närhetens arbete framgent är därför att genom utveckling av föreningslivet för att skapa ett bibehållet och större engagemang i landsbygderna skapa nya möjligheter för den ideella sektorn. Utvecklingen ska ske exempelvis genom förnyelse, förnyring, samarbeten, arrangemang, affärsutveckling och övriga åtgärder kopplade till den ideella sektorn.

Målet bidrar framförallt till mål h) inom landsbygdsfonden; *Främja sysselsättning, tillväxt, jämställdhet mellan könen, social delaktighet och lokal utveckling i landsbygdsområden, inbegripet bioekonomin och hållbart skogsbruk* men även mål f) kan komma att beröras; *Bidra till att skydda den biologiska mångfalden, stärka ekosystemtjänster samt bevara livsmiljöer och landskap.*

Målet ses som ett komplement till insatsområdet "Utveckla attraktiva och tillgängliga platser" i Värmlandsstrategin 2040 vilket bland annat berör vikten av sociala relationer, utveckla mötesplatser, naturupplevelser, kultur- och fritidsliv med mera utan att direkt nämna vikten av det ideella engagemanget. Här fyller leadermetoden ett starkt syfte som komplement till Värmlandsstrategin 2040.

Målet bidrar också till Agenda 2030:s mål "Ekosystem och biologisk mångfald" genom främjande av natur- och miljövårdsåtgärder.

### **MÅL 2: Smarta Landsbygder**

Målet "Smarta Landsbygder" kan härledas till det vedertagna begreppet med samma namn och som även kan ses som ett resultat av flera delar av SWOT- och behovsanalyserna som gjorts. Behovsanalysen visar att det behövs arbete genom leadermetoden för att bland annat skapa bättre förutsättningar för cirkulär ekonomi, självhushållning, ökad beredskap, utvecklad service och digitaliseringslösningar på landsbygden.

Leader Närheten kan genom målet och tillhörande insatsområde komplettera och bidra till mål h) inom landsbygdsfonden; *Främja sysselsättning, tillväxt, jämställdhet mellan könen, social delaktighet och lokal utveckling i landsbygdsområden, inbegripet bioekonomin och hållbart skogsbruk* samt mål e) *Främja hållbar utveckling och effektiv förvaltning av naturresurser som vatten, mark och luft* och mål f) *Bidra till att skydda den biologiska mångfalden, stärka ekosystemtjänster samt bevara livsmiljöer och landskap.*

Målet kan även ses som ett komplement till insatsområdet "Bygga beredskap" i Värmlandsstrategin 2040 som delvis handlar om vikten av hållbar utveckling kopplad till livsmedelsproduktion, odling och förädling samt även digitalisering och välfärdstjänster. Här kan leadermetoden utgöra ett bra komplement till det arbetet. Målet bidrar även till Agenda 2030:s mål "Jämställdhet", "Hållbara städer och samhällen" samt "Ekosystem och biologisk mångfald".

### **MÅL 3: Konkurrenskraftiga landsbygder**

Målet "Konkurrenskraftiga Landsbygder" syftar till att utveckla näringslivet och företagandet på landsbygden samt att skapa bättre förutsättningar för utbildning och arbetstillfällen. SWOT- och behovsanalyserna samt tillgänglig statistik över området visar tydligt hur det finns brister både i företagandet i stort, nyföretagande, utbildningsnivå och arbetslösheten har brister och att det finns ett uttalat behov att genom kommande leaderarbete främja projekt för att stävja problemen. Genom leadermetoden kan arbete göras för att främja nyföretagandet, skapa lönsamhet, utveckla den för området viktiga besöksnäringen inom natur och kultur, arbeta med kompetensutveckling, kompetensmatchning och nätverkande.

Målet bidrar till mål h) inom landsbygdsfonden; *Främja sysselsättning, tillväxt, jämställdhet mellan könen, social delaktighet och lokal utveckling i landsbygdsområden, inbegripet*

*bioekonomin och hållbart skogsbruk* samt kompletterar insatsområdena ”Säkra kompetensen” och ”Stärka konkurrens- och innovationskraften” i Värmlandsstrategin 2040.

Målet bidrar också till Agenda 2030:s mål ”God utbildning” och ”Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt”.

#### **MÅL 4: Livskraftigt vänerfiske**

Målet ”Livskraftigt Vänerfiske” syftar till att utveckla både fritids- och yrkesfiske i Vänern på ett ekonomiskt, socialt och ekologiskt hållbart sätt. SWOT-analyser, intervjuer och behovsanalyser visar att det trots tidigare genomfört arbete vidare behöver arbetas med sportfiskeutvecklingen i Vänern för att möta framtida utmaningar med hot mot för hårt fisketryck samtidigt som näringen bör utvecklas ekonomiskt för de företag som bedriver verksamhet inom exempelvis fisketurism. Inom yrkesfisket syftar målet framförallt till att genom ökad dialog, kunskap och förbättrade möjligheter för branschen att generationsväxla, utveckla företagandet, nyrekrytera samt öka lokal försäljning av vänerfisk förbättra möjligheterna för branschens långsiktiga överlevnad. Leadermetoden har visat sig genom tidigare arbete vara ett framgångsrikt arbetssätt för att nå nya nivåer för utvecklingen av både fritids- och yrkesfisket i Vänern, där sektorerna närmast sig varandra på ett sätt som inte funnits tidigare. Med målet Livskraftigt Vänerfiske kan detta arbete att fortskrida.

Målet bidrar till mål h) inom landsbygdsfonden; *Främja sysselsättning, tillväxt, jämställdhet mellan könen, social delaktighet och lokal utveckling i landsbygdsområden, inbegripet bioekonomin och hållbart skogsbruk* samt e) *Främja hållbar utveckling och effektiv förvaltning av naturresurser som vatten, mark och luft* och f) *Bidra till att skydda den biologiska mångfalden, stärka ekosystemtjänster samt bevara livsmiljöer och landskap*.

Målet bidrar också till Agenda 2030:s mål ”Hållbar konsumtion och produktion”, ”Hav och marina resurser” och ”Ekosystem och biologisk mångfald”.

### **4.3 Insatsområden**

Utifrån SWOT-analyser, dialogmöten, enkäter och övriga källor till synpunkter i kombination med områdesbeskrivning, behovsanalys och övergripande mål har det fastställts fyra olika insatsområden med tillhörande inriktningar. Dessa utgör strategins fokusområden och inom vilka olika teman utvecklingen ska ske.

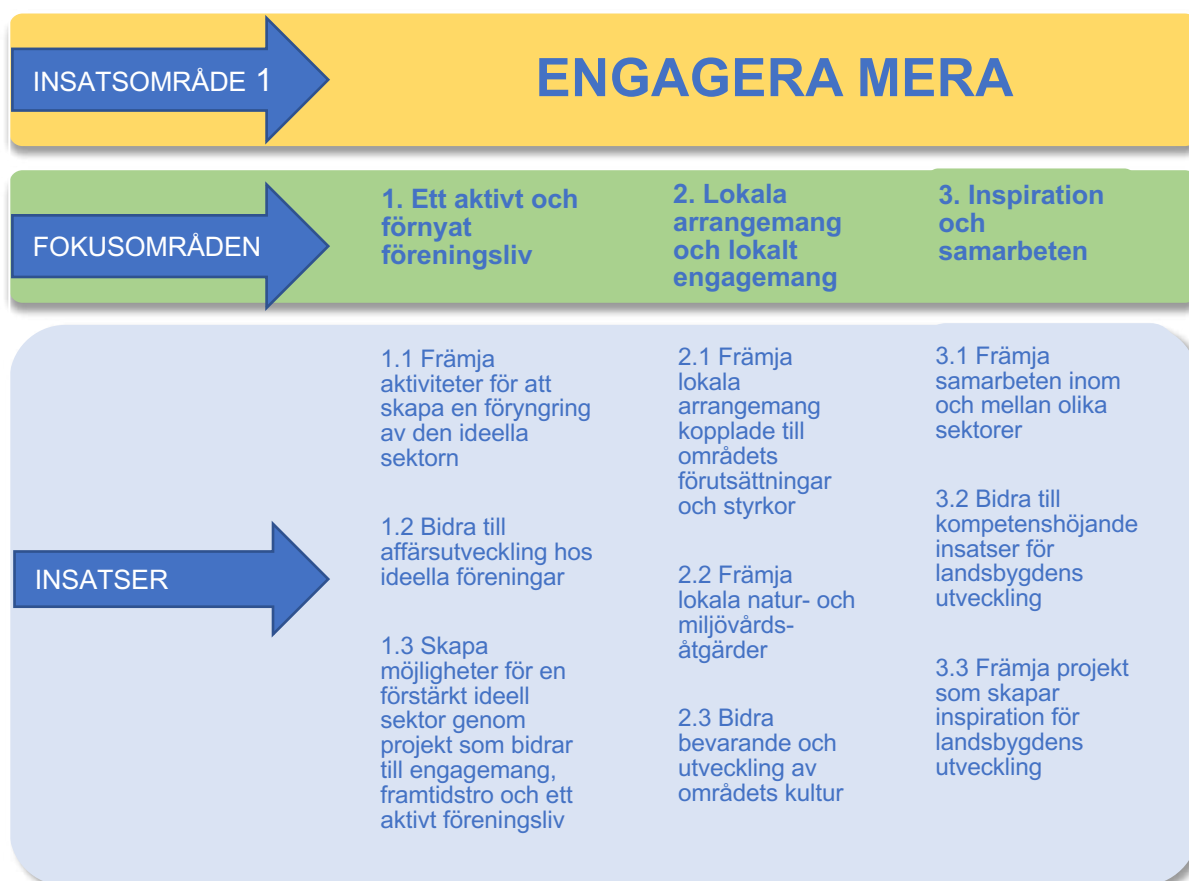
#### **Insatsområde 1. Engagera mera.**

För att bidra till det övergripande målet ”Engagerade landsbygder” kommer leaderområdet att arbeta med följande fokusområden inom insatsområdet 1) Ett aktivt och förnyat föreningsliv syftar till att genom att främja förnyring, affärsutveckling av ideella föreningar och allmänt förstärkt ideell sektor skapa en framtidstro och engagemang som driver landsbygdens utveckling framåt. 2)



Lokala arrangemang och lokalt engagemang syftar till att främja projekt som utvecklar och genomför lokala aktiviteter och arrangemang samt även projekt som arbetar med att utveckla och bevara områdets natur- och kulturarv. 3) Inspiration och samarbeten syftar till att främja projekt som bidrar till ett ökat samarbete mellan och inom sektorer samt de som bidrar till kompetenshöjning om landsbygdens möjligheter och utmaningar och därigenom skapar inspiration för landsbygdens utveckling.

Insatsområdets tyngdpunkt ligger i att öka det lokala engagemanget och initiativtagandet, bidra till förbättrad framtidstro och stimulera utveckling som positivt främjar upplevd livskvalitet. Föreningslivet skapar sammanhållning, gemenskap, meningsfull fritid och sysselsättning med möjlighet att exempelvis anordna lokala arrangemang och skapa mötesplatser. I området finns god erfarenhet av föreningsutveckling vilket vi ser som väsentligt att stimulera för att fånga upp idéer och innovationer. Lokala krafter har stor betydelse för en levande, kreativ och attraktiv bygd.



Tabell 2. Insatsområde 1 med fokusområden och insatser.



## Insatsområde 2. Smarta landsbygder.

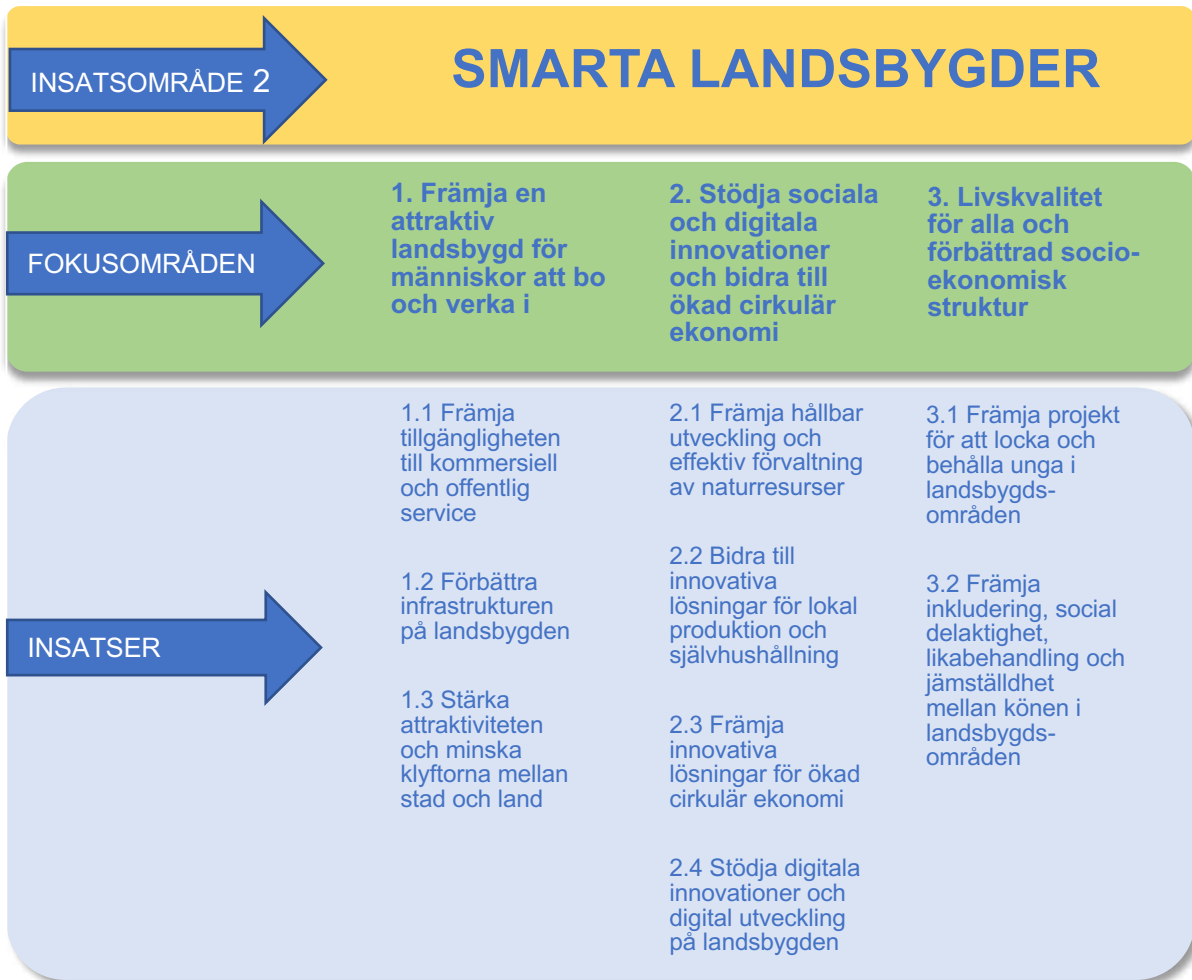
För att bidra till det övergripande målet "Smarta landsbygder" kommer leaderområdet att arbeta med följande fokusområden inom insatsområdet 1) Främja en attraktiv landsbygd för människor att bo och verka i syftar till att främja projekt som förbättrar och utvecklar servicen och infrastrukturen genom

exempelvis servicepunkter och samarbeten samt att genom dialoger, ökad förståelse stärkt attraktivitet minska klyftorna mellan stad och landsbygd. 2) Stödja sociala och digitala innovationer och bidra till ökad cirkulär ekonomi syftar till att genom ökad och utvecklad lokal produktion, cirkulär ekonomi, digital utveckling och effektiv förvaltning av naturresurser

kunna bidra till landsbygder som på ett framgångsrikt sätt kan ta vara på de tillgångar de har och genom smart utveckling av dessa skapa en mer attraktiv landsbygd. 3) Livskvalitet för alla och förbättrad socioekonomisk struktur syftar till att genom inkluderings-, likabehandlings- och jämställdhetsprojekt och insatser som gynnar ungdomar skapa en trygg landsbygd med en ökad livskvalitet för alla.

Servicenoder, digitaliserade funktioner och ökad tillgänglighet är möjligheter för lokala aktörer att, i samarbete, skapa lokala serviceinrättningar. Bygder har olika behov och förutsättningar – insatsområdet vill därför uppmuntra variationer av lösningar som syftar till att förbättra den lokala servicen och stötta initiativ som bidrar till ett grönare och mer klimatsmart levnadssätt.





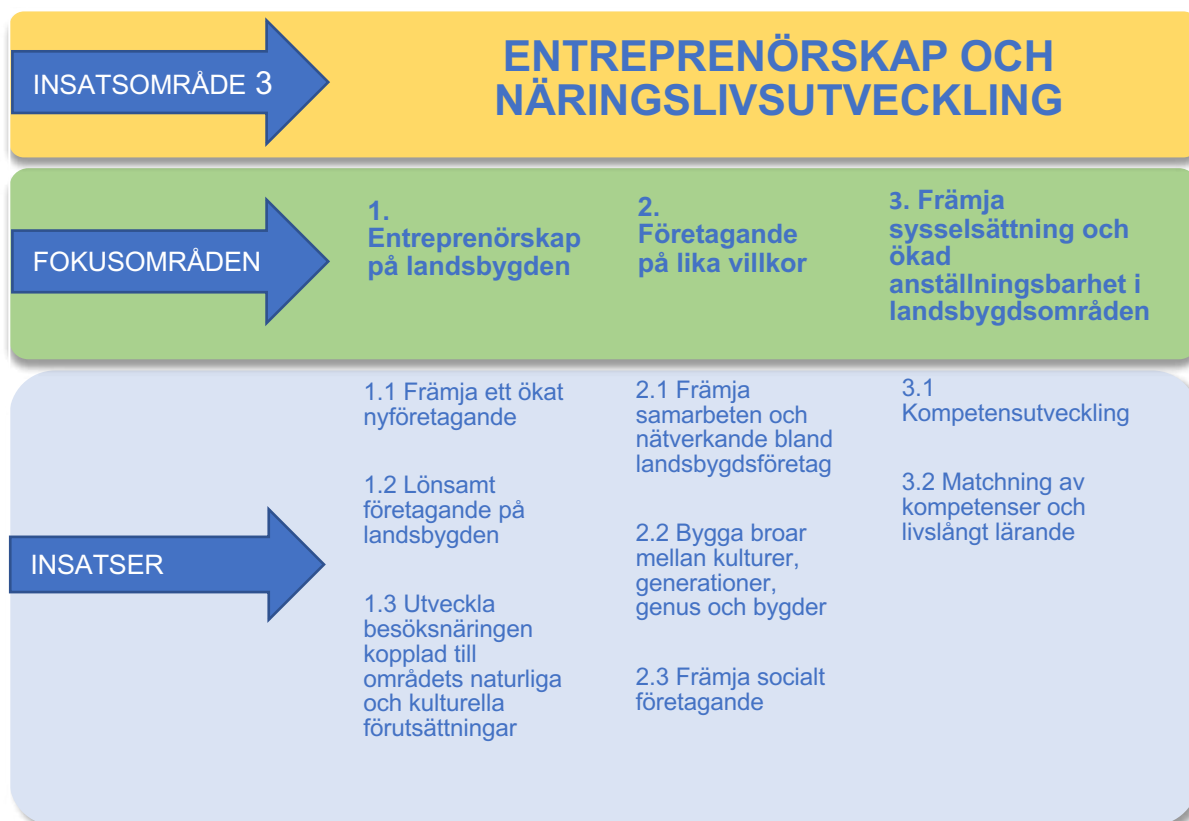
Tabell 3. Insatsområde 2 med fokusområden och insatser.

### Insatsområde 3. Entreprenörskap och näringslivsutveckling.

För att bidra till det övergripande målet "Konkurrenskraftiga landsbygder" kommer leaderområdet att arbeta med följande fokusområden inom insatsområdet 1) Entreprenörskap på landsbygden syftar till att genom utveckling av besöksnäringen kopplad till områdets förutsättningar, företagsutveckling och innovativa projekt skapa ett ökat nyföretagande och ökad lönsamhet hos redan etablerade företag. 2) Företagande på lika villkor syftar till att genom samarbeten, nätverkande och brobyggande mellan generationer, kulturer och kön skapa likvärdiga möjligheter för alla att vara entreprenörer på landsbygden. 3) Främja sysselsättning och ökad anställningsbarhet i landsbygdsområden syftar till att främja projekt som leder till kompetenshöjning och kompetensmatchning på ett effektivt sätt för att öka sysselsättning och anställningsbarhet bland boende på landsbygden.



Att öka sysselsättningen är en betydande del i att hålla landsbygden levande. Natur och kultur är stora tillgångar i området där det finns stor outnyttjad potential för ett konkurrenskraftigt småföretagande på landsbygden. Statistiken från området samt behovsanalyserna visar dock att nyföretagandet är lågt sett till rikets genomsnitt, vilket även gäller företagandet i stort. Här finns stora möjligheter att genom de fokusområden som identifierats skapa förutsättningar för entreprenörskap och näringslivsutveckling.



Tabell 4. Insatsområde 3 med fokusområden och insatser

#### Insatsområde 4. Resursrika Vänern

För att möta behoven för Väterns fiske och målet "Livskraftigt vänerfiske" kommer leaderområdet arbeta med tre olika fokusområden inom insatsområdet. 1) Framtidens fritidsfiske syftar till att genom utveckling av turismföretagandet kopplat till fritidsfiske, fördjupning i de ekologiska aspekterna kopplade till ett ökat fisketryck samt åtgärder för att minska negativa effekter framtidssäkra Vätern som en attraktiv fiskedestination. 2) Kunskap för alla syftar till att genom ökad kunskap och kunskapsspridning om yrkesfiske, fritidsfiske

och Vänerns ekologi skapa förutsättningar för en långsiktig hållbar utveckling. 3) Vänerfisk på tallriken syftar till att genom förbättrade dialog mellan yrkesfisket och myndigheterna, företagsutveckling, nyrekrytering och förbättrade möjligheter för lokal förädling och samarbeten med lokala restauranger bidra till möjligheterna för ett långsiktigt hållbart yrkesfiske i Vänern.



För att nå behoven av utveckling i hela Vänern kommer mycket av arbetet i insatsområdet ske genom samarbeten med övriga Leaderområden som omger sjön. Vissa projekt kommer vara mindre lokala, men det stora utvecklingsarbetet för fritids- och yrkesfisket kommer ske i gemensamma och vänerövergripande projekt.

INSATSOMRÅDE 4				RESURSRIKA VÄNERN		
FOKUSOMRÅDEN				1. Framtidens sportfiske	2. Kunskap för alla	3. Vänerfisk på tallriken
INSATSER				1.1 Främja utveckling av ekologiskt hållbart sportfiske i Vänern	2.1 Främja projekt som bidrar till bättre bestandsdata och fångststatistik	3.1 Främja ökad försäljning av vänerfisk lokalt
				1.2 Främja företagsutveckling hos fisketurismföretagare i Vänern	2.2 Främja projekt för ökad kunskap om Vänerns fiske	3.2. Bidra till företagsutveckling, generationsväxling och förnyring av yrkesfiskekåren
				1.3 Förbättrad infrastruktur för Vänerns sportfiske		3.3 Arbeta för ökad förståelse, bättre dialog och förenklade regelverk för yrkesfisket

Tabell 4. Insatsområde 3 med fokusområden och insatser

## 4.4 Indikatorer och målvärden

### EU:s RESULTATINDIKATORER

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
ENGAGERADE LANDSBYGD ER  SMARTA LANDSBYGD ER  LIVSKRAFTIG T VÄNERFISKE	Engagera mera  Smarta Landsbygder  Resursrika Vänern	R.34	Sammanlänkning av landsbygden i Europa	Antal invånare på landsbygden som tar del av förbättrad tillgång till tjänster och infrastruktur genom stöd inom den gemensamma jordbrukspolitiken	
KONKURRENS- KRAFTIGA LANDSBYGD ER	Entreprenörskap och näringslivs- utveckling	R.32	Utveckla ekonomin på landsbygden	Antal företag på landsbygden som söker stöd för att utveckla sin verksamhet	

### NATIONELLA INDIKATORER

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
ENGAGERADE LANDSBYGD ER	Engagera mera	N.05	Nya mötesplatser	Antalet mötesplatser som skapats genom projektet och som bedöms kunna bestå efter projektets slut. En mötesplats kan vara fysisk i form av en ny eller återställd lokal	

				där olika verksamheter kan äga rum. Till exempel hembygdsgårdar eller övriga samlingslokaler. En mötesplats kan också vara ett digitalt forum om det är begränsat till en tydligt avgränsad målgrupp och det finns sätt att interagera. Till exempel en facebook-grupp. Hemsidor eller bloggar räknas inte.	
ENGAGERADE LANDSBYGDER	Engagera mera	N.06	Nya fritids- och kulturverksamheter	Antalet fritids- och kulturverksamheter mötesplatser som skapats genom projektet och som bedöms kunna bestå efter projektslut. Till exempel kan detta inkludera ungdomsverksamheter, teatergrupper, idrottsföreningar och språkcaféer. Endast antalet olika verksamheter ska räknas. Man ska inte räkna in antalet träffar som de haft eller antalet deltagare som medverkat.	
ENGAGERADE LANDSBYGDER  SMARTA LANDSBYGDER  KONKURRENSKRAFTIGA LANDSBYGDER  LIVSKRAFTIGT VÄNERFISKE	Engagera mera  Smarta Landsbygder  Entreprenörskap och näringslivsutveckling  Resursrika Vänern	N.07	Nya nätverk och samarbeten	Antalet nya och bestående nätverk eller samarbeten som skapats genom projektet och som bedöms kunna bestå efter projektslut. För att räknas som nytt ska nätverket eller samarbetet inte ha funnits innan projektets mobilisering och uppstart för det syfte som det nu har. Det behöver ingå minst två aktörer för att räknas som ett nytt nätverk eller samarbete. Endast antalet nätverk ska ingå, inte antalet aktörer i de nätverken.	

<p>SMARTA LANDSBYGDER</p> <p>LIVSKRAFTIGT VÄNERFISKE</p>	<p>Smarta Landsbygder</p> <p>Resursrika Vänern</p>	<p>N.04</p>	<p>Nya tjänster</p>	<p>Denna delas upp i 3 nivåer för att kunna ta hänsyn till innovationshöjd. D.v.s. är tjänsten/erna nya på den svenska/lokala marknaden eller endast för det enskilda företaget?</p> <p>En (fysisk) tjänst är något som man köper och konsumerar ihop istället för att ta med hem. Till exempel hårklippningar, guide turer och upplevelser samt teaterföreställningar.</p> <p>En digital tjänst är en tjänst som säljaren behöver göra om och anpassa vid varje försäljning. Till exempel sociala media tjänster, webbdesign eller liknande. Hit räknas även olika streamingtjänster då kunden inte äger materialet utan endast har tillfällig tillgång genom någon form av prenumeration på säljarens villkor.</p>	
<p>SMARTA LANDSBYGDER</p> <p>LIVSKRAFTIGT VÄNERFISKE</p>	<p>Smarta Landsbygder</p> <p>Resursrika Vänern</p>	<p>N.03</p>	<p>Nya produkter</p>	<p>Denna delas upp i 3 nivåer för att kunna ta hänsyn till innovationshöjd. D.v.s. är produkten/erna nya på den svenska marknaden, på den lokala marknaden (leaderområdet) eller endast för det enskilda företaget?</p> <p>En fysisk produkt är en vara som man kan</p>	

				<p>köpa och ta med hem, men konsumera senare. Till exempel olika matprodukter, souvenirer, kläder och möbler.</p> <p>En digital produkt är en vara som säljaren kan sälja (eller erbjuda gratis) upprepat antal gånger utan att göra om varan på nytt. Till exempel nedladdningsbara filer som e-böcker och guider. Men det kan också inkludera olika mjukvaror och appar om kunden inte är beroende av prenumerationer för att kunna ta del av dem.</p>	
KONKURRENS- KRAFTIGA LANDSBYGDER	Entreprenörskap och näringslivsutveckling	N.01	Nya företag	Antal nya företag som skapats under projekttiden på grund av projektet. Med företag menar vi olika organisationsformer som till exempel enskild firma, AB och ekonomisk förening.	
KONKURRENS- KRAFTIGA LANDSBYGDER	Entreprenörskap och näringslivsutveckling	N.02	Bevarad sysselsättning	Med bevarad sysselsättning menar vi arbetstillfällen som inte hade kunnat finnas kvar utan det mottagna stödet. En heltidstjänst motsvarar 1720 timmar per år och en halvtidstjänst motsvarar 860 timmar per år.	



## LOKALA INDIKATORER

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
ENGAGERADE LANDSBYGDER	Engagera mera	L.46	Restaurerade natur- och kulturmiljöer	Antal platser som genom projektet har återskapat och/eller bibehållit natur- och kulturvärden.	
ENGAGERADE LANDSBYGDER	Engagera mera	L.18	Nya medlemmar i föreningar	Medlem är den som aktivt tagit ställning till medlemskap genom att registrera sig i föreningen under projekttiden.	
ENGAGERADE LANDSBYGDER	Engagera mera	L.34	Projektdeltagare som efter projektet känner ökad framtidstro	Andel projektdeltagare som vid projektslut känner ökad framtidstro i sin bygd. Detta kan vara att man känner att utvecklingen går åt rätt håll, att man har större möjlighet att påverka etc.	
ENGAGERADE LANDSBYGDER	Engagera mera	L.51	Återkommande evenemang	Evenemang som t.ex. festivaler, tävlingar, temadagar eller andra större marknadsförande och/eller identitetsskapande aktiviteter som tillkommit genom projektet med syftet att bli återkommande.	
ENGAGERADE LANDSBYGDER  SMARTA LANDSBYGDER	Engagera mera  Smarta Landsbygder	L.01	Deltagare, kvinnor under 25 år	En deltagare är en person som medverkar aktivt i projektet och får någon form av utbildning, kompetensutveckling eller liknande.	

KONKURRENS- KRAFTIGA LANDSBYGDER	Entreprenörskap och näringslivsutveckling				
LIVSKRAFTIGT VÄNERFISKE	Resursrika Vänern				
ENGAGERADE LANDSBYGDER	Engagera mera	L.03	Deltagare, män under 25 år	En deltagare är en person som medverkar aktivt i projektet och får någon form av utbildning, kompetensutveckling eller liknande.	
SMARTA LANDSBYGDER	Smarta Landsbygder				
KONKURRENS- KRAFTIGA LANDSBYGDER	Entreprenörskap och näringslivsutveckling				
LIVSKRAFTIGT VÄNERFISKE	Resursrika Vänern				
ENGAGERADE LANDSBYGDER	Engagera mera	L.05	Deltagare, utländsk bakgrund	Summan av L.01-L.04 för projekt som identifieras som projekt som arbetar med inkludering av utrikes födda.	
SMARTA LANDSBYGDER	Smarta Landsbygder				
KONKURRENS- KRAFTIGA LANDSBYGDER					

LIVSKRAFTIGT VÄNERFISKE	Entreprenörskap och näringslivsutveckling  Resursrika Vänern				
ENGAGERADE LANDSBYGDER  SMARTA LANDSBYGDER  KONKURRENS- KRAFTIGA LANDSBYGDER  LIVSKRAFTIGT VÄNERFISKE	Engagera mera  Smarta Landsbygder  Entreprenörskap och näringslivsutveckling  Resursrika Vänern	L.06	Deltagare, funktionsvariation	Summan av L.01-L.04 för projekt som identifieras som projekt som arbetar med inkludering av individer med funktionsvariation.	
SMARTA LANDSBYGDER	Smarta landsbygder	L.33	Projektdeltagare som upplever ökad inkludering	Antal deltagare i projekt inom integration och inkludering som upplever en ökad inkludering i och förståelse för det svenska samhället vid projektslut.	
SMARTA LANDSBYGDER	Smarta landsbygder	L.16	Nya servicelösningar	Servicelösningarna ska vara nya på så sätt att man vill testas eller introducerar nya metoder för att uppnå förbättrad lokal service som kan utveckla en bygd.	

SMARTA LANDSBYGDER	Smarta landsbygder	L.12	Projekt som drivs av unga	Detta innebär att projektledaren/ledarna är personer under 25 år.	
SMARTA LANDSBYGDER	Smarta landsbygder	L.31	Utökade nätverk	Antal nätverk (mellan två eller flera parter) som utökats med nya medlemmar genom projektet som bedöms vara fortsatt aktiva efter projekts slut. Här ingår inte nya nätverk som mäts genom den nationella indikatorn Nya nätverk och samarbeten.	
SMARTA LANDSBYGDER  KONKURRENSKRAFTIGA LANDSBYGDER  LIVSKRAFTIGT VÄNERFISKE	Smarta landsbygder  Entreprenörskap och näringslivsutveckling  Resursrika Vänern	L.23	Nya metoder, arbetssätt eller processer	Nya sätt att arbeta i företag. Till exempel nya produktionsprocesser, nya logistiklösningar eller nya organisationsformer.	
SMARTA LANDSBYGDER	Smarta landsbygder	L.36	Organisationer som genomför insatser för minskad klimatpåverkan	Antal företag, föreningar eller andra organisationer som inom ramen för projektet genomför insatser för minskad klimatpåverkan. Dessa insatser ska på ett påtagligt sätt bidra till uppfyllandet av de horisontella målen hållbar utveckling och/eller klimat och miljö.	

KONKURRENS- KRAFTIGA LANDSBYGDER	Entreprenörskap och näringslivsutveckling	L.08	Anställda med förbättrad arbetsmarknadssituation vid projektslut	Antal deltagare som fått förbättrad arbetsmarknadssituation genom projektets aktiviteter. Detta inkluderar även egenföretagare. Mäts vid projektslut.	
KONKURRENS- KRAFTIGA LANDSBYGDER	Entreprenörskap och näringslivsutveckling	L.11	Projektdeltagare som omsätter ny kunskap i praktik	Andel projektdeltagare som efter en kompetenshöjande insats anger att de har omsatt sina nya kunskaper i praktik. Till exempel kan det vara företagare som efter insatsen arbetar på ett annat sätt på grund av den nya kunskapen. Mäts vid projektslut.	
KONKURRENS- KRAFTIGA LANDSBYGDER	Entreprenörskap och näringslivsutveckling	L.24	Nya sociala företag	Antal nya sociala företag som skapats under projektets gång. Ett socialt företag är ett företag som försöker skapa nya lösningar på samhällsproblem och där vinsten inte är central. Eventuell vinst går istället tillbaka till verksamheten. Dessa företag kan som mest vara lika många som antalet företag som anges för den nationella indikatorn Nya företag.	
KONKURRENS- KRAFTIGA LANDSBYGDER	Entreprenörskap och näringslivsutveckling	L.19	Diversifierade företag	Antal företag som under projektets gång lagt till nya delar i sina företag för att diversifiera sin verksamhet.	
LIVSKRAFTIGT VÄNERFISKE	Resursrika Vänern				

LIVSKRAFTIGT VÄNERFISKE	Resursrika Vänern	L.40	Insatser som främjar fritidsfisket	Detta kan omfatta till exempel antal informationskampanjer, utbildningar eller liknande för att främja fritidsfisket. Men också fysiska åtgärder som direkt påverkar vattendrag och/eller fiskebestånd.	
LIVSKRAFTIGT VÄNERFISKE	Resursrika Vänern	L.07	Utbildningstillfällen	Antal tillfällen som en utbildning hålls för deltagare. Det kan till exempel vara så att samma utbildning erbjuds vid flera tillfällen till olika grupper av personer, eller att samma grupp av deltagare ses vid flera tillfällen. I båda fallen är det en utbildning som innehåller flera utbildningstillfällen.	

Indikatorerna på EU-, Nationell och lokal nivå har noga valts ut utifrån swot- och behovsanalyser och områdesbeskrivning kopplat till strategins övergripande mål och insatsområden för att på ett effektivt sätt kunna mäta resultaten i arbetet. Antalet indikatorer på de olika nivåerna har inte varit centralt utan det är istället träffsäkerheten för respektive indikator som varit det viktigaste. Med de angivna indikatorerna kommer uppföljningen ske både kontinuerligt och vid specifika tillfällen under programperioden på de sätt som anges i kapitel 7.

### EU-indikatorer

Indikator 1: Sammanlänkning av landsbygden i Europa. Indikatorn används för att mäta resultat i strategins mål Engagerade landsbygder, Smarta landsbygder och Livskraftigt Vänerfiske och insatsområdena 1, 2 och 4. Målen kopplade till indikatorn syftar till stor del till att skapa möjligheter på landsbygden genom samarbeten, initiativ och innovativa idéer för att på så sätt göra service, tjänster och produkter mer lättillgängliga på en lokal marknad. Det är därför relevant att mäta resultaten utifrån hur stor del av landsbygdens befolkning som får förbättrad tillgång till tjänster och infrastruktur.

Indikator 2: Utveckla ekonomin på landsbygden. Indikatorn används för att mäta resultat i strategins mål Konkurrenskraftiga landsbygder och insatsområde 3. Målet kopplat till indikatorn syftar till att utveckla ekonomin på landsbygden genom exempelvis företagsutveckling, samarbeten och innovativa idéer. Historiskt har det i leaderområdet varit framgångsrikt med projektstöd till företag och av den anledningen är det relevant att mäta framgången inom målet och insatsområdet genom just denna parameter specifikt.

### Nationella indikatorer

Indikator 1: Nya mötesplatser. Indikatorn används för att mäta resultat i strategins mål Engagerade landsbygder och insatsområde 1. En viktig del av föreningsutvecklingen och en ökad livskvalitet på landsbygden är att skapa nya mötesplatser, vilket avses mätas genom indikatorn "nya mötesplatser" som avser både fysiska och digitala sådana.

Indikator 2: Nya fritids- och kulturverksamheter. Indikatorn används för att mäta resultat i strategins mål Engagerade landsbygder och insatsområde 1. För att skapa en attraktiv landsbygd där framförallt barn- och ungdomar kan känna sig delaktiga och uppleva en bra livskvalitet behövs det aktiviteter inom sport, fritid och kultur. Leaderområdet avser att främja den typen av projekt och anser därför att indikatorn är relevant för att mäta resultatet.

Indikator 3: Nya nätverk och samarbeten. Indikatorn används för att mäta resultat i strategins mål Engagerade landsbygder, Smarta landsbygder, Konkurrenskraftiga landsbygder och Livskraftigt Vänerfiske och insatsområdena 1, 2, 3 och 4. Leadermetoden och leaderarbetet bygger till stor del på samarbeten och nätverk både inom och mellan sektorer. Indikatorn Nya nätverk och samarbeten kan därför anses vara en mycket viktig parameter att mäta genomgående i hela strategin, d.v.s inom alla insatsområden och mål.

Indikator 4: Nya tjänster. Indikatorn används för att mäta resultat i strategins mål Smarta landsbygder och Livskraftigt Vänerfiske och insatsområdena 2 och 4. Inom målen Smarta landsbygder och Livskraftigt vänerfiske kommer projekt med syfte att skapa nya tjänster inom olika kategorier att främjas. Det kan t.ex. handla om diversifiering hos yrkesfiskare som

skapar tjänster inom fiskeguidning eller tjänster på landsbygdsområden som handlar om att förbättra servicen. Det anses därför vara av vikt att mäta dessa resultat.

Indikator 5: Nya produkter. Indikatorn används för att mäta resultat i strategins mål Smarta landsbygder och livskraftigt Vänerfiske och insatsområdena 2 och 4. Liksom för nya tjänster anses det vara viktigt inom målen Smarta landsbygder och Livskraftigt vänerfiske att skapa nya produkter tillgängliga för marknaden och att det därför är viktigt att mäta resultaten därav.

Indikator 6: Nya företag. Indikatorn används för att mäta resultat i strategins mål Konkurrenskraftiga landsbygder och insatsområde 3. En viktig aspekt som kommit fram i behovsanalysen är bristen på nyföretagande inom delar av leaderområdet. Målet Konkurrenskraftiga landsbygder syftar delvis till att främja projekt som kan förbättra situationen varav det är relevant att mäta resultatet i form av antal nya företag.

Indikator 7: Bevarade arbetstillfällen. Indikatorn används för att mäta resultat i strategins mål Konkurrenskraftiga landsbygder och insatsområde 3. Inom målet konkurrenskraftiga landsbygder kommer det även att fokuseras på lönsamhet och sysselsättning. Erfarenheten säger att det i många fall är mer relevant att mäta resultat i form av bevarade arbetstillfällen snarare än nytillkomna vid projektslut. Småföretag på landsbygden som utvecklas gör det ofta i form av att kunna öka lönsamhet för att inte förlora arbetskraft eller för att själva kunna fortsätta arbeta med sitt fåmansföretag som första steg innan det är aktuellt med nyanställningar och nya arbetstillfällen.

### Lokala indikatorer

Lokala indikatorer har valts för egen uppföljning utifrån mätbarheten för de övergripande målen och tillhörande insatsområden. Inom alla insatsområden finns även ett antal indikatorer som mäter vissa övergripande principer.

#### Mål: Engagerade landsbygder, Insatsområde 1

1. Restaurerade natur- och kulturmiljöer
2. Nya medlemmar i föreningar
3. Projektdeltagare som efter projektet känner ökad framtidstro
4. Återkommande evenemang
5. Deltagare, kvinnor under 25 år
6. Deltagare, män under 25 år
7. Deltagare, utländsk bakgrund
8. Deltagare, funktionsvariation

De fyra indikatorerna för målet Engagerade landsbygder har valts utifrån de fokusområden som identifierats för insatsområde 1 som är direkt kopplat till målet. En viktig del i insatsområdet är den ideella sektorn och utvecklingen av föreningslivet. Genom indikatorerna kan resultatet av arbetet mätas effektivt då ett nyskapande och förnyring av ideell verksamhet förhoppningsvis kommer leda till nya medlemmar i föreningar och att en följd av en starkare ideell sektor på landsbygden kan leda till att en större andel av de boende i bygderna känner en ökad framtidstro. Ideella föreningar gör även ofta viktiga insatser för natur- och kulturmiljöer och restaureringar och det vill leaderområdet även i framtiden uppmuntra och därmed mäta resultatet av.



#### Mål: Smarta landsbygder, Insatsområde 2

1. Projektdeltagare som upplever ökad inkludering
2. Nya servicelösningar
3. Projekt som drivs av unga
4. Utökade nätverk
5. Nya metoder, arbetssätt eller processer
6. Deltagare, kvinnor under 25 år
7. Deltagare, män under 25 år
8. Deltagare, utländsk bakgrund
9. Deltagare, funktionsvariation

Indikatorerna för målet Smarta landsbygder och insatsområde 2 har valts för att på ett så bra sätt som möjligt kunna mäta resultatet av bygdeutvecklingen genom konceptet Smarta landsbygder utifrån leaderområdets tolkning av begreppet och därigenom valda fokusområden. Bristande service på landsbygden är något som framkommit i SWOT- och behovsanalyser och utveckling av detta ses därmed som en viktig parameter att mäta. Därtill ser vi själva grunden i Smarta landsbygder utifrån nätverkande, samarbeten och nya och innovativa arbetssätt och metoder vara detta också är viktigt att mäta. Insatsområdet Smarta landsbygder innefattar även livskvalitet och socioekonomisk struktur varav det är befogat att mäta resultatet av inkludering och ungdomars engagemang i projekten.

#### Mål: Konkurrenskraftiga landsbygder, Insatsområde 3

1. Anställda med förbättrad arbetsmarknadssituation vid projektslut
2. Projektdeltagare som omsätter ny kunskap i praktik
3. Nya sociala företag
4. Diversifierade företag
5. Nya metoder, arbetssätt eller processer
6. Deltagare, kvinnor under 25 år
7. Deltagare, män under 25 år
8. Deltagare, utländsk bakgrund
9. Deltagare, funktionsvariation

Indikatorerna för målet Konkurrenskraftiga landsbygder och insatsområde 3 har valts ut för att på bästa sätt mäta resultaten av de insatser som görs för att möta de behov som finns enligt analyserna gällande entreprenörskap och konkurrenskraft. En viktig aspekt i landsbygdens konkurrenskraft är kompetens och anställningsbarhet vilket avses mätas genom hur kompetensmatchning och kompetensutveckling omsätts i praktiken. Sociala företag är något som växer och som blir allt viktigare vilket leaderområdet avser vara en del av att utveckla, vilket avses mätas resultatet av. Likaså utvecklingen av företagandet genom diversifiering och nya arbetssätt och metoder.

#### Mål: Livskraftigt Vänerfiske, Insatsområde 4

1. Nya metoder, arbetssätt eller processer
2. Insatser som främjar fritidsfisket
3. Utbildningstillfällen
4. Diversifierade företag
5. Deltagare, kvinnor under 25 år

6. Deltagare, män under 25 år
7. Deltagare, utländsk bakgrund
8. Deltagare, funktionsvariation

Indikatorerna för målet Livskraftigt Vänerfiske och insatsområde 4 har valts ut med bakgrund av de behovsanalyser som gjorts för Vänerns fiske och möjligheterna till utveckling genom leaderarbetet. De största behoven finns inom kunskapsspridning, lokal försäljning av vänerfisk och hållbar utveckling av fritidsfisket där resultaten på lokal nivå avses mätas genom indikatorer som berör metoder och arbetssätt, diversifiering, kompetensutveckling och insatser för fritidsfisket. Dessa indikatorer i kombination med de nationella och EU:s indikatorer anses spegla resultaten i insatsområdet väl.

## 5. Genomförande

---

### 5.1 Kommunikation

Våra kommunikationsinsatser riktar sig till målgrupperna: Organisationer som får stöd, vidareförmedlare, samarbetspartners och allmänheten. Kommunikationsinsatserna kommer följa en tidsmässig plan bestående av Uppstartsfas, Genomförandefas och Slutfas.

#### **Personer och organisationer som får stöd**

Kommunikationen ska hjälpa dem att:

- Känna till att projektstöden inom lokalt ledd utveckling finns
- Lätt hitta information om projektstöden
- Lämna in kompletta ansökningar i tid
- Känna till målen med lokalt ledd utveckling och EU:s roll inom landsbygdsutveckling
- Förstå vilka mervärden projektstöd kan ge för bygden

#### **Vidareförmedlare och samarbetspartners**

Kommunikationen ska hjälpa dem att:

- Känna till möjligheterna med leadermetoden
- Enkelt hitta information om leadermetoden
- Sprida information om möjligheterna med leadermetoden
- Känna till målen med leadermetoden
- Intressera sig för den lokala utvecklingen
- Förstå att det är många som lär sig av varandra och samverkar för att nå målen med metoden
- Förstå den egna rollen och sprida kunskap om arbetssätt, hinder, möjligheter, resultat och effekter
- Känna till EU:s roll för lokalt ledd utveckling

#### **Allmänheten**

Kommunikationen ska hjälpa dem att:

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

Vi kommer använda oss av ett antal olika kommunikationskanaler beroende av målgrupp och skede i processen. Dessa kommunikationskanaler kommer framför allt att vara: Informationsmöten på lokal nivå, Hemsida, Sociala medier, Lokal Media, E-mail, telefon och kontor samt kommunrepresentanter i LAG.

**Uppstartsfas:** Här kommuniceras strategin och dess inriktning, övergripande mål, delmål och insatsområden. Här kommuniceras även hur man går tillväga för att söka stöd till bra projektidéer.

**Genomförandefas:** Sträcker sig över hela programperioden. Här sker fortsatt kommunikation med presumtiva stödmottagare, allmänheten och samarbetspartners hur programmet fortskrider, färdiga resultat, goda exempel och allmän information om vår verksamhet.

**Slutfas:** Avslutningen av programperioden. Här kommuniceras strategins resultat för allmänheten och samarbetspartners, vad som varit bra och vad som kan göras bättre i framtiden.

## 5.2 Urvalsprocess

Leaderföreningen har en öppen och icke-diskriminerande urvalsprocess för att prioritera projekt och hela processen ska dokumenteras skriftligen. Projekten som prioriteras av Leader Närhets styrelse ska ha en tydlig koppling till den lokala utvecklingsstrategin samt följa EU-förordningens direktiv.

Urvalsförfarandet är utformat för att möjliggöra urval av de projekt som kan bidra till att uppfylla målen för strategin. Leaderföreningens styrelse prioriterar projekten med hjälp av lokalt utformade urvalskriterier med tydliga bedömningsgrunder vilka syftar till att säkerställa att bedömningen är rättvis genom hela programperioden. Ingen enskild sektor; privat, ideell eller offentlig har mer än 49% av rösterna. Efter prioritering fastställer Leaderföreningen stödbeloppet. Jordbruksverket gör slutkontroll av den prioriterade ansökan och fattar det formella beslutet som skickas ut till sökande.

### Leaderkontoret förbereder

Kansliets personal bedömer inledningsvis hur väl en projektansökan uppfyller de grundläggande villkoren. De grundläggande villkoren avgör om projektet hör hemma inom leadermetoden och faller inom ramen för landsbygdsfonden och de övergripande mål som strategin omfattar. Det är även kanslipersonalen som navigerar projektansökan till vilket insatsområde denna kvalificerar sig för. Projektansökan bereds därefter av den så kallade beredningsgruppen som består av representanter ifrån styrelsen där representationen styrs utifrån de aktuella kunskaper som efterfrågas för just de ansökningar som ligger på bordet. Beredningsgruppen bedömer om de grundläggande villkoren är uppfyllda och gör därefter en preliminär poängbedömning i urvalskriterierna vilket lägger grunden för den rekommendation styrelsen lämnas.

### Styrelsen prioriterar

Inläsningsmaterialet till varje beslutsmöte består av projektens ansökningar med relevanta bilagor och även beredningsgruppens dokumentation med den preliminära bedömningen av

respektive projekt. Styrelsen går gemensamt igenom grundläggande villkor samt poängbedömning där beredningsgruppens bedömning har möjlighet att revideras. För projektansökningar som når över avslagsnivån i urvalskriterierna lämnar styrelsen bifall och fastställer även stödnivån. Handläggare från leaderkontoret slutför det förberedande arbetet och skickar ärendet vidare till Jordbruksverket där det formella beslutet fattas. Projektansökningar som inte når över avslagsnivån lämnas avslag och leaderkontorets handläggare skickar inte ärendet vidare till Jordbruksverket. Vid situationer då styrelsen inte kan komma till beslut lämnas återremiss, detta kan förledas av att det exempelvis saknas väsentlig information i projektet.

### **Jordbruksverket verkställer**

Förvaltande myndighet är Jordbruksverket vilka säkerställer att projektansökan uppfyller samtliga nödvändiga krav i förhållande till förordningar och regelverk. Leaderkontoret och Jordbruksverket för en dialog vid kompletteringar vilka leaderkontoret, vid behov, förmedlar vidare till stödsökande. Jordbruksverket skickar formellt beslut till stödsökande med information om logotypanvändning med mera.

## **5.3 Samordning och samarbete med andra aktörer**

Samordning och samarbete har varit fundamentalt för framtagandet av utvecklingsstrategin och är fortsatt viktigt i utvecklingsprocessens olika faser; uppstart genomförande och slut.

Inledningsvis har arbetet med utvecklingsstrategin bedrivits i hänseende till andra inom området aktörers aktuella utvecklingsstrategier för att på så sätt skapa synergier och hitta leaderområdets plats i utvecklingen av området, både genom samverkan och som komplement. Detta har ansetts som en viktig del av arbetet då alla aktörer som tillsammans verkar för landsbygdens utveckling bör arbeta mot samma mål och visioner samtidigt som dubbelarbete undviks.

En viktig aktör vars utvecklingsplan har tagits hänsyn till och som haft brett inflytande över Leader Närhetens utvecklingsstrategi är Region Värmlands "Värmlandsstrategi 2040". Här anses Leader Närhetens utvecklingsstrategi framför allt kunna skapa synergier med Värmlandsstrategin 2040 under dess insatsområde "utveckla attraktiva och tillgängliga platser" och effektmålet "Hållbar livskvalitet". Även inom vissa övriga delar av Värmlandsstrategin 2040 anses Leader Närhetens utvecklingsstrategi kunna bidra, komplettera och skapa synergieffekter, till exempel effektmålen som handlar om att främja diversifiering och konkurrenskraft.

Andra viktiga aktörer och utvecklingsplaner som haft inflytande på strategins utformning är Visit Värmlands handlingsplan 2021-2023, Fiskeområde Väners utvecklingsstrategi samt även till viss del Länsstyrelsen Värmlands regionala handlingsplan.

Sveriges handlingsplan för Agenda 2030 har varit ett viktigt arbete att ta hänsyn till, fram för allt för delmålen #11a inom Hållbara städer och samhällen, #12 Hållbar konsumtion och produktion, #14 Hav och marina resurser samt #15 Ekosystem och biologisk mångfald. Fiskeområde Väner har under programperioden 2014-2020 varit ett enfondsområde inom leader finansierat av Havs- och fiskerifonden. Även om Fiskeområde Väner inte är ett eget leaderområde kommande programperiod, och därmed inte har upprättat en ny utvecklingsstrategi, finns mycket god kunskap att ta med sig i arbetet från den tidigare

strategin samt de rapporter, underlag och projektresultat som framkommit under innevarande programperiod. Fiskeområde Vänern har även i arbetet med utvecklingsstrategin för Leader Närheten bidragit med kompetens och erfarenheter för det fortsatta arbetet med Vänern inom Leader.

I övrigt kommer vårt arbete löpande stämmas av med viktiga kommunala utvecklingsplaner genom framförallt kommunrepresentanters medverkan i LAG. Genom att vi ingår i det regionala partnerskapet upprätthålls en kontinuerlig kontakt med organisationer som Region Värmland, Visit Värmland, Länsstyrelsen m.fl. för bästa synergieffekter och utveckling samt för att undvika dubbelarbete och dubbelfinansiering av projekt. Med denna strategi strävar vi än mer åt att agera utvecklingskontor och en regelbunden dialog är därmed viktigt för att kanslipersonal har uppdaterade kunskaper om andra stödformer så att idébärare kan slussas vidare om deras projekt inte passar in under Leader och vice versa.

Besöksnäringen har en stor utvecklingspotential inom leaderområdet och är väldigt framträdande i de behovsanalyser som genomförts varför vi ser Visit Värmland som en viktig



samverkanspart. Region Värmland genomför insatser på landsbygden vilket gör deras roll mycket betydelsefull för vårt arbete, särskilt när det gäller digitalisering, servicepunkter och utveckling av hållbara platser. Länsstyrelsens expertkompetens för vad som gäller för projekt som verkar inom natur och kultur m.m. är en stark resurs. NyföretagarCentrum Södra Värmland är högst aktuella fram för allt när det kommer till nyetablering av företag där

Leader Närheten kan vara möjligheten att komma i gång, LRF för lantbruk och Nifa för mat och dryck.

Samtliga aktörer som framgår av punkt 2 har en stark koppling till vad som ämnas åstadkomma med utvecklingsstrategin och över tid kan även nya samarbeten komma till. Leader Närheten bjuder in till dialoger där det är relevant, deltar på träffar och har kontinuerliga möten med samverkanspartners.

## 5.4 Effekter

I leaderarbetet har historiskt sett mycket av fokus legat på direkta resultat av projekt genom mätning av indikatorer och målvärdet vid projektens slutrapporter. Detta förfarande har dock lett till att många av de långsiktiga effekterna av arbetet inom Leader har förbisetts både under arbetets gång och vid utvärderingarna av områdena och programmet som helhet. För att undvika detta och för att faktiskt kunna arbeta för långsiktiga effekter och även kunna göra det på ett mätbart sätt planeras arbetet inom Leader Närheten för att stimulera och

främja effekter genom olika aktiviteter, urvalskriterier, samarbeten och uppföljningar.

**Urvalskriterier:** För att fånga upp projekt som leder till långsiktiga effekter behöver urvalskriterierna formas på ett sådant sätt att dessa projekt prioriteras. Leader Närheten har därför krav i de generella urvalskriterierna att projekt ska leda till långsiktiga effekter, vilket specificeras till hur väl projektet förhåller sig till de övergripande principerna, om projektet har goda förutsättningar att fortleva även efter projektets slut och slutligen vad projektet levererar för faktiska resultat vilket speglas emot utvecklingsstrategins indikatorer.

**Aktiviteter:** Under programperiodens olika delar sker kommunikationen på olika sätt och även till olika mottagare, men genomgående bör den ske på ett sådant sätt att budskapet kring vikten av de långsiktiga effekterna av projekten framhävs. Spridning av goda projekt, poddar och artiklar i sociala medier är exempel på ett verktyg för att inspirera presumtiva stödsökande att sätta sin idé i ett större perspektiv dvs. hur deras projekt kan fungera som en integrerad pusselbit tillsammans med andra insatser för att uppnå större effekter på sikt.

Representation på regionala och nationella leaderträffar är värdefullt för erfarenhetsutbyte och kunskapskälla där medverkande deltagare spetsar sin kompetens och blir än bättre ambassadörer med syftet att verka för effektmålen.

Samverkansmöten skräddarsys med lämpliga aktörer och upparbetas löpande utifrån inriktning på projektansökningar för att ytterligare förbättra möjliga effekter med respektive insats. Partnerskapsmöten och omvärldsanalyser viktiga aktiviteter för att understödja den läroprocess som är nödvändig för att Leader Närheten ska ge ett så bra stöd som möjligt till stödsökande från projektidé till genomförande och slutrapport.

**Uppföljningar:** En viktig del av arbetet under programperioden är den kontinuerliga uppföljningen av projekten. Detta görs dels genom mätning av direkta resultat vid projektens slut som svar på indikatorerna, men Leader Närheten kommer även kontinuerligt att arbeta med uppföljningen av mer långsiktiga effekter. Detta görs framför allt som en läroprocess för att ha med i arbetets gång under hela programperioden, vid eventuella revideringar av urvalskriterier och strategi, samt för kommande arbete inför programperioder som följer. Leader Närheten kommer därför löpande att mer ingående följa upp avslutade projekt genom att söka svar på följande frågeställningar: upplevd ökad framtidstro, förbättrad arbetssituation och inverkan av kompetenshöjande insatser. Detta planeras göras genom enkätundersökningar som skickas ut 2-3 år efter slutredovisning.

## 5.5 Hur främjar strategin innovation?

Nytänkandet har redan ifrån starten med framtagandet av utvecklingsstrategin haft en central roll där det sonderande arbetet med SWOT-analyser, enkäter, omvärldsanalyser, lokala, regionala och nationella handlingsplaner syftat till att fånga upp möjligheter med innovativa insatser som bidrar till förbättrade förutsättningar på landsbygden. Att lägga en stor vikt vid främjandet av innovation är även väl underbyggt genom att innovation ingår i det övergripande målet för CAP, är en av leadermetodens grundprinciper samt att det beskrivs i förordningen för lokalt lett utveckling.

I föregående programperiod har Leader Närheten arbetat med relativt detaljerade insatsområden vilket emellanåt riskerat att diskvalificera projektansökningar med hög

innovationsgrad. Mot denna bakgrund har Leader Närheten tagit lärdom och har därför utformat insatsområden som är bredare och därmed mer inkluderande för en större variation av projekt.

Leader Närhetens mission är att verka förutsättningsskapande där den givna delen berör den ekonomiska aspekten men där vi också, genom våra nätverk, har goda möjligheter att stötta och lotsa sökande i processen. Nyföretagarcentrum, Drivhuset och Ung Företagsamhet Värmland är några exempel på viktiga aktörer för innovationsutveckling där kunskaper och ytterligare sammanlänkningskanaler kan bidra till att innovativa projekt stärks ytterligare. Genom samarbeten och stöd från Leader Närheten blir det möjligt att realisera projekt som bryter ny mark och bidrar till att lösa landsbygdens utmaningar.

Samtliga projekt ska vara nytänkande och möjligheterna med leaderprojekt kommuniceras som idéfrämjande – det ska vara tydligt för idébärare att det är tillåtet att testa nya sätt att arbeta samt att ta fram nya produkter och tjänster. Detta konkretiseras genom att innovationsbegreppet återkommer i utvecklingsstrategins olika insatsområden och även är genomgående i urvalskriterierna där Leader Närhetens styrelse bedömer innovationsgraden. Innovationsgraden tillåts vara varierande genom att antingen vara hög där projektet bidrar till något helt nytt och obeprövat eller lägre genom att projektet innefattar något som inte finns lokalt i området idag. Viktiga verktyg för att mäta hur väl projektansökningarna främjar innovation återspeglas främst genom de lokala indikatorerna; Nya metoder, arbetssätt eller processer samt Nya produkter och Nya tjänster.

## 5.6 Övergripande principer

Utvecklingsstrategin är framtagen utifrån ett perspektiv med öppet och demokratiskt förfarande där möjligheten att påverka strategiarbetet uppmuntras genom att brett bjuda in till dialogmöten och lämna synpunkter via enkäter. Bland våra samarbetspartners återses organisationer som arbetar aktivt med att främja hållbar utveckling, likabehandling och icke-diskriminering.

### **Kommunikation**

Varje läsare ska känna sig inkluderad oavsett etnicitet, religion, funktionsnedsättning, klass, kön, könsidentitet och sexuell läggning. Till stöd för detta arbete har vi bland annat använt oss av Region Värmlands handledningsmaterial "Schyst kommunikation" vilket tillämpats under

framtagandet av utvecklingsstrategin. Leader Närheten avser att fortsätta och ständigt förbättra utformandet av informationsmaterial som används i verksamheten och göra riktade



kommunikationsinsatser till den eller de målgrupper som behöver stärkas. Inledningsvis kommer en populärversion av utvecklingsstrategin skrivas vilken ska vara mer riktad till allmänheten. Detta då utvecklingsstrategin fungerar som ett viktigt arbetsdokument för Leader Närhetens styrelse och riskerar att upplevas alltför tungt att sätta sig in i.

### **Urvalskriterier och indikatorer**

Genom våra urvalskriterier poängsätts de övergripande principerna av Leader Närhetens styrelse vilket syftar till att främja projekt som uppfyller en eller flera av dessa. I urvalet av indikatorer är flera av de lokala indikatorerna högst aktuella för att uppföljning av hur väl de prioriterade projekten bidrar till att stärka en hållbar utveckling, främja likabehandling och icke-diskriminering. Leader Närheten har valt ut några indikatorer som är konstanta, det vill säga att samtliga projektansökningar ska uppge hur många deltagande i projektet det är som är män respektive kvinnor, antal deltagare som är över respektive under 25 år, samt antal deltagare med utländsk bakgrund och antal deltagare med funktionsvariation. Då ungas betydelse för landsbygdens utveckling ringats in som särskilt viktig i behovsanalys och förankringsarbetet har Leader Närheten även valt ut att följa upp hur många projekt det är som drivs och leds av unga.

### **Organisation och uppföljning**

Jämställdhetsaspekterna och de icke-diskriminerande insatserna ska genomsyra hela Leader Närhetens verksamhet. Organisationen ska därför ha en valberedning som besitter kunskaper inom detta och ska i sitt arbete föreslå ledamöter med kompetens för de övergripande principerna till årsstämman. Vidare ska valberedningen vara väl insatt i föreningens stadgar där det bland annat könsfördelningen regleras så att inget kön utgör mer än 60% och inte mindre än 40% av platserna. En ledamot ska dessutom utses till att vara ungdomsrepresentant.

Leader Närhetens styrelse har ett stort ansvar i att ta hänsyn till jämställdhetsarbetet när kanslipersonal ska anställas och även att arbeta proaktivt genom att kontinuerligt följa upp verksamheten – den årliga utvärderingen är ett viktigt verktyg för att kunna ta fram en åtgärdsplan där brister visar sig under genomförandefasen.

## **6. Organisation**

---

### **6.1 Partnerskapet och föreningen**

**Skrivs efter feedback på utkast och dialogmöten.**

*Förklara hur partnerskapet och organisationen bakom strategin ser ut. Det ska framgå vilka offentliga, privata och ideella aktörer som ingår i partnerskapet och på vilket sätt sammansättningen är representativ för området och relevant med tanke på strategins inriktning.*

*Räkna upp de inblandade aktörerna i Bilaga 5 Lista över aktörer i partnerskapet och föreningen i mallen.*

*Max 2 000 tecken*



## 6.2 Föreningens styrelse

*Skrivs efter feedback på utkast och dialogmöten.*

*Beskriv hur styrelsen är utformad och hur ni delar upp platserna och röstlängden, samt adjungerade platser. Förklara hur ni säkerställer styrelsens kapacitet att genomföra strategin, hur ni tillsätter ledamöter i styrelsen och hur valberedningens arbete ska gå till.*

*Max 4 000 tecken*

## 6.3 Drift – den operativa verksamheten

*Skrivs efter feedback på utkast och dialogmöten. Möten med angränsande leaderområden är på G om att samverka med personal.*

*Beskriv på vilket sätt den operativa verksamheten rent praktiskt organiseras och vilka delar som eventuellt samordnas med andra utvecklingsområden eller aktörer. Beskriv också hur många tjänster som ni planerar att ha på kansliet och hur ni säkerställer kapacitet att på ett effektivt sätt genomföra verksamheten i driften.*

*Max 3 000 tecken*

## 7. Uppföljning och utvärdering

---

*Handboken ska uppdateras, texten är preliminär*

Leader Närhetens styrelse rapporterar årligen hur det löpande arbetet förhåller sig till målen med strategin till Jordbruksverket. Vid varje årsskifte gör styrelsen dessutom en djupgående bred analys av utvecklingsstrategin vilket inbegriper indikatorer, budgetfördelning och utnyttjande, kommunikationsplan, urvalsprocess och övriga utvärderingsämnen som LAG anser vara relevanta för en korrekt uppföljning.

En stående punkt på styrelsens dagordning är ”kontinuerlig uppföljning och utvärdering” vilket ger styrelsen en konkret nulägesbild över hur utvecklingsstrategin fortskrider. Styrelsen ansvarar för att justera strategin när det är nödvändigt samt att vidta åtgärder för att förbättra resultaten genom exempelvis utlysningar, riktade informations- och marknadsföringsinsatser osv. Verksamhetsledaren har en viktig roll med att förbereda underlag samt komma med åtgärdsförslag till styrelsen.

Uppföljningar och utvärderingar utgör en väsentlig del av en allmän lärprocess, genom detta kan styrelsens arbetsmetoder förbättras, genomföra kompetenshöjande insatser med utbildningsdagar, föreläsningar och workshops. Kalendarier som sätts för varje verksamhetsår tar höjd för att kunna lägga in aktiviteter som anses vara nödvändiga för att understödja och göra verklighet av det ständiga lärandet.