



Europeiska kommissionen



EXEMPEL PÅ BÄSTA METODER I
Leader+

2007 / 1
SV





Detta urval av goda Leader+-metoder ges ut av observationsorganet för landsbygdsområden.

Leader ("Samordning av åtgärder för utvecklingen av landsbygdsekonomin") är ett gemenskapsinitiativ som inrättats av Europeiska kommissionen och samordnas av generaldirektoratet för jordbruk och landsbygdsutveckling (enhet F3). Innehållet i denna publikation återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens institutioners uppfattning.

Redaktionsstyrelse: Europeiska observationsorganet för landsbygdsområden

Ansvarig utgivare: Josefine Loriz-Hoffmann, Europeiska kommissionen, GD Jordbruk och landsbygdsutveckling, enhet F.3, 130 rue de la Loi, B-1040 Bryssel.

Bilderna kommer från LAG-grupperna.

Detta urval av goda Leader+-metoder ges ut på 20 av EU:s officiella språk och trycks i 41 175 exemplar.

För ytterligare information: Leader+ *Contact Point*, Rue du Marteau 81, B-1000 Bryssel.

Tfn (32-2) 235 20 20

Fax (32-2) 280 04 38

E-post: contact.point@Leaderplus.org

Internet: <http://ec.europa.eu/leaderplus>.

© Europeiska gemenskaperna, 2007

Kopiering tillåten med angivande av källan.

Manuskriptet slutfördes i december 2006.

Printed in Italy

TRYCKT PÅ ICKE KLORBLEKT PAPPER

För fler exemplar av denna publikation

skicka ett e-postmeddelande till contact.point@leaderplus.org eller skicka din förfrågan via fax eller per post med fullständiga kontaktuppgifter och önskat antal exemplar och språkversion till:

Leader+ *Contact Point*
81, Rue du Marteau
B-1000 Bryssel
Tfn (32-2) 235 20 20
Fax (32-2) 280 04 38

Du kan också prenumerera på andra Leader+-publikationer. Registrera dig online för att ditt namn ska läggas till i sändlistan, genom att använda formuläret på följande adress: <http://ec.europa.eu/leaderplus>



Exempel på bästa metoder i Leader+

■ Inledning	2	■ Irland	40
■ Österrike	5	• Det transnationella Schola-projektet	
• Matregionen Almo: Restauranger i Almenland och regional marknadsföring (nötkött)		■ Italien	44
• Ungdomar skapar egna mötesplatser		• Socialt och miljömässigt ansvar	
■ Belgien	13	• Uppgradering av karakteristiska produkter på de lokala restaurangerna	
• Socioekonomisk utveckling av stenindustrin i landsbygdsområden		■ Luxemburg	50
■ Danmark	17	• "Vackra vandringar i Müllerthal" samt inventering av kvarnar, utflyktsleder och regional rutt	
• Lokal samhällsplanering		■ Nederländerna	54
■ Finland	20	• Planering på gräsrotsnivå i Drenthe	
• Pro Oulujärvi – för Ule träsk		■ Portugal	57
■ Frankrike	23	• En tidig start: Teaterundervisning på landsbygden	
• Tävlning i företagsetablering		■ Spanien	60
• Färgerna i norr		• Ett regionalt kvalitetsmärke	
■ Tyskland	30	• Naturreseptatet Las Loras	
• Överföring av know-how om nya medier		■ Sverige	66
• Pedagogiskt samarbete och utökning av en rad fritidsverksamheter		• Svartådalens bygdeutveckling	
■ Grekland	36	■ Storbritannien	69
• Honungsberedning och standardiseringsenhet		• Samhällen i utkanten	
		• Cumbrias mat	

Denna publikation från Europeiska kommissionen syftar till att främja allmänhetens tillgång till information om gemenskapsinitiativet Leader+. Vårt mål är att sprida tillförlitlig och aktuell information. Eventuella felaktigheter som vi blir uppmärksammade på kommer vi att försöka rätta till. Kommissionen fransäger sig emellertid allt ansvar för informationen i denna publikation, särskilt vad gäller de ekonomiska uppgifterna om de beskrivna projekten och i synnerhet om utgifternas stödberättigande. Läsarna bör därför använda dessa uppgifter med försiktighet. All användning sker på egen risk.

Inledning

Vad är Leader+?

Leader+ är ett initiativ från Europeiska gemenskapen som syftar till att hjälpa landsbygdssamhällen att förbättra livskvaliteten och det ekonomiska välståndet i sitt lokala område. Initiativet medfinansieras av garantisektionen vid Europeiska utvecklings- och garantifonden för jordbruket (EUGFJ). Leader+ föregicks av Leader I och II.

Leader+-programmet löper under strukturfondsperioden 2000–2006 (men projekt får drivas fram till utgången av 2008) och tanken är att ge landsbygdsaktörer stöd och stimulans att fundera över sitt områdes potential på längre sikt. Syftet är att uppmuntra till att det genomförs integrerade, nyskapande strategier av hög kvalitet för hållbar utveckling som hjälper människor att våga experimentera med nya sätt att

- ta tillvara natur- och kulturarvet,
- stärka och diversifiera den ekonomiska miljön för att skapa nya arbetstillfällen,
- förbättra samhällets organisationsförmåga.

För utvidgningen 2004 fanns det 893 lokala aktionsgrupper (LAG) inom Leader+. I några av de medlemsstater som anslutit sig till EU sedan 2004 finns det redan LAG-grupper som arbetar inom ramen för en Leader-liknande åtgärd.

Leader+ har utformats kring fyra övergripande teman:

1. Att ta tillvara de resurser som finns i natur och kultur, inklusive Natura 2000-områden.
2. Att höja livskvaliteten på landsbygden.
3. Att ta tillvara det värde som finns i lokala produkter, särskilt genom att med gemensamma ansträngningar göra det lättare för små företag att komma ut på marknaden.
4. Att använda sig av ny know-how och ny teknik för att göra lokala produkter och tjänster mer konkurrenskraftiga.

På webbplatsen <http://ec.europa.eu/leaderplus> finns det mer information om den rättsliga grunden och budgeten för Leader+.

Varför bästa metoder?

Den här publikationen fungerar som ett komplement till Leader+ Magazine för att lyfta fram exempel på de mest framgångsrika lokala utvecklingsstrategier som har finansierats genom Leader+.

En god metod inom Leader+ måste rimligtvis innebära att "Leader-metoden" har använts på ett framgångsrikt sätt.

Leader-metoden omfattar sju kriterier:

■ 1. Områdesbaserad metod

Det här betyder att utvecklingspolitiken ska definieras utifrån ett visst områdes situation, dess styrkor och svagheter. I Leader är ett sådant område en förhållandevis homogen lokal landsbygdsenhet som präglas av intern social sammanhållning, gemensam historia och gemensamma traditioner, en känsla av gemensam identitet osv. Medvetenheten om den områdesbaserade metoden har ökat och viktiga aktörer i det lokala området inser hur viktiga de lokala resurserna är för att skapa hållbar utveckling. På LAG-nivå har den *områdesbaserade metoden* gjort det lättare att identifiera landsbygdsaktörer inom området.

■ 2. Lokal förankring

Syftet är att uppmuntra beslutsfattande som bygger på deltagande på lokal nivå i alla utvecklingspolitiska aspekter. Målet är att involvera de lokala aktörerna, samhället som helhet, ekonomiska och sociala intressegrupper, samt företrädare för offentliga och privata institutioner. Den lokalt förankrade strategin bygger på två huvudaktiviteter: att aktivera (underlätta aktiviteter) och utbilda lokalsamhället, och den gör sig gällande i olika skeden av programmet. På projektnivå är det viktigt att projektet initieras av lokala aktörer och att samråd har skett med den allmänhet som berörs av åtgärden.

■ 3. Partnerskap och den lokala aktionsgruppen (LAG)

En LAG-grupp består av offentliga och privata aktörer som har gått samman i ett partnerskap med en gemensam strategi och en lokal handlingsplan för att utveckla ett Leader+-område. LAG-grupperna är ett av de mest originella och strategiska inslagen i Leader-metoden. De är utrustade med ett arbetslag, beslutsbefogenheter och en ganska stor budget och står för en ny organisationsmodell som kan få stort inflytande på den institutionella och politiska balansen i det berörda området.

LAG-grupperna har skapat möjligheter till deltagande, ökad medvetenhet och organisering av lokala aktörer för att driva landsbygdsutvecklingen framåt. Fördelningen av uppgifter och ansvarsområden mellan olika partner (programmyndigheter, LAG-grupper, LAG-medlemmar) bör vara klar och tydlig.

■ 4. Innovation

Vid sidan av Leader-konceptet och dess tillämpning på fältet, som är innovativ i sig, ställs det också krav på att aktiviteterna ska vara innovativa. Det kan handla om aktiviteter för att främja lokala resurser på nya sätt, aktiviteter som är intressanta för den lokala utvecklingen men som inte omfattas av andra utvecklingspolitiska åtgärder, aktiviteter som skapar nya lösningar på landsbygdsområdenas svagheter och problem, eller som resulterar i en ny produkt, process, organisationsform eller marknad.

Innovation ingår också i programmens pedagogik och nätverksarbete: att sprida information till andra grupper av aktörer som vill hämta inspiration från andra eller driva gemensamma projekt.

■ 5. Integrerad metod

De aktiviteter och projekt som ingår i den lokala handlingsplanen knyts samman och samordnas som en sammanhängande helhet. Integrationen kan omfatta aktiviteter inom en enskild sektor, alla programaktiviteter eller särskilda aktiviteter, eller – framför allt – kopplingar mellan de olika ekonomiska, sociala, kulturella, miljömässiga aktörer och sektorer som är involverade i området.

■ 6. Nätverksarbete och samarbete mellan områden

Genom att underlätta utbyte och spridning av information om landsbygdsutvecklingspolitiken samt spridning och överföring av goda metoder respektive innovativa strategier och aktiviteter, syftar Leader-nätverket till att minska LAG-gruppernas isolering och skapa en källa för information om och analys av aktiviteterna. Som ett komplement till de befintliga europeiska och nationella nätverken har vissa LAG-grupper spontant organiserat sig i informella nätverk.

En annan hörnsten i Leader är samarbetet mellan landsbygdsområden. Detta samarbete kan vara transnationellt, men det kan lika gärna bedrivas mellan områden inom samma medlemsstat (mellanregionalt). I Leader+ har en särskild budget anslagits för samarbetsprojekt (åtgärd 2).

■ 7. Lokal finansiering och förvaltning

En annan central del i Leader-metoden är att en stor del av beslutsbefogenheterna i fråga om finansiering och förvaltning ska delegeras till LAG-gruppen. LAG-gruppernas grad av självständighet varierar dock kraftigt beroende på organisationen och de institutionella förutsättningarna i den enskilda medlemsstaten.

Detta kriterium måste alltså bedömas från fall till fall beroende på de olika administrativa förutsättningarna.

Metod för att samla in och välja ut exempel på goda och bästa metoder

Varje år samlar Leader+ *Contact Point* med hjälp av de nationella nätverkskontoren och experter in exempel på goda metoder bland Leader-projekten inom EU och väljer ut några som ska ingå i databasen över goda metoder på Leader+-webbplatsen: <http://ec.europa.eu/leaderplus>.

För att ge ökad synlighet åt det arbete som utförs inom Leader+ beslutade observationsorganet för Leader+ att informationen i databasen skulle kompletteras genom en särskild publikation vid namn "Exempel på bästa metoder i Leader+".

Följande metod tillämpades: först gjorde *Contact Point* en SWOT-analys ("Strengths/weaknesses/obstacles/threats", styrkor/svagheter/hinder/hot) av goda metoder i medlemsstaterna. Medlemsstaternas viktigaste partner

för detta arbete var de nationella nätverkskontoren. Analysen visade att kriterierna för att identifiera goda metoder alltid hängde nära ihop med de sju Leader+-delarna. Observationsorganet för Leader+ lade till ytterligare två europeiska kriterier som lyfter fram den europeiska aspekten av Leader+: överförbarhet och hållbarhet.

Sedan började Leader+ *Contact Point* samla in exempel från medlemsstaterna. För att få ett rättvisande resultat använde man sig av en metod som skulle ta hänsyn till mångfalden av teman, typen av projekt och den geografiska balansen, utöver de innehållsrelaterade kriterier som är kopplade till Leader-metoden. Vid valet av de 21 exempel på bästa metoder som presenteras – av 56 utvalda exempel 2006 – ville man också skapa en balans mellan koncept, tema och geografisk placering.

Det här första urvalet är förstås inte tänkt att vara uttömmande, eftersom detta är något som kommer att genomföras varje år och nya exempel kommer att presenteras framöver.





Matregionen Almo:

Restauranger i Almenland och regional marknadsföring (nötkött)

Projektbakgrund

Almenland är en idyllisk region i centrala Österrike, som ligger på 1 200–1 700 meters höjd över havet. I den här regionen ligger några av de mest traditionella alpängarna: Teichalm och Sommeralm, som under semestertider besöks av en jämn ström av turister. Jordbruket är regionens viktigaste inkomstkälla.

Området lockar ofta semesterfirare från den närliggande österrikiska staden Graz, men övernattningsmöjligheterna i regionen behöver förbättras. Området erbjuder få möjligheter till högre utbildning och antalet högteknologiska företag är lågt.

Jordbrukarna är ofta isolerade och driver sina jordbruk på egen hand, samtidigt som de producerar och säljer sitt kött. Även andra företag har svårt att nå ut med sina produkter. Man insåg att den lokala ekonomin skulle kunna förbättras och utvecklas om företagen började samarbeta. Det här projektet är ett exempel på detta – lokala jordbrukare och företag samarbetar för att framställa, bearbeta och marknadsföra "Almo" – nötköttet från Alperna.

Områdesfakta

👤 **Befolkning: 1 248 invånare**

👤 **Yta: 342 km²**

👤 **Befolkningstäthet: 4 invånare/km²**

👤 **Antal kommuner: 12**



Varför är projektet ett exempel på goda metoder?

Det här projektet är ett exempel på en god metod eftersom det har anknytning till den områdesbaserade metoden och har en tydlig koppling mellan jordbruk och landskap. Almoköttet är av hög kvalitet och har utvecklats i den unika alpmiljön i regionen Almenland. Projektet utnyttjar framför allt de lokala resurserna i området.

Projektet är lokalt förankrat i ordets rätta bemärkelse, och jordbrukare, turistföretag och lokala leverantörer arbetar tillsammans med lokalbefolkningen vid planeringen, beslutsfattandet och genomförandet av utvecklingen av området. LAG-gruppen består av 12 kommuner i regionen, jordbruks- och turistorgan, Almenlands marknadsföringsföretag, jordbrukarföreningen i Almo, samt medlemmar från regionens kulturförening. LAG-gruppen har lyckats väl med att knyta samman viktiga aktörer och få dem att planera tillsammans, dela resurser, lösa problem och bidra till att utveckla och marknadsföra området.

Projektet har skapat lokala partnerskap och samarbetet mellan Almenlandjordbrukarna och den regionala producenten Schirnhofers har varit en särskilt viktig tillgång i projektet. Detta har skapat ett regionalt ekonomiskt

kretslopp där jordbrukarna gynnas av Schirnhofers professionella marknadsföring.

Projektet har bildat ett integrerat utvecklingsnätverk som omfattar flera sektorer. Marknadsföringsföretaget Almenlands marknadsföring av regionen och framgångarna med Almoköttet har skapat en dominoeffekt och lett till förbättringar även för andra företag i området, som t.ex. ägnar sig åt turism, golf, fiske, cykling och träprodukter.

Projektet kommer att vara överförbart i framtiden eftersom man i Österrike nu förknippar varumärket Almenland med en unik produkt av hög kvalitet – nu köper kunderna in sig på märket. Konsumenterna har blivit mer medvetna om var deras mat kommer från och intresset för att "köpa lokalt" har ökat. Almoköttet har helt klart gynnats av den ändrade attityden och signalerna från marknaden tyder på att trenden med att köpa lokalt kommer att fortsätta att växa.

Man ser optimistiskt på projektets hållbarhet eftersom marknadsföringsföretaget Almenland har skapat en långsiktig organisation för regionen. Ett antal heltids- och deltidsarbeten har skapats samtidigt som det genereras stora intäkter, vilket återför ett mervärde till regionen. Inom projektet letar man redan efter möjligheter att utöka verksamheten inför framtiden, t.ex. genom att utveckla en mejeriverksamhet och producera regionala ostar av hög kvalitet och därigenom stödja ekonomin i framtiden.



Projektbeskrivning

■ 1. Kort projekthistorik

Alpområdet Almenland har en näringsrik jordmån som skapar goda betesmarker för får, nötboskap och hästar. Detta ger i sin tur kött av hög kvalitet från vår till höst, när djuren strövar fritt i landskapet. En vanlig jordbrukare i det här området äger omkring 5 000 stutar som betar på 3 600 ha.

Jordbrukare, lokala livsmedelsproducenter och turistorganisationer i Almenland har haft ett nära samarbete sedan 1995 inom ramen för Leader II, då de inrättade det regionala "Almenland-initiativet". Huvudtanken med detta var att utveckla regionens ställning på marknaden som "Genussregion", eller "njutningsregion", för turister och utveckla en rad produkter av hög kvalitet.

På senare tid har Almenland-initiativet via Leader+-programmet utvecklat sin strategi för att undersöka hur man ska kunna producera och sälja köttprodukter av hög kvalitet. Ett resultat av detta blev Leader+-projektet "Die Almo Genussregion", eller "Matregionen Almo", där lokala jordbrukare och Schirnhofers – en livsmedelsproducent som erbjuder delikatessprodukter av kött – började samarbeta för att producera och sälja nötkött av hög kvalitet från betesmarkerna uppe i bergen.

■ 2. Huvudsaklig verksamhet

Detta projekt omfattar två huvuddelar. För det första har Schirnhofers framgångsrikt upprättat kanaler för att sälja och marknadsföra sitt kött till en samling lokala kvalitetsrestauranger under namnet "Almenlandwirt". Det är ett nätverk bestående av 25 regionala restauranger, värdshus och hotell som har ett gemensamt varumärke, erbjuder en rad tjänster till turister och dessutom har rykte om sig att servera mat av hög klass. Schirnhofers säljer också lokala köttprodukter till snabbköpskedjan Zielpunkt som har 250 butiker i hela Österrike. Detta har stärkt profilen för Almenlandregionen och dess produkter på nationell nivå.

För det andra har Almenlandköttet registrerats som skyddat varumärke, vilket har lett till att organisationen "Almenland Marketing" har bildats i nära samarbete med Schirnhofers. Organisationen drivs i form av ett aktiebolag och har nu ansvar för all professionell marknadsföring i Almenlandregionen. Bolaget har spelat en viktig roll i produktions- och marknadsföringskedjan för Almoköttet.

■ 3. Konkreta resultat

I projektets inledning erbjöds jordbrukarna utbildning och rådgivning i hur man föder upp nötboskap av hög kvalitet. Stödet från turistnäringen bidrog till att en officiell certifiering av Almenlandkött infördes. Detta ledde till ett avgörande steg för att projektet skulle utvecklas och bli framgångsrikt: samarbetet med producenten Schirnhofers.

Nu ingår omkring 550 jordbrukare i Almenland i ett partnerskap med Schirnhofers som har visat sig vara en perfekt kombination – jordbrukarna garanterar en jämn



tillgång till kött av hög kvalitet och Schirnhofers slussar ut det på marknaden genom två stora försäljningskanaler: Almenlandwirt, och skyltställ i snabbköp. Medlemmarna i Almenlandwirt har också kommit överens om standarder, där restaurangpersonalen utbildas så att de har en grundläggande förståelse för produktcykeln, samverkan mellan traditionell boskapsuppfödning och bevarandet av landskapet.

Marknadsföringsföretaget Almenland utgör en viktig milstolpe och är ett av projektets viktigaste resultat. Företaget har tre intressenter: LAG-gruppen, Schirnhofers och turistföreningen. Alla beslut måste fattas med två tredjedels majoritet och företaget har en budget på omkring 360 000 euro per år för marknadsföring i regionen (t.ex. reklamblad om Almenland i snabbköp, och pressmeddelanden). Intressenterna bakom företaget har

blivit kända för sitt starka intresse för regionens utveckling och deras fortsatta engagemang för projektet har varit avgörande för projektets framgång.

Projektet har också genererat intäkter för regionen och skapat mervärde för dess lokala produkter. Sedan Almenland-initiativet inleddes under Leader II år 1995 har 55 projekt genomförts och bidragit till investeringar på 19,5 miljoner euro. De 12 kommunerna har delfinansierat "Almenland Institution" med 40 000 euro per år och har visat intresse för att investera inför framtiden. Detta har överträffat LAG-gruppens förväntningar och har varit ytterst viktigt för projektets framgång.

Detta har inneburit 80 nya heltidsarbeten, 180 deltidssarbeten och garanterade inkomster för 600 jordbrukare tack vare boskapsuppfödningen. Så många som 900 ekonomiska enheter har gynnats av de intäkter som har genererats i området och under det senaste året (2005) har man beräknat att mängden turister har ökat med 10 procent.

■ 4. Problem/erfarenheter

Under projektets utvecklingsfas stötte man på några avgörande utmaningar. Eftersom detta var ett nytt initiativ i Almenlanddistriktet möttes man av en utbredd skepsis i regionen och projektets initiativtagare lärde sig snabbt att man måste informera lokalbefolkningen om utvecklingen, anordna medvetandehöjande evenemang, festivaler och diskussioner för att skapa acceptans för projektet hos lokalbefolkningen.

Ett annat problem var hur kommunerna skulle övertygas om att en investering i ett gemensamt samarbetsprojekt skulle gynna området och leda till större ekonomiska fördelar. Kommunerna blev övertygade om nyttan med partnerskapet genom den perfekta kombinationen av jordbrukare och den stora regionala producenten Schirnhöfer som garanterar efterfrågan på kött från jordbrukarna.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet?

Projektet är ett exempel på hur viktigt det är med nätverksarbete och samarbete mellan LAG-gruppen och andra verksamheter. Det är inte vanligt att företag samarbetar på det sätt som de gör i det här projektet och Leader+ har gjort det möjligt att med kollektiva insatser

skapa kvalitativa förändringar med stordriftsfördelar för området, eftersom små producenter nu arbetar framgångsrikt tillsammans för att skapa gemensamma fördelar.

Leader+ har inte bara varit involverat i nätverksbygget, utan också i marknadsföringen av den lokala Almoprodukten. "Almenland Marketing" har med framgång marknadsfört Almoköttet som en unik produkt på nationell nivå (genom försäljning och marknadsföring i snabbköp och via Almenlandwirt). Detta har i sin tur skapat andra fördelar, t.ex. att föra ut det viktiga budskapet om att "köpa lokalt", sätta Almenlandområdet på kartan och skapa en koppling mellan marknaderna för lokala livsmedel och turismen.

■ 6. Varaktighet

Projektet inleddes i september 2002 och kommer att pågå till utgången av december 2006.

■ 7. Budget

Den totala kostnaden för projektet är 1 900 000 euro, varav 591 000 euro kommer från EUGFJ, 252 000 euro från offentliga nationella medel och 1 057 000 euro från privata medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

📍 **Den lokala aktionsgruppens namn:**
**Regionale Gemeinschaftsinitiative
Almenland Teichalm-Sommeralm**

📞 **Kontaktperson:** Jakob Wild

📍 **Adress:** Fladnitz/Teichalm 100,
A-8160 Fladnitz

☎ **Tfn** (43-3179) 230 00 15

☎ **Fax** (43-3179) 230 00 20

✉ **E-post:** Jakob.Wild@almenland.at

🌐 **Internet:** www.almenland.at

Bilder från LAG Regionale Gemeinschaftsinitiative
Almenland Teichalm-Sommeralm.



Ungdomar skapar egna mötesplatser

Projektbakgrund

LAG-gruppen är verksam i en region som ligger i Alpernas utlöpare och som (i sydost) angränsar mot industricentret Linz-Wels och (i norr) mot regionen Böhmen. Donauområdet är ett populärt regionalt rekreationsområde. Den lilla staden Eferding nämns i Nibelungenlied och den har flera gamla kyrkor, bl.a. en sengotisk församlingskyrka, och Starhembergs slott.

Det territoriella utvecklingsprogrammet är framför allt inriktat på att förbättra livskvaliteten genom att ge ungdomar möjlighet att verkligen bidra till den lokala utvecklingen med sina kreativa idéer. Projektet integrerar dem i beslutsfattandet och den politiska processen på lokal nivå. Det bidrar till att aktivt engagera dem i beslutsfattandet och den lokala utvecklingen. Projektet har också bidragit till att lösa den bristande uppmärksamheten på tonåringars behov. Högre livskvalitet är en av de viktigaste faktorerna för att hindra ungdomar från att flytta till andra områden, eller locka dem tillbaka till området senare i livet.



Områdesfakta

- 👤 **Befolkning: 32 227 invånare**
- 🌳 **Yta: 268 km²**
- 👤 **Befolkningstäthet: 120 invånare/km²**
- 🏘️ **Antal kommuner: 12**





Varför är projektet ett exempel på goda metoder?

Projektet är **lokalt förankrat**, eftersom de viktigaste initiativtagarna och de institutioner som är ansvariga för att konkret genomföra förnyelsen och upprustningen av platserna är de kommuner som också är huvudaktörer i LAG Eferding. De lokala ungdomarna uppmuntrades att utarbeta planer för sina vänner och jämnåriga och den avgörande belöningen för att de deltog aktivt var att de fick se sina idéer bli verklighet. Tonåringarna gjorde den positiva erfarenheten att det lönar sig att delta och att det dessutom kan leda till förändringar i närmiljön.

Projektet arbetar enligt en **utpräglad partnerskapsmetod**. Under projektets inledningsfas inrättades ett mer omfattande partnerskap med regionens skolor och ungdomsorganisationer. Detta utgjorde den viktigaste kanalen för att nå ut till målgruppen, förklara syftet och metoden samt uppmuntra tonåringarna att delta. I slutskedet (dvs. när det handlade om konkreta byggnadsarbeten) visade de lokala och regionala byggföretagen stor samarbetsvilja när det gällde att sponsra renovering av anläggningar och lekplatser. Samtidigt bidrog diskussionerna mellan de olika parterna till att idéerna höll sig på en realistisk nivå och uppfyllde de grundläggande målen, inte bara i fråga om användningsområdet utan även i fråga om kostnaderna.

Projektet innehåller två särskilt **innovativa inslag**. För det första var strategin som byggde på tonåringarnas delaktighet helt ny för regionen och den används faktiskt ganska sällan i landsbygdskommuner. Den här metoden hade tidigare bara använts i stadskommuner och när den överfördes till mindre landsbygdskommuner innebar den ett nytt synsätt. För det andra skapade detta en förbindelselänk mellan två grupper som ofta har mycket svårt att få till en strukturerad dialog med varandra: tonåringar och lokalpolitiker. Tonåringar anklagas ofta för att vara "svåra att nå" eller till och med för att vara helt ointresserade. Alltså var hela processen en viktig erfarenhet för de lokala beslutsfattare.

Det övergripande synsättet inom projektet, alltså metoden med "tonåringarnas öppna rum" är **överförbart** och har tillämpats i flera stadskommuner i Österrike, men också i andra länder, exempelvis Slovakien. Det är alltså en beprövad metod som inte kräver alltför stora budgettillskott på lokal nivå, vilket betyder att den här typen av aktivitet lätt kan överföras till andra områden. Den viktigaste förutsättningen för att överföringen ska lyckas är att det finns ömsesidigt förtroende mellan alla berörda parter, eftersom en viss inledande skepsis kan vara ett utbrett fenomen bland lokala beslutsfattare i



hela Europa. Dessutom krävs en mycket lyhörd och socialt uppmärksam inställning för att hantera den övergripande samordningen och förvaltningen.

Projektbeskrivning

■ 1. Kort projekthistorik

Fyra kommuner i LAG-gruppen hade uttryckt behov av att definiera och utforma attraktiva mötesplatser och öppna rum för tonåringar. Startpunkten för det här projektet kom när en workshop om ungdomar och landsbygdsutveckling anordnades av Leaders österrikiska nationella nätverkskontor. Där presenterade två landskapsarkitekter, Karin Standler och Eva Schwab, en rapport om ett program som hette "Tonåringarnas öppna rum". Programmet – som kan betraktas som en planeringsmetod som bygger på delaktighet – visade hur ungdomar kan involveras i planeringen av öppna rum i kommunerna. Franz Tauber, som var ordförande, och Gerlinde Grubauer, som är verksamhetsledare för LAG-gruppen Eferding, blev så imponerade av presentationen att de bjöd in de båda landskapsarkitekterna att vara med på en workshop i deras egen region. Efter detta beslöt LAG-gruppens styrelse och de tio kommunerna att de skulle stödja projektet och involvera tonåringar i genomförandet av projektet genom en experimentell metod som byggde på delaktighet.

■ 2. Huvudsaklig verksamhet

Projektet "Ungdomar skapar egna öppna rum" inleddes i april 2005 med en omfattande informationskampanj för att väcka ungdomarnas entusiasm för projektet. Det anordnades bl.a. en informationskväll där man bjöd in ungdomsansvariga från olika regionala organisationer, ungdomskonsulter från kommunerna, lärare och representanter för olika ungdomsorganisationer. Omkring 500 elever informerades om projektet genom en rad presentationstillfällen. Eleverna fick direktkontakt



med projektledarna och kunde få en bild av hur de arbetade. I de regionala medierna och de kommunala nyhetsbrevan rapporterades det också om det planerade ungdomsprojektet. Informationskampanjen resulterade i att ca 150 ungdomar i åldern 13–19 från de tio olika kommunerna bestämde sig för att vara med i projektet.

■ 3. Konkreta resultat

Några exempel på projektets resultat:

- Ungdomar i var och en av de tio kommunerna kom överens med planerarna om en lämplig placering av en mötesplats och utvärderade sina utvalda platser tillsammans med landskapsarkitekterna. Utvärderingen gjordes utifrån en rad olika kriterier, som stämningen på platsen, möjliga användningsområden, positiva (behagliga) och negativa egenskaper, idéer för hur man kunde utnyttja utrymmet bättre osv.
- Idéerna diskuterades sedan mer ingående i en serie (tvådagars) planeringsworkshops.
- Ungdomarna gjorde förslag och konstruktionsmodeller för sina utvalda platser tillsammans med tre arkitekter och fem landskapsarkitekter.
- Sedan hölls en offentlig diskussion som kallades "city-line", där ungdomarna presenterade sina "modeller" och diskuterade dem med kommuntjänstemän, lärare, föräldrar, vänner och andra berörda parter. Mötet resulterade i att kommunens företrädare godkände förslagen.
- Under den sista planeringsfasen utarbetade planerarna detaljerade tekniska planer, inklusive planerade kostnader och materialbehov, för att få allting klart inför renoveringsarbetena.
- Hösten 2005 hade ungdomarna i Eferding lyckats göra sina modeller till verklighet med hjälp från landskapsarkitekter, arkitekter, sin respektive kommun och lokala företag. I nio av tio kommuner finansierade den lokala förvaltningen renoveringen av den utvalda platsen.
- Ställbara bänkar, stolar och bord i modern design har installerats, takkonstruktioner ger skydd mot regn och sol, och man har byggt utsiktsplattformar, soldäck, en grillplats och en utomhusbio vid en fotbollsplan.
- Kommunerna fick ytterligare tips om hur man skulle kunna utnyttja det offentliga rummet ännu bättre utifrån ungdomarnas behov.

Ett annat bestående resultat av projektet är att kommunikationen mellan ungdomarna och kommunens företrädare har förbättrats betydligt, och att det nu finns en mycket större förståelse för ungdomarnas behov. Tonåringarna själva har lärt sig att de kan påverka utvecklingen i sin egen kommun och att de också själva kan bidra till att förbättra sin livskvalitet. Projektet har bidragit till att stärka den regionala identiteten. Tonåringar med olika bakgrund har lärt sig att samarbete under workshops och under arbetets gång. Kommunikationen och kontakterna mellan regionens tonåringar har alltså förbättrats.

■ 4. Problem/erfarenheter

Till att börja med var många av kommunens företrädare och tjänstemän med ungdomsansvar tveksamma till att låta ungdomarna vara med i projektet och tvivlade på att de var tillräckligt motiverade och kompetenta. Ungdomarna ansågs inte heller kunna genomföra sina idéer eller ta ansvar för de färdiga mötesplatserna. Men det var bara en av de tio kommunerna som misslyckades med att hitta en tillräckligt stark kärntrupp av tonåringar.

Vissa kommuner deltog inte tillräckligt aktivt i projektets genomförande. I flera fall hade borgmästaren utsett en ansvarig person på lokal nivå som faktiskt inte samarbetade under förberedelserna av processen och genomförandet (i dessa fall var det borgmästaren som hade det starkaste engagemanget för projektet). För tonåringarna var det viktigt att få direktkontakt med personer från kommunen som varken företrädde några politiska partier eller religiösa samfund.

Tidpunkten för projektet blev ytterligare en utmaning. Från början var det tänkt att arbetet skulle utföras under sista veckan på sommarlovet, men förseningar gjorde att detta inte gick att genomföra. Detta utgjorde en extra risk eftersom processen tappade styrfart och man måste väcka liv i den på nytt i flera fall.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet?

Utan LAG-gruppen – en regional institution som kunde erbjuda professionellt ledningsstöd och även fungera som neutral, politiskt oberoende medlare – skulle detta experimentella ungdomsprojekt aldrig ha kunnat genomföras i flera mindre landsbygdskommuner. Öppenheten i Leader+ gjorde det möjligt för initiativtagarna att få professionellt stöd för att hantera processen, underlätta arbetet och nå resultat som annars inte hade varit möjliga.

Stödet från Leader+ innebar att man kunde lansera ett brett initiativ med mycket professionellt stöd. Denna





delaktighetsbaserade metod måste betraktas som ett experiment. Det går bara att driva ett sådant här initiativ om det finns ett ömsesidigt förtroende mellan huvudaktörerna. Detta är en av de uppenbara fördelarna med de gemensamma diskussionerna och partnerskapets utvecklingsprocesser under de senaste åren. Dessutom ingår processen i ett mer långsiktigt perspektiv i LAG-gruppens utvecklingsstrategi.

I riktlinjerna för Leader+ anges uttryckligen att man bör satsa på ungdomar i landsbygdsområden, vilket uppmuntrade den lokala Leader+-gruppen att utveckla och anpassa innovativa metoder med ungdomar som målgrupp.

■ 6. Varaktighet

Projektet löpte under tretton månader. Det inleddes den 1 mars 2005 och avslutades den 31 mars 2006.

■ 7. Budget

Projektets sammanlagda budget ligger på 64 800 euro, varav 32 400 euro kommer från EUGFJ, 18 792 euro från offentliga nationella medel och 13 608 euro från privata medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

☎ Den lokala aktionsgruppens namn: Eferding

☎ Kontaktperson: Gerlinde Grubauer

☎ Adress: Stadtplatz 31, A-4070 Eferding

☎ Tfn (43-7272) 555 51 63

☎ Fax (437-272) 555 51 61

☎ E-post: regef@eferding.ooe.gv.at

☎ Internet: www.regef.at

Bilder från LAG Eferding.





BELGIEN

Socioekonomisk utveckling av stenindustrin i landsbygdsområden

Projektbakgrund

Den här LAG-gruppen omfattar fyra kommuner: Bertrix, Herbeumont, Libin och Saint-Hubert, som alla är landsbygdsområden med stora skogsarealer i centrala Ardennerna. Området är mycket omtyckt av turister tack vare sina naturområden och vandringsmöjligheterna längs floderna Semois, Less och Lhomme. Tillsammans har de fyra kommunerna stora naturresurser som är mycket viktiga för regionens utveckling.

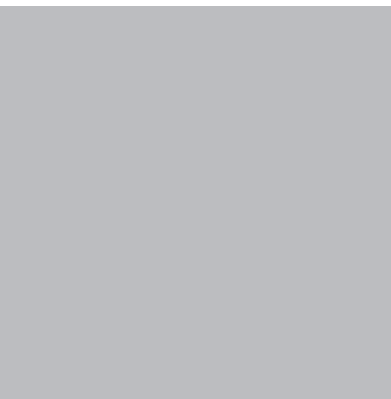
Mineralresurserna utnyttjas i dag liksom förr på en mängd olika sätt av lokalsamhällena. Sten användningen har alltid varit viktig för den socioekonomiska och kulturella utvecklingen i regionen. Den kulturella och konstnärliga verksamheten har utvecklats utifrån stenindustrin och har i stor utsträckning bidragit till att skapa sysselsättning och öka regionens attraktionskraft. Stentillgångarna omfattar skiffer i Bertrix och Herbeumont, kaolin i Libin samt sandsten och kalksten i Saint-Hubert.

Den lokala strategin bygger på de gemensamma historiska traditionerna kring sten användningen. Strategin omfattar marknadsföring och pedagogiska aktiviteter med utgångspunkt i det geologiska arvet, stenens historia, exploatering och bearbetning, utveckling av sten användningen i städer och i arkitektur, samt marknadsföring av sten i byggnadsindustrin och i turismnäringen.

Områdesfakta

- 👤 **Befolkning: 19 545 invånare**
- 🌳 **Yta: 448 km²**
- 👤 **Befolkningstäthet: 42 invånare/km²**
- 👤 **Antal kommuner: 4**





Varför är projektet ett exempel på goda metoder?

Projektet har en stark **områdesbaserad inriktning**, eftersom den bygger på stenindustrin som har en lång tradition i landsbygdsområdet. Mineraltillgångarna har använts på många olika sätt i de fyra kommuner som deltar i projektet (Saint-Hubert, Libin, Bertrix och Herbemont), både förr och nu. Mineralarterna varierar hela tiden mellan de olika förhållandena i områdets rika berggrund. Utvinningen och användningen av det stora utbudet av olika stenarter har alltid betytt mycket för de fyra kommunernas socioekonomiska och kulturella utveckling. Syftet med det här projektet är att skapa sysselsättning genom marknadsföringsaktiviteter kring stenindustrin, som är en integrerad del av regionens rika kulturarv och historia.

De fyra pilotkommunerna testar i nära samarbete med privata partner i LAG-gruppen ett nytt landsbygdsutvecklingskoncept som har utarbetats med utgångspunkt i styrkor och möjligheter i natur, kultur och historia. Projektet har en **integrerad metod** eftersom det sammanför olika intressenter, entreprenörer och konstnärer inom stenindustrin och flera aktörer är involverade i marknadsföringen av området. Därmed stimulerar projektet till nya aktiviteter inom regionen och nya arbetstillfällen skapas.

Det finns flera **överförbara delar** i den strategi som LAG-gruppen "Au fil de la Pierre" arbetar efter. De fyra deltagande kommunerna företräder en större grupp av kommuner i Vallonien som arbetar med stenmaterial. De aktiviteter som utvecklas i projektet är inte bara överförbara på mellanregional nivå, utan även över nationsgränserna. Metoden för projektet är flexibel och bygger på samverkans effekter mellan lokala aktörer inom olika områden. Den utgår från sektorns särskilda behov och bygger i hög grad på områdets natur- och kulturtillgångar. Hur väl det går att överföra projektets metod illustreras av de kontakter som för närvarande håller på att utvecklas med LAG-grupperna Botte du Hainaut och Sources et Vallées (France-Picardie). Ett samarbetsprojekt

med namnet "Eclats de pierre et de marbre" (glittret från sten och marmor) håller på att utvecklas av partner-LAG-grupperna i syfte att utbyta erfarenheter och kunskap om metoder inom sektorn samt skapa mervärde för yrkena och organisationerna inom stenindustrin.

Stenen (dvs. den viktigaste naturtillgången) har en stor potential för att **bidra till hållbar och integrerad utveckling** i landsbygdsområdet. Det projekt som genomförts av Valbois RN och LAG Au fil de la Pierre har två viktiga starka sidor:

- Det skapar synergieffekter mellan kompetenser, mellan interna och externa mänskliga och ekonomiska resurser i landsbygdsområdet.
- Genom utvecklingen och marknadsföringen av sten ökar dessutom projektet kunskapen om materialet och hur det kan användas, och kreativiteten växer, vilket leder till att nya sätt att använda sten och skapa nya stenprodukter utvecklas.

Projektbeskrivning

■ 1. Kort projekthistorik

Huvudsyftet med projektet är att skapa nya arbetstillfällen i närområdet genom att utveckla konsthantverksaktiviteter och förbättra den lokala servicen. Vid sidan av den lokala konsthantverksnäringen har små och medelstora företag stor betydelse för den lokala ekonomiska utvecklingen. De små och medelstora företagen i området är oftast enmansföretag eller egenföretagare som driver enskilda projekt oberoende av varandra, vilket leder till en brist på kopplingar och samverkans effekter mellan deras aktiviteter. De små och medelstora företagen har i allmänhet inte tillgång till specialiserad information eller yrkesutbildning, de kommunicerar inte med varandra och de bedriver ingen gemensam marknadsföring. Samtidigt har dessa dynamiska små företag en potential att skapa arbetstillfällen i närområdet.



Syftet med detta projekt är alltså att utveckla den lokala socioekonomiska situationen genom

- att skapa samverkans effekter, kontakter och utbyte av information och erfarenheter bland dem som arbetar i stenindustrin och andra socioekonomiska aktörer i regionen,
- att utveckla entreprenörsandan inom stenindustrin som har stort värde för det lokala området,
- att upprätta ett "integrationsnätverk" inom stenindustrin (genom att tillhandahålla utbildning, förbättra befintlig verksamhet, social och yrkesmässig återintegrering osv.).

■ 2. Huvudsaklig verksamhet

Projektets huvudsakliga verksamhet omfattar bl.a. följande:

- Tillhandahålla verktyg och kunskap för entreprenörskap, bistå befintliga och nya företag med att förbättra/utveckla sin produktion genom tillgång till specialiserad information, diversifiera, utveckla ny kompetens för att skapa nya projekt och produkter, skapa en gynnsam miljö för att främja nya arbetstillfällen för lokalbefolkningen (inklusive kvinnor och ungdomar):
 - Organisera en rad olika konferenser och temadiskussioner, tillhandahålla personlig service för företag, utveckla skräddarsydda utbildningsmoduler tillsammans med Info Point-kontor, arbetsgivarorganisationer, arbetslösa, arbetstagare och anställda i små och medelstora företag.
- Genomföra marknadsföringsaktiviteter i fråga om sten (användning, kunskap och skicklighet hos företagen och de lokala konsthantverkarna), utarbeta en katalog över de lokala företagens produkter, olika stenprodukter, stenmaterial och deras skilda användningsområden, delta i mässor och utställningar.

- Anordna studiebesök och informationsmöten för byggföretag, arkitekter osv. om materialen och deras främsta egenskaper, tillgångar, tekniska och arkitektoniska särdrag.
- Upprätta ett nätverk för stenindustrin för att identifiera hur de olika lokala aktiviteterna kan komplettera varandra.
- Erbjuder skräddarsydd utbildning som motsvarar företagens specifika utbildningsbehov beroende av den lokala marknaden och områdets särskilda egenskaper.

■ 3. Konkreta resultat

Projektet har resulterat i att lokala företag erbjuds verktyg för att förbättra sin konkurrensförmåga. Projektet förväntas

- skapa en gynnsam miljö för att bevara och skapa nya arbetstillfällen i området, förstärka befintliga arbetstillfällen och skapa nya möjligheter för målgrupperna, särskilt kvinnor och ungdomar,
- öka de lokala företagens omsättning genom att utveckla nya aktiviteter och produkter,
- öka antalet företag.

■ 4. Problem/erfarenheter

Inom projektet har man inte stött på några särskilda svårigheter. Aktiviteterna bedrivs i linje med behoven och förväntningarna hos industrin och de olika socioekonomiska aktörerna i området. Samtidigt måste det påpekas att det har funnits vissa svårigheter med att mobilisera lämpliga aktörer och de har inte deltagit i de olika evenemangen i tillräckligt hög grad, trots att man tagit stor hänsyn till de önskemål om ämnen som uttryckts. Individuell coaching verkar vara ett bättre sätt att tillgodose sektorns behov, eftersom den uppfyller de särskilda behoven hos de små och medelstora företagen





inom sektorn. I fortsättningen kommer man därför att i högre grad inrikta sig på coachningsmetoden och evenemangen kommer att rationaliseras och i högre grad inriktas på att marknadsföra den tekniska och kvalitativa användningen av stenmaterialen.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet?

Det främsta syftet med det här projektet är att förbättra den lokala ekonomiska situationen genom att genomföra ett mycket integrerat koncept (dvs. utveckla nya möjligheter i stenindustrin) i de fyra kommunerna. Det viktigaste mervärde som Leader+ har tillfört är de metoder som föreslagits för att uppfylla detta mål. Metoderna kombinerar användningen av lokala mänskliga, naturliga och finansiella tillgångar med användning av extern expertis för att förbättra kompetensen och kunskapen i lokalsamhällena. De bidrar till att den lokala entreprenörsandan förbättras genom att socioekonomiska företag utvecklas inom stenindustrin, som är den viktigaste sektorn i landsbygdsområdet.

■ 6. Varaktighet

Projektet inleddes den 1 januari 2004 och pågår till den 31 december 2007.

■ 7. Budget

Projektets sammanlagda budget ligger på 495 600 euro, varav 223 200 euro kommer från EUGFJ, 223 200 euro från offentliga medel och 49 560 euro från privata medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

☎ Den lokala aktionsgruppens namn: Au Fil de la Pierre

☎ Kontaktpersoner: Françoise Godenir, Marie-Caroline Detroz

☎ Adress: 44, rue de la Converserie, B-6870 Saint-Hubert

☎ Tfn (32-61) 29 30 81

☎ Fax (32-61) 61 27 32

☎ E-post: f.godenir@valbois.org, mc.detroz@valbois.org

☎ Internet: www.valbois.org

Bilder från Valbois R.N.



DANMARK

Lokal samhällsplanering

Projektbakgrund

LAG-området präglas av ett varierat landskap och rika naturresurser i form av dyner, hedar, kullar, floddalar, skogar och kustområden mot Nordsjön och Limfjorden. Omkring 60 procent av marken används för jordbruk och 12 procent utgörs av skog. Det lokala näringslivet domineras av jordbruk och fiske, medan handel och handelsrelaterade tjänster ligger under genomsnittet för Danmark. De viktigaste industrierna är verksamma inom trä, metall och hantverk, t.ex. små och medelstora snickeriföretag.

Utbildnings- och inkomstnivåerna ligger också under det nationella genomsnittet. Området står inför demografiska svårigheter, särskilt på grund av utflyttningen.

Lokalsamhällen och nätverk får stöd inom ramen för lokala utvecklingsstrategier. Huvudfokus ligger på att förbättra livskvaliteten och skapa arbetstillfällen, särskilt inom områdena jordbruksinnovation och turism.



Områdesfakta

👤 **Befolkning: 79 004 invånare**

🌍 **Yta: 1 881 km²**

👤 **Befolkningstäthet: 42 invånare/km²**

👤 **Antal kommuner: 8**



Varför är projektet ett exempel på goda metoder?

Projektet är upplagt enligt en utpräglad **partnerskapsmetod**. Projektets innehåll utvecklas genom partnerskapet mellan de lokala förvaltningarna och andra lokala huvudaktörer, som organisationer och företag. Projektet engagerar en rad lokala aktörer i att forma framtiden för sitt eget närområde genom diskussioner, gemensam strategisk planering och genomförande av handlingsplaner.

Projektet drivs i samarbete mellan den danska lokala aktionsgruppen Limfjordsgruppen och den svenska lokala aktionsgruppen Smålandsgruppen. Ett av projektets huvudsyften är att främja utbyte av idéer och erfarenheter, inte bara mellan de deltagande LAG-grupperna, utan också mellan de viktigaste aktörerna i de båda LAG-områdena. Hittills har tre gränsöverskridande möten anordnats för att utforma samsamarbetsstrukturer och processer, utbyta erfarenheter om viktiga utmaningar och problem, samt utarbeta och genomföra lokala handlingsplaner som svar på lokala behov.

Projektet följer en **integrerad metod** genom att lokala aktörer från olika branscher, t.ex. turism, näringsliv och utbildning är involverade. Inom projektet arbetar man med beslutsfattare på lokal och kommunal nivå.

Projektets innovativa aspekter är särskilt viktiga i det lokala sammanhanget. Nya metoder har skapats som ger de lokala förvaltningarna och LAG-grupperna en starkare inriktning mot att utveckla och genomföra integrerade lokala strategier. Nyckelfaktorer för lokal utveckling har identifierats, som t.ex. medborgarnas betydelse för att forma den lokala utvecklingen i Danmark, jämfört med de lokala förvaltningarnas roll i Sverige. Innovation skapas genom den ömsesidiga läroprocessen mellan de svenska och danska partnererna.

Projektbeskrivning:

■ 1. Kort projekthistorik

Huvudsyftet med projektet är att utveckla en lämplig "portfölj av landsbygdsutvecklingsaktiviteter" i närområdet. Dessutom syftar projektet till att identifiera och utveckla samarbete med en lämplig gränsöverskridande partner med liknande utvecklingsnivå för att utbyta tankar och erfarenheter. Genom det gränsöverskridande samarbetet kommer LAG-grupperna från Danmark och Sverige också att utveckla regionala handlingsplaner för landsbygden för programperioden 2007–2013.

Lokala aktörer, inklusive lokala förvaltningar, företag och turismorganisationer, deltar aktivt i genomförandet av den lokala strategin. Projektet stärker den lokala utvecklingen genom att identifiera nya utmaningar och möjligheter och förbättra lokala arbetsverktyg och processer, med aktivt deltagande av lokalbefolkning och intressegrupper. Direktkontakt har utvecklats mellan de berörda aktörerna i de båda partner-LAG-grupperna, vilket ytterligare stärker projektets genomförandeprocess och resultat.

■ 2. Huvudsaklig verksamhet

Projektet genomfördes i tre faser:

- Under den första fasen utarbetades projektets viktigaste delar och genomförandestruktur. De samsamarbetsaktiviteter och modeller som var bäst lämpade valdes ut (från en mängd förslag) för att skapa en gemensam referensram för partnererna.
- Under projektets andra fas utvecklades handlingsplaner för lokala förvaltningar. Vid de olika mötena och diskussionerna identifierade de danska och svenska lokala myndigheterna de viktigaste delarna i samsamarbetet, fördelning av resurser, prioriteringar och insatsområden. Resultatet av det gränsöverskridande erfarenhetsutbytet blev att en modell utvecklades för att identifiera lokala problem och möjliga lösningar.
- Under den tredje fasen genomfördes handlingsplanerna och rapporter utarbetades. Handlingsplanernas resultat har sedan granskats och diskuterats, vilket har inspirerat de lokala aktörerna och gett upphov till nya utvecklingsidéer.

Man anordnade också tre gränsöverskridande projektmöten:

- Under det första mötet redovisade man forskningsresultat, diskuterade viktiga problem och utmaningar i de båda Leader+-områdena och identifierade sätt att påverka de lokala förvaltningarna och andra viktiga lokala aktörer.
- Vid det andra mötet diskuterade man hur de lokala förvaltningarna ska kunna möta utmaningar, vilka de viktigaste insatsområdena och aktiviteterna är och hur man kan organisera aktiviteterna.
- Under det tredje mötet presenterades de lokala handlingsplaner som utvecklats av de lokala förvaltningarna.

■ 3. Konkreta resultat

Projektet har resulterat i att nya strategier och verktyg har utvecklats som har bidragit till en integrerad lokal



utveckling i landsbygdsområden. Bland annat har man utarbetat strategier för företagsutveckling och relaterade politiska frågor på lokal förvaltningsnivå. Strategierna genomfördes genom handlingsplaner som omfattade aktiviteter och initiativ i mindre landsbygdsdistrikt. Samtidigt uppmuntrade projektet till ett aktivt deltagande och samarbete mellan lokala förvaltningar och andra lokala aktörer från en rad olika sektorer. Projektet påverkade också medfinansieringsnivån positivt för de lokala utvecklingsprojekten. Lokala organisationer och företag deltar nu mycket mer aktivt i utformningen av den lokala utvecklingen och de tillhandahåller mer finansiella och mänskliga resurser till lokala projekt.

■ 4. Problem/erfarenheter

Genom projektet tar man upp viktiga problem i närområdet, t.ex. avfolkning och nedläggning av lokala företag. Projektet kunde bidra till den lokala utvecklingen genom strategisk lokal planering. Projektet har framgångsrikt löst problemet med att mobilisera lokala resurser för att genomföra lokala projekt.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet?

Projektet har i stor utsträckning bidragit till en strategisk och integrerad lokal planering och till att lokala aktörer har genomfört samordnade aktiviteter som inte skulle ha varit möjliga utan finansiering från Leader+. Projektet har också inneburit att konkreta lokala åtgärder har vidtagits (t.ex. mikroprojektet "Möjligheter med lövträ").

Ett av Leader+-programmets viktigaste bidrag är att det har skapat en stark nätverks- och samarbetsstruktur och sett till att det sker ett utbyte av erfarenheter mellan lokala

förvaltningar och viktiga aktörer från en mängd olika lokala sektorer.

■ 6. Varaktighet

Projektet pågick under två och ett halvt år. Det inleddes den 24 juni 2003 och avslutades den 17 november 2005.

■ 7. Budget

Den totala kostnaden för projektet är 56 000 euro, varav 28 000 euro kommer från EUGFJ och 28 000 euro från offentliga nationella medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

☎ Den lokala aktionsgruppens namn:
Limfjordsgruppen

☎ Kontaktperson: Knud Larsen

☎ Adress: Viborg Amt, Skottenborg 26,
DK-8800 Viborg

☎ Tfn (45) 87 27 17 00

☎ Fax (45) 86 62 68 62

☎ E-post: crbmj@vibamt.dk

☎ Internet: www.leader.viborgamt.dk

Bilder från LAG Limfjordsgruppen.





FINLAND

Pro Oulujärvi – för Ule träsk

Projektbakgrund

Leader+-gruppen Oulujärvi har varit verksam inom landsbygdsutvecklingssektorn i Finland sedan 1996. LAG-gruppen bedriver sin verksamhet i en idyllisk, avlägsen region med Finlands fjärde största sjö, Ule träsk. De fyra årstiderna medför stora variationer, från varma somrar med upp till 25 grader varmt, till minus 30 grader under vintern.

LAG-gruppen genomför gemenskapsinitiativet Leader+ i Oulujärviområdet i Kajanaland. LAG-gruppens viktigaste uppgift är att tillföra ett mervärde till de lokala resurserna och att genom kollektiva aktiviteter underlätta tillgången till marknader för små produktionsenheter. En av de viktigaste prioriteringarna för LAG-gruppen är att utveckla och främja lokal turism. LAG-gruppen har också som målsättning att samarbeta med och kompetensutveckla entreprenörer inom ramen för programmet.

Varför är projektet ett exempel på goda metoder?

Oulujärvi har framgångsrikt förnyat varumärket för regionen och har använt sig av en **områdesbaserad** metod. Genom att skapa ett gemensamt varumärke och en gemensam marknadsföringsstrategi för regionen, och genom att locka lokala företagare att informera sig om varandras produkter, har hela konceptet Ule träsk fått nytt liv.

Företagarna har deltagit i planerings- och beslutsprocessen redan från början. Lokala turistföretag inledde projektet tillsammans med LAG-gruppen, vilket tydligt visar att projektet är **lokalt förankrat**. Alla turistföretag i regionen (ett 30-tal) deltog i projektet, deras behov av samarbete och utveckling undersöktes och planeringen utformades efter de lokala företagens behov.

Områdesfakta

Befolkning: 97 000 invånare

Yta: 7 700 km²

Antal kommuner: 5

Att främja lokal turism är en av tre prioriterade uppgifter för LAG-gruppens utvecklingsprogram. **Partnerskapsmetoden** har varit en av de viktigaste framgångarna för projektet, som fick alla lokala turistföretag att arbeta tillsammans för att utveckla gemensamma aktiviteter för regionen – ett samarbete som inte fanns innan projektet genomfördes. Detta är också nära kopplat till den **integrerade metoden**, eftersom företagarna gemensamt har utvecklat visuella varumärken och marknadsföringsaktiviteter för att effektivt marknadsföra regionen i större nationell skala.





Projektet har visat tydliga tecken på att det är **överförbart** och redan under projektets gång utvecklades 11 spin-off-projekt. Erfarenheterna från projektet kan lätt användas i områden med liknande egenskaper, dvs. där småföretagare vill sluta sig samman för att skapa övergripande gemensamma ekonomiska fördelar.

De **hållbara** aspekterna syntes redan innan projektet avslutades. Paltamo kommun startade ett Leader-projekt i november 2005 för att vidareutveckla turismnätverken. Nätverksorganisationerna ("Giants of Lake Oulu", jättarna kring Ule träsk) fortsätter att samarbeta inom regionen och avsikten är att organisationerna ska ta allt större ansvar för kommande marknadsföringsaktiviteter.

Projektbeskrivning

■ 1. Kort projekthistorik

Ule träsk är Finlands fjärde största sjö och turismen i regionen har ännu inte uppnått sin fulla potential. Syftet med projektet var att förbättra samarbetet och nätverksarbetet inom små turismrelaterade företag i fyra kommuner (Kajana, Paltamo, Vaala och Vuolijoki), som alla ligger runt Oulujärvi.

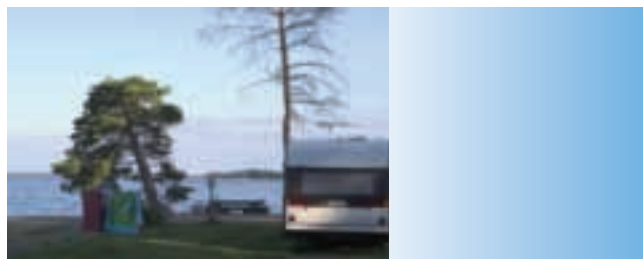
Under november–december 2003 involverades universiteten i Kajana och i Uleåborg i projektet med en preliminär undersökning "Uusia Mahdollisuuksia" (nya möjligheter), som syftade till att undersöka behoven hos de lokala turistföretagen för att öka deras möjligheter till samarbete och nätverksarbete. Som ett resultat av undersökningen skapades utvecklingsprojektet Pro Oulujärvi ("för Ule träsk") för att möta behoven hos de lokala turistföretagen. Målet för projektet var att lägga grunden för att kunna öka omsättningen för turistföretagen kring Ule träsk genom utbildning och samarbete.

Projektet omfattade ett antal åtgärder, bl.a. design och utbildning i fråga om varumärket "Oulujärvi", utveckling av marknadsföringen av Ule träskregionen och utveckling av samarbete, kompetens och verksamhetsförutsättningar.

■ 2. Huvudsaklig verksamhet

För att göra Ule träskregionen mer attraktiv för turister och för att öka medvetenheten om regionen skapade företagen ett gemensamt varumärke för Ule träskområdet, som skulle användas i deras marknadsföringsaktiviteter. Genom detta övergripande varumärke blev det lättare att öka medvetenheten om regionen.

Under projektets gång upprättades kontakter med internationella turistbyråer. Artiklar om Ule träsk, där



området lyftes fram som värt att besöka och njuta av, publicerades på nationell och lokal nivå i dagstidningar och marknadsföringsmagasin. Alla företag ville höja sin affärskompetens, och man anordnade utbildning i turism och marknadsföring efter företagarnas behov.

För att förbättra resmöjligheterna och utveckla de lokala affärsresorna i området anordnade projektet gemensamma möten och utbildningsmöjligheter för reseföretagen, man inledde projekt med utgångspunkt i företagarnas idéer (t.ex. lokala områdesguider, affärsspecifika investeringsprojekt), bildade samarbetsgrupper och skapade en gemensam webbplats för Ule träsk – www.oulujarvi.fi.

■ 3. Konkreta resultat

Projektet har gett flera resultat. Några exempel:

- En gemensam organisation för turistföretag ("Giants of Lake Oulu, jättarna kring Ule träsk") har utvecklats. Organisationen ska underlätta gemensamma aktiviteter efter det att projektet har slutförts.
- Elva spin-offprojekt skapades under projektets gång efter företagarnas behov (t.ex. handledningar, informationsställen).
- Turistregionen Ule träsk blev mer välkänd på de stora marknadsföringsarenorna.
- Antalet övernattningar och andelen turistföretag i regionen ökade med 10 procent från 2004 till 2005.
- Över 120 yrkesverksamma inom turistnäringen kring Ule träsk samt företrädare för turistbyråer besökte området under projektets gång.
- Tio turistartiklar om Ule träsk publicerades i nationella nyhetsbrev och magasin.





- En webbplats och ett webbaserat bokningssystem lanserades 2006.

Ytterligare ett Leader+-projekt som kallas "Pro Kajanalands hav" genomfördes i Paltamoregionen och det bygger på "Pro Oulujärvi". Syftet med projektet är att stärka möjligheterna till gemensam marknadsföring i Ule träsk-regionen och att stödja utvecklingen i företag som har begränsade resurser och erfarenheter.

■ 4. Problem/erfarenheter

Inom projektet har man lärt sig hur viktigt det är att företagarna engageras redan från första början, vilket ger dem en känsla av att de äger projektet.

Eftersom projektet är lokalt förankrat finns det många olika behov och krav från företagarna. Det krävdes mer resurser för att företagarna verkligen skulle gynnas, i stället för att endast delta som projektledare.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet?

Tanken på att inrikta sig på gemensamma företag väcktes från början av den lokala aktionsgruppen. Projektet har verkligen satt värde på att företagarna deltagit från början, något som gjorde det möjligt att ta upp deras specifika behov och som ökade deras vilja att bidra.

Den preliminära undersökningen som universiteten gjorde ("Nya möjligheter") var särskilt användbar, eftersom den gav en tydlig bild av företagarnas behov och ambitioner. Idén om att ingå ett partnerskap med ett universitet togs upp av företagarna själva, något som ledde till goda arbetsrelationer.

Ett av projektets viktigaste resultat var att man lyckades få alla turismföretag att delta i arbetet och fungera i nätverk tillsammans, i stället för att vara isolerade och arbeta var och en för sig. Projektet har inneburit en stor förbättring av den lokala turismen, vilket var en av LAG-gruppens viktigaste strategier, och framtiden verkar ljus för turismen inom området och för ett fortsatt samarbete mellan de lokala företagen.

■ 6. Varaktighet

Projektet inleddes i april 2004 och avslutades i september 2005.

■ 7. Budget

Projektets totala budget uppgår till 110 667 euro, varav 38 733 kommer från EUGFJ, 38 734 euro kommer från offentliga nationella medel och 33 200 från privata medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

☎ Den lokala aktionsgruppens namn:
Oulujärvi Leader ry

☎ Kontaktperson: Pirjo Oikarinen

☎ Adress: Kalliokatu 4, FI-87100 Kajana

☎ Tfn (358-8) 616 32 15

☎ Fax (358-8) 616 32 16

☎ E-post: pirjo.oikarinen@oulujarvileader.com

☎ Internet: www.oulujarvileader.com

Den lokala aktörens kontaktuppgifter

☎ Organisationens namn: Uleåborgs universitet – Universitetscentret i Kajana

☎ Kontaktperson: Kimmo Niskanen

☎ Adress: Seminaarinkatu 2, FI-87200 Kajana

☎ Tfn (358-447) 50 07 22

☎ Fax 8358-8) 632 48 81

☎ E-post: kimmo.niskanen@oulujarvi.fi

☎ Internet: www.oulujarvi.fi

Bilder från LAG Oulujärvi Leader Ry.

Tävling i företagsetablering

Projektbakgrund

Naturparken i Brenneregionen ligger i ett område som har två viktiga geografiska inslag: Grand Brenne, som är ett förstklassigt kontinentalt våtmarksområde bestående av en mängd olika sjöar (över 1 200 totalt) och Creusedalen i söder, som är mycket mer böljande och som präglas av djupa skogar.

Jordbruket är den viktigaste ekonomiska sektorn i regionen och består främst av får- och getuppfödning (Brennelamm och Pouligny Saint Pierre – från början registrerat som namn på en getost) och av fiskodling i sjöarna.

Huvudsyftet med LAG-gruppens strategi är att involvera ungdomarna i regionen. Framför allt vill LAG-gruppen att yngre personer och arbetstagare ska slå sig ned och bo i området.

Varför är projektet ett exempel på goda metoder?

Den **områdesbaserade metoden** används med framgång, eftersom projektet tar upp avgörande frågor och problem i en glesbefolkad region med en åldrande befolkning och även försöker förhindra att ungdomar flyttar från regionen. Projektet arbetar för att åstadkomma företagsetablering genom att involvera ungdomar, vilket har visat sig vara en perfekt lösning på dessa problem.

Partnerskapet för projektet utformades kring gemensamma metoder och backades upp/drevs av parkens sammanslutning för regionalutveckling. Projektet har gjort det möjligt att stärka ett befintligt partnerskap genom stöd och rådgivning till projektets upphovsmän. Ett stort antal organisationer har varit involverade i tävlingarna, särskilt i bedömningskedet.

Områdesfakta

 **Befolkning: 31 075 invånare**

 **Yta: 1 660 km²**

 **Befolkningstäthet: 19 invånare/km²**

 **Antal kommuner: 47**



Projektet har varit **innovativt** ur de flesta aspekter. Hela tävlingen har gett upphov till nya idéer om hur man kan skapa affärsmöjligheter i området och projektet har också haft en utbildningsdimension genom att ungdomar har informerats och utbildats i metoder för att utforma ekonomiska projekt.

Det går att **överföra** detta projekt och dess arbetsmetod för partnerskap till alla organiserade områden som arbetar enligt en ekonomisk utvecklingsstrategi. Med hjälp av särskilda verktyg har projektet sammanfört många skilda delar (tävling, finansiella stödinstrument och rådgivning) från parterna.

Projektet har mycket **hållbara** egenskaper. Det drivs med en entreprenörsanda som påverkar dynamiken i företagsetableringen i området och har därför skapat långsiktiga sysselsättningsmöjligheter för ungdomar.

Projektbeskrivning

1. Kort projekthistorik

I naturparken i Brenne-regionen utgörs företagen så gott som uteslutande av små och medelstora hantverksföretag och/eller handelsföretag. Företagsledningarnas genomsnittsalder avspeglar den åldrande befolkningen i området, få företag har lyckats hitta nya ägare och många butiker har svårt att hitta personal.

Brenne naturpark (PNR) insåg problemet och ville sända ut en signal om att det fanns utrymme för företagsetablering i PNR-distriktet, särskilt för unga arbetstagare. Detta ledde till att Leader+-projektet skapade en "tävling i företagsetablering och företagsövertagande".

LAG-gruppen lärde sig av och inhämtade teknisk information från tidigare projekt (tävlingar, undersökningar där ungdomar deltagit osv.). Leader+-projektet har i olika skeden utformats med utgångspunkt i dessa erfarenheter:

- Under 2001 utvecklades idén, då ansökningshandlingarna till Leader+-programmet fylldes i.
- Under 2001–2003 utarbetades projektets huvudsakliga utformning (finansiella metoder, tekniska partner, tävlingsförslag).
- Under 2003 sökte man aktivt efter finansiella partner och projektet inleddes.
- Under 2004 hölls tävlingen och priser delades ut till vinnarna.

2. Huvudsaklig verksamhet

Tävlingen riktades till två grupper: unga människor under 36 år (som uppmanades att genomföra projekt i den regionala parken), och studenter (som uppmanades

utveckla kreativa affärsidéer). Den första gruppen unga människor ombads driva ett projekt genom att etablera eller vidareutveckla ett företag inom den regionala parkens territorium, medan de yngre studenterna varje vecka fick i uppdrag att utveckla sina affärsidéer genom att definiera affärsverksamheten och göra genomförbarhetsstudier.

Ungdomarnas och skolbarnens projekt presenterades sedan för en urvalskommitté. Bland urvalskriterierna kan nämnas krav på att kandidaternas profil skulle stämma överens med projektet, idéerna skulle vara originella och innovativa, bidra till den lokala dynamiken och respektera miljön. Olika priser delades ut i båda kategorierna.

3. Konkreta resultat

Några av projektets viktigaste resultat:

- 30 kandidater i första delen.
- 20 elever från högstadie- och gymnasieskolan i andra delen.
- 21 företag övertogs eller etablerades.
- 38 arbetstillfällen skapades eller bevarades.

Det projekt som vann tävlingen totalt gällde ett mycket väl utvecklat, originellt och väl utformat förslag om att etablera ett företag som skulle forma och tillverka möbler av återvunnen kartong. I det här projektet ingick alla delar som krävs för ett bra projekt: en studie av materialmotstånd, teknisk genomförbarhet osv., vilket var anledningen till att det vann första pris.

4. Problem/erfarenheter

Projektet drabbades av några problem, t.ex. i slutförandet av finansieringsplanen för projektet, vilket ledde till förseningar i starten. Det krävdes stora insatser från projektets initiativtagare för att motivera och engagera företag i PNR-regionen Brenne.

Det krävdes att projektet presenterades flera gånger för de lokala företagen innan de gick med på att delta.

5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet?

Leader-mervärdet för detta projekt har bestått i att ett befintligt system har anpassats till en ny särskild målgrupp: ungdomar. Partnerskapet mellan naturparken i Brenne och ADEP (föreningen för ekonomisk utveckling av parken) har i stor utsträckning bidragit till den ekonomiska utvecklingen i området. De gemensamma erfarenheterna



inom ramen för federationen av regionala naturparker bidrog också till projektets framgång. Framför allt var den sakkunskap som naturparken Livradois-Forez bidrog med ovärderlig för projektet.

■ 6. Varaktighet

Projektet löpte från september 2003 till juli 2004.

■ 7. Budget

Projektets sammanlagda budget ligger på 92 181 euro, varav 46 090 euro kommer från EUGFJ, 29 533 euro från offentliga nationella medel och 16 558 euro från privata medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

🐾 **Den lokala aktionsgruppens namn:** Parc Natural Régional de la Brenne

🐾 **Kontaktperson:** Jean-Baptiste Massé

🐾 **Adress:** Maison du Parc Hameau Du Bouchet, F-36300 Rosnay

🐾 **Tfn** (33) 254 28 12 12

🐾 **Fax** (33) 254 37 56 96

🐾 **E-post:** jb.masse@parc-naturel-brenne.fr

🐾 **Internet:** www.parc-naturel-brenne.fr

Bilder från LAG Parc Natural Régional de la Brenne.



FRANKRIKE

Färgerna i norr

Projektbakgrund

LAG-gruppen Nord Martinique finns på ön Martinique som ligger mellan Atlanten och Karibiska havet. Öns ekonomi bygger på traditionell jordbruksproduktion med fiske, frukt (t.ex. bananer och ananas) och grönsaker som frodas i det tropiska klimatet.

Lokalbefolkningen är mycket stolt över öns skönhet, charm och historiska platser som lockar besökare från hela världen. År 1902 fick vulkanen Montagne Pelée ett utbrott och förstörde den en gång så välmående huvudstaden Saint Pierre tillsammans med flera andra städer och byar och dödade många invånare. Sedan dess har ön varit starkt beroende av turismen, även om det fortfarande krävs ytterligare omstruktureringar.

Norra Martinique har en svag ekonomisk struktur och ekonomin bygger på monokultur. Utvecklingen i norra Martinique släpar efter jämfört med resten av Martinique och det finns en obalans mellan kustområdena mot Atlanten och kustområdena mot Karibiska havet. Öns begränsade transportförbindelser begränsar invånarnas rörlighet och gör det svårt att transportera varor. Det sociala systemet på ön är också underutvecklat och har vållat problem.

Leader+-strategin är att förstärka turismen genom att lägga tonvikten vid strukturerade paket och erbjudanden till besökare. Andra målsättningar är att förbättra livskvaliteten på ön och återinföra affärsverksamhet i staden för att ge nytt liv åt konsthantverket. LAG-gruppen hoppas locka nya invånare till området.

Områdesfakta

 **Befolkning: 108 470 invånare**

 **Yta: 548 km²**

 **Befolkningstäthet: 198 invånare/km²**

 **Antal kommuner: 18**



Martinique



Varför är projektet ett exempel på goda metoder?

Projektet följer Leader-metoden på flera sätt:

Den **områdesbaserade metoden** utgör ett mycket starkt inslag i projektet. Ungdomar uppmuntras att förstå och delta i utvecklingen av sitt Leaderområde oavsett om det handlar om miljö, historia, kultur eller ekonomi. Området är ovanligt väl definierat eftersom det omfattar öns norra halva, som är starkt präglad av sin vulkan, sin historia och sitt jordbruk.

Metoden har en stark **lokal förankring** eftersom lokala aktörer och skolbarn utgör kärngruppen i beslutsprocessen och har en aktiv roll i hela projektet.

Projektet följer **partnerskapsmetoden** eftersom LAG-gruppen Nord Martinique har fått stöd av olika organisationer, bl.a. kommunförbundet i norra Martinique, Martiniques handels- och industrikammare, turistkontoret för norra Martinique och den privata aktören APART SARL som arbetar för att utveckla ekonomi- och turistnätverk i landsbygdsområden.

Projektets partner har varit involverade på olika nivåer: De har deltagit i utveckling av filmscenarier (stadshus, affärer, familjer, samhällsgrupper), finansiering, sändning och spridning av projektets resultat. Dessutom har lärarnas engagemang och deltagande i projektet haft stor betydelse.

Det **innovativa** i projektet är att elever från olika områden har deltagit. Det sätt som barn från olika kommuner samlades på för att skapa en gemensam metod och stärka deras vision förstärker den innovativa aspekten av projektet.

Projektet följer den integrerade metoden genom att en rad olika aktörer och samhällen över hela norra Martinique tillsammans planerar och använder sina lokala resurser, samtidigt som de erkänner problemen med utvecklingen i området. Tanken är att detta kollektiva arbete och filmskapande ska locka fler turister till området.

Nätverksarbete är en nyckeldel i projektet. Elever involverades i att mobilisera olika aktörer inom området, föräldrar har intresserat sig för projektarbetet och sin region. Barnen har lärt sig av det gemensamma utbytet och har skapat ett dynamiskt nätverk i samhället där de vill förmedla en bild av området.

Projektet är **överförbart** och det skulle gå att utöka metoden till aktiviteter utanför skolan för att få stöd från andra slags partner. Det här projektet har varit beroende

av motivationen och viljan hos de lokala aktörerna och deras engagemang i projektet. Det krävs den här typen av partnerskap mellan olika socioekonomiska och kulturella grupper för att nå framgång.

Projektet har förutsättningar för att bli **hållbart** eftersom tanken är att dessa kortfilmer ska kunna användas i marknadsföringen för norra Martinique under flera år. Andra varaktiga resultat kan visa sig i de lokala samhällena (barn, föräldrar osv.) eftersom de verkligen känner sig delaktiga i sitt område.

Projektbeskrivning

■ 1. Kort projekthistorik

"Färgerna i norr" utvecklades som ett led i ett utbildningsprojekt som riktade sig till skolbarn i de 11 kommunerna i norra Martinique. Projektet handlade om att stärka utbildningsidentiteten eftersom man insåg att barnen hade svårt att relatera till de traditionella utbildningsverktygen och till området de bodde i. Filmare utbildade lärarna i att använda bilder och videofilmer och att utveckla sin förmåga att skriva manus och historier.

Projektgruppen ville bidra till området och involvera skolbarnen i en lärandeprocess där de använde sin närmiljö. Detta gjorde man genom en rad olika sektorer: geografiska, historiska, kulturella och ekonomiska. Barnen fick lära sig om olika ämnen, som turismen inom området, miljön, hur kommuner fungerar samt regionernas historia och arv. Syftet var att uppmuntra och tillåta barnen att beskriva sitt område och att förstå sitt samhälle i förhållande till historien, nutiden och framtiden. Det övergripande målet var att locka fler turister att besöka norra Martinique genom att hämta inspiration från de yngre generationernas vision av sin region.

Projektledningsgruppen hade erfarenhet av att driva projekt efter ett evenemang år 2002 för att uppmärksamma hundraårsdagen av Montagne Pelées utbrott. Under detta evenemang skapades resurser som kortfilmer för att lyfta fram områdets värden för deltagarna och öka medvetenheten bland samhällena och förbereda dem inför kommande aktiviteter.

Det uppstod problem när man skulle kombinera de gamla projektidéerna med den dynamiska Leader+-metoden, eftersom utbildningsgruppen inte hade tagit några initiativ för att främja turismen eller ekonomin i området. Leader+-personalen genomförde en stor mängd utbildningsaktiviteter för att se till att projektet skulle lyckas.



■ 2. Huvudsaklig verksamhet

Verksamheten inom projektet omfattade två faser.

Först bad man barnen att beskriva sin egen lokala eller regionala miljö utifrån historiska, arkitektoniska, ekonomiska eller miljömässiga aspekter. Sedan fick barnen skriva scenarier som följdes upp av idéklämningsmöten i klasserna för att skapa en övergripande bild av deras kommun. Därefter gjorde barnen en sammanfattning som överlämnades till filmproffsen.

Filmproffsen analyserade elevernas manuskript och förklarade hur de skulle göra filmen, tagning för tagning. Barnen fortsatte att delta aktivt i filmskapandet genom att göra ytterligare research, intervjua lokalbefolkning osv. Arbetet resulterade i elva kortfilmer på 1–3 minuter.

Under den andra fasen omarbetades sju av kortfilmerna med hjälp av professionella filmmakare och med pedagogiskt bistånd av lärarna. Filmerna visades för en bred publik i ett program för ungdomar och det finns också planer på att visa filmerna på passagerarflyg till Martinique. En webbplats för att visa upp hela projektet är under uppförande.

■ 3. Konkreta resultat

De pedagogiska inslagen i projektet har varit till stor fördel för barnen. De har fått tillgång till ny teknik genom att de har fått lära sig att använda filmutrustning och datorer och att förstå hela konceptet med att utforma och färdigställa en film. Det var nödvändigt att barnen skulle förstå och vänja sig vid att använda den här högteknologiska utrustningen för att de skulle kunna gå vidare med sin utbildning. Att filmerna sänds via projektets webbplats är en särskilt innovativ del i projektet. Lärarna har lagt märke till förbättringar inte bara i hur eleverna uppfattar sig själva och i deras förhållande till skolan, utan också i deras utbildning.

Genom att låta projektet utmynna i dessa filmer har det blivit möjligt att göra en utbildningsaktivitet till något roligt, filmerna har gjort utbildningen meningsfull och har gett ett konkret resultat att visa upp för framtiden.

Dessutom har regionen marknadsförts tack vare att filmerna har visats med framgång i olika TV-kanaler. Den franska kanalen RFO-télé såg hur originellt projektet var och sände filmerna lokalt genom sitt satellitnät i Antillerna-Guyana. Filmerna har visats på flera kanaler under skolloven och kommuninvånare (däribland ekonomiska, sociala och politiska aktörer) samlades för att erbjuda resurser för att överföra den kulturella och historiska kunskap som behövdes.

Andra utbildningsinstitut i Martinique har kontaktat projektledningen för att få del av deras erfarenheter av projektet i syfte att starta liknande projekt i sina egna regioner.

■ 4. Problem/erfarenheter

Det uppstod inga allvarliga problem under projektets gång. De lokala aktörernas/kommunernas och barnens sätt att arbeta tillsammans i beslutsfattandet var en lyckad del av projektet och ledde också till en större sammanhållning mellan de olika generationerna och de lokala samhällena. Alla tillfrågade aktörer gav sitt fulla stöd till projektet, vilket var outhärligt för att projektet skulle lyckas. Detta samarbete och stöd underlättade spridningen av kunskap och ökade lokalbefolkningens stolthet över sitt område.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet?

Projektet har framgångsrikt bidragit till ett uppsving i marknadsföringen av området. Det som Leader-metoden har tillfört är den tekniska sakkunskapen hos projektets samordningsgrupp, som lyckades mobilisera de lokala aktörerna för att genomföra detta gemenskapsprojekt. Projektet har bidragit till att skapa marknadsföringsstrukturer, och detta började på gräsrotsnivå genom att lokalbefolkningen och barnen i området engagerades.

Leader+ är det första riktiga verktyget för ekonomisk utveckling som har introducerats i området. Det är uppenbart att det har gynnat regionen i stor skala och förhoppningen är att publiciteten i samband med filmerna kommer att leda till stöd och hållbarhet i framtiden.



■ 6. Varaktighet

Projektet inleddes i juni 2004 och pågick i 21 månader för att avslutas i mars 2006.

■ 7. Budget

Projektets sammanlagda budget ligger på 56 944 euro, varav 31 434 euro från EUGFJ, 17 580 euro från offentliga nationella medel och 7 930 euro från privata medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

- ☎ Den lokala aktionsgruppens namn: Nord Martinique
- ☎ Kontaktpersoner: Dominique Destin, Beatrice Belcou och Eddy Macarie
- ☎ Adress: 39 Lot de la Marie, F-97225 Le Marigot, Martinique
- ☎ Tfn (596) 596 53 50 23
- ☎ Fax (596) 596 53 60 12
- ☎ E-post: leaderplus.bb@wanadoo.fr, ccnm.leaderplus@wanadoo.fr

Den lokala aktörens kontaktuppgifter

- ☎ Organisationens namn: Le Centre de Ressources du Morne Rouge och Gal Nord Martinique
- ☎ Kontaktperson: Eddy Macarie
- ☎ Adress: Lotissement La Marie, F-97225 Le Marigot, Martinique
- ☎ Tfn (596) 596 53 27 01
- ☎ Fax (596) 596 53 27 10
- ☎ E-post: ccnm.leaderplus@wanadoo.fr
- ☎ Internet: www.couleursdunord.com

Bilder från LAG Nord Martinique.



TYSKLAND

Överföring av know-how om nya medier

Projektbakgrund

LAG-gruppen ligger i det föralpina området (Voralpenland) och har en rik mångfald av kultur- och naturresurser. Området har en stark hantverkssektor, mycket lite industri och en svag servicessektor. Det saknas arbetstillfällen för ungdomar och äldre.

LAG-gruppens utvecklingsstrategi är att stärka regionen genom att utnyttja de lokala resurserna bättre och erbjuda bättre möjligheter för befolkningen. Huvudfokus i det territoriella och transnationella samarbetsprojektet ligger på att förbättra lokalbefolkningens kompetens och främja teknikanvändning.

Varför är projektet ett exempel på goda metoder?

Nätverksarbete och samarbete har varit ett viktigt led i projektet. Elva kommuner tog initiativ till att skapa en gemensam informationswebbplats. Projektet stärkte sammanhållningen inom den tidigare ganska splittrade lokala turismsektorn och i det offentliga administrativa serviceutbudet. Barn samarbetade både mellanregionalt och internationellt. Barnen har blivit mer medvetna om de elva kommunernas styrkor och svagheter.

Projektet är **områdesbaserat**. Syftet är att lösa ett lokalt problem (avsaknad av gemensam webbplats och marknadsföring av området) med hjälp av modern informationsteknik (program med öppen källkod). Möjligheten att få använda modern IT var särskilt lockande för skolbarnen. Projektet förbättrade lokalbefolkningens kompetens och know-how och höjde livskvaliteten i regionen genom att de vuxna fick lära sig att använda och administrera innehållet på den gemensamma webbplatsen (invånarna utbildades i att redigera innehållet på den gemensamma webbplatsen, skolbarnen fick lära

Områdesfakta

Befolkning: 19 400 invånare

Yta: 250 km²

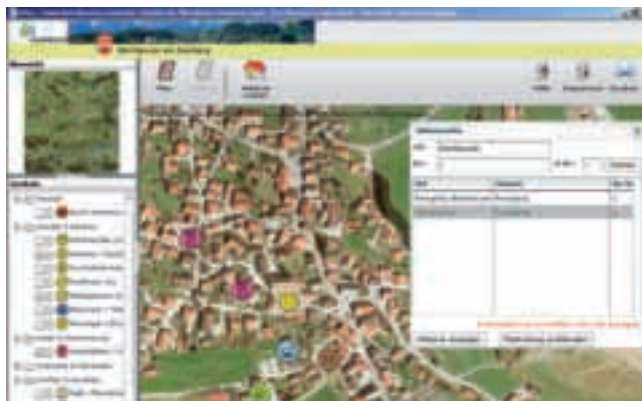
Befolkningstäthet: 77 invånare/km²

Antal kommuner: 11



sig att redigera innehållet på "skolnätet" och kvinnor fick utbildning i att använda Internet som informationskälla).

Projektet arbetar också enligt **partnerskapsmetoden**. LAG-gruppen gav stöd till genomförandet av projektet och samordnade samarbetet med de offentliga myndigheterna. LAG-gruppen arbetade aktivt för att föra



ut projektets mål och resultat till de regionala medierna. Lärare som deltog i projektet blev uppmärksammade offentligt och belönades.

Projektet följer också den **integrerade metoden** genom att koppla samman olika ekonomiska och sociala sektorer i regionen som tidigare inte hade någon koppling till varandra, t.ex.

- utbildning vid kommunala skolor,
- leverantörer av Internetjänster,
- nya medietillämpningar (programvara med öppen källkod),
- kommunens marknadsföring,
- lokala naturresurser/historiska resurser.

Projektbeskrivning

■ 1. Kort projekthistorik

Syftet med projektet är att upprätta en gemensam webbplats med ett enhetligt system för att administrera innehåll och en gemensam marknadsföringsmetod i de elva kommunerna i Auerbergland. Före projektet hade varje kommun i Auerbergland sin egen metod för att informera om sig själva på Internet. Om de över huvud taget hade en webbplats hade de olika inriktningar och erbjöd olika tjänster till olika målgrupper. De elva kommunerna i södra delen tillhandahöll främst turistinformation, kommunerna i de centrala delarna gav information till både turister och invånare, medan kommunerna i den norra delen inte hade någon webbplats alls. Ett externt konsultföretag har anlåtats för att ge tekniskt stöd till webbplatsen och lokalsamhället har tillhandahållit information för att utveckla innehållet. Man har använt programvara med öppen källkod

för att skapa en gemensam Internetplattform där de olika samhällena presenteras på ett enhetligt sätt.

Syftet med projektet var också att främja ungdomarna i regionen och därför har ett transnationellt skolprojekt inletts. Sedan 2003 har det förekommit informella kontakter mellan den tyska LAG-gruppen Auerbergland och den schweiziska Regio+-gruppen "Persönlichkeit Werdenberg". De båda regionerna hade likartade utvecklingsmål, exempelvis bättre livskvalitet och stöd till utveckling av natur och kultur. Under det första mötet i Schweiz fördes intensiva diskussioner om hur man kunde involvera skolbarnen i landsbygdsutvecklingen och detta var den första milstolpen i projektet. Styrkor och svagheter i de båda regionerna beskrevs och tanken på att låta barnen delta i horisontella frågor i samband med regional utveckling (däribland kulturell, historisk och socioekonomisk utveckling) har undersökts.

■ 2. Huvudsaklig verksamhet

Projektets huvudverksamhet omfattar

- att upprätta en gemensam databas för Auerbergland med hjälp av programvara med öppen källkod,
- att upprätta en gemensam databas vid namn "School-net Auerbergland",
- att låta barnen delta i arbetet med "School-net Auerbergland",
- IT-utbildning.

■ 3. Konkreta resultat

Några exempel på projektets resultat:

- En gemensam Internetplattform (baserad på programvara med öppen källkod) som installerats av



elva kommuner och som ger administrativ information till invånarna och turistinformation till besökare (en eller två administratörer ansvarar för att uppdatera de lokala sidorna och ytterligare omkring 150 personer lämnar bidrag till olika delar av webbplatsen).

- Elva skolor som är sammankopplade i cyberrymden under en medielärares överinseende. Varje skola har presenterat sig för de andra via den gemensamma webbplatsen.
- Samarbetet mellan den schweiziska Regio+-gruppen och LAG-gruppen har lett till att ett Internetbaserat skolnät har inrättats (modul 1) och ett besöksutbyte av skolelever (Schüleraustausch, modul 2). I modul 3 förväntas verksamheten i modul 1 och 2 utvidgas utöver de båda samarbetsparternas gränser.
- Utbildning i användningen av programvaran med öppen källkod för skolbarn i åldrarna 6–11, samt för frivilliga redaktörer och andra intressenter.
- Utbildning i IKT-användning (bl.a. IT-baserad marknadsföring, IT-baserad försäljning/distribution av varor) för en rad olika målgrupper, exempelvis kvinnor i små och medelstora företag.

Några exempel på projektets resultat:

- En gemensam databas över Auerbergland där all information från de elva enskilda webbplatserna samlas.
- Skolbarn (framför allt med samsociala förutsättningar) får möjlighet att tidigt prova på internationellt samarbete såväl via Internet som genom att resa till ett annat land. Detta ger barnen bättre självkänsla och stärker den regionala identiteten.
- Ett nytt nätverk mellan invånare och etablerade utbildningsinstitutioner har skapats.

■ 4. Problem/erfarenheter

Att sammankoppla och säkerställa de båda parternas identiteter

- genom att motivera lärare att använda ny teknik,

- genom att integrera projektet i skolans läroplan (både i fråga om pedagogik och innehåll).

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet?

Det viktigaste mervärde som Leader+ har tillfört är den gemensamma strategi som skapats. I detta projekt utvecklade elva kommuner en strategi för att använda modern IT-programvara för att lösa problem med tillgång till information och ny informationsteknik.

■ 6. Varaktighet

Projektet löpte under ungefär ett år och tio månader. Det inleddes den 15 februari 2005 och avslutades den 31 december 2006.

■ 7. Budget

Den totala kostnaden för projektet är 115 114 euro, varav 57 557 euro från EUGFJ och 57 557 euro från offentliga nationella medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

☎ **Den lokala aktionsgruppens namn:**
Auerbergland

☎ **Kontaktperson:** Reinhard Walk

☎ **Adress:** Hauptstrasse 10, D-87672
Rosshaupten

☎ **Tfn** (49-8367) 913 90 24

☎ **Fax** (49-8367) 913 90 25

☎ **E-post:** koordination.walk@t-online.de

☎ **Internet:** www.auerbergland.de

Bilder från LAG Auerbergland.



TYSKLAND

Pedagogiskt samarbete och utökning av en rad fritidsverksamheter

som förebyggande åtgärd och kvalitetsförvaltning för att skapa och upprätthålla ett regionalt medvetande i landsbygdsområden

Projektbakgrund

LAG-gruppen Fehngebiet ligger i nordvästra Niedersachsen som är en förhållandevis isolerad del av Tyskland. Området präglas av stora slätter och hedmarker med många floder, vilket betyder att det är mycket populärt bland cyklister och har utvecklat en nischad turistverksamhet för cykel-, vandrings- och vattenturer. Regionen har en stor industriell potential med billiga byggtomter och ung arbetskraft. Men trots den senaste tidens utveckling är arbetslösheten hög och regionens geografiska placering innebär att det är svårt att ta sig till området, framför allt med allmänna kommunikationer, vilket begränsar befolkningens rörlighet och tillgängligheten för besökare.

Syftet med LAG-gruppens utvecklingsstrategi är att bygga en bro mellan tradition och modernitet och innovation. Fokus ligger på samarbete – mellan traditionell kunskap och ny know-how, unga och gamla, kvinnor och män, historien och framtidens möjligheter. Fram till utgången av 2006 hade projektet följande mål: bevara och marknadsföra hedmarkernas identitet och kultur, bevara och vidareutveckla hedmarkernas boplatser och landskap, marknadsföra hedområdet för turism och fritid, skapa nya arbetstillfällen och uppmuntra till utbildning och livslångt lärande.

Varför är projektet ett exempel på goda metoder?

Projektet följer en utpräglad **områdesbaserad metod** eftersom det grundläggande syftet är att uppmuntra ungdomar att identifiera sig med sitt ursprung. Det

Områdesfakta

- 👤 **Befolkning:** 113 826 invånare
- 🌍 **Yta:** 905 km²
- 👤 **Befolkningstäthet:** 125 invånare/km²
- 🏘️ **Antal kommuner:** 10



långsiktiga målet är att skapa en starkare och stabilare regional identitet hos områdets ungdomar utifrån banden till Ostrhauderfehn som en unik plats: kulturellt, naturmässigt och historiskt. Arbetsgrupper träffas regelbundet för att ta tillvara historie- och





naturresurserna i regionen Ostrhauderfehn och man kommer att anordna aktivitetsdagar där ungdomar ska få prova upplevelseinriktade äventyrsutflykter till närliggande naturområden och kulturarv (t.ex. temadagar som "barnen på heden" och "skogsälvnors dag").

Tanken på att förena de isolerade pedagogiska initiativen i en gemensam utbildningsstrategi för regionen väcktes i samhället och kan med rätta beskrivas som en **lokalt förankrad strategi**. Dessutom utvecklades den lokalt genom frivilliga insatser.

Projektet har byggt på ett mångskiftande och nära **partnerskap** och har haft stort stöd av den lokala aktionsgruppen som fungerar som en yttre kontaktpunkt. Projektets partner består av en teaterskola, två religiösa samfund, tre sportklubbar, sju skolor, ett vuxenutbildningsinstitut och fyra förskolor. Det finns även en styrgrupp bestående av polisen i staden Leer, en skolpsykolog, universitetet i Oldenburg, flera narkotikarådgivningsinstitut, utbildningskonsulter och kommunens social- och hälsovårdsförvaltning. Den tid som partnerskapet och styrgruppen lägger ner finansieras inte genom projektets budget.

Det **innovativa** i projektet är den koncentrerade gemensamma dialogen mellan institutioner som hittills hade arbetat var för sig med samma ungdomar i området, vilket skapat nya arbetsmetoder i utbildningen för ett gemensamt syfte. Dessutom är verksamheten integrerad eftersom olika aktörer från skolor till religiösa samfund och polisen har samarbetat, särskilt i fråga om initiativet "samarbeta för att förebygga".

Även om man inte ansåg att det var lämpligt med något formellt samarbetsprojekt för detta initiativ fanns det ett **informellt samarbete** med en brasiliansk samhällsutvecklingsorganisation där bl.a. utbildare från Brasilien deltog i projektets "världsvecka".

En **intelligent förvaltningsstruktur** skapades där kommunen skötte projektets administration och de frivilliga deltagarna helt och hållet kunde inrikta sig på samordningen. Budgeten täcker kostnaderna för projektets ledare/utbildare/samordnare och andra externa experter – pengar som kommunen normalt sett inte skulle tillföra, vilket understryker den stora betydelse som Leader har för området.

En viktig styrka i projektet är att det är **överförbart**. Alla samhällen kan arbeta för att sammanföra de utbildningsansvariga för ungdomarna i området och utarbeta en gemensam strategi. Många av aktiviteterna är dock inte hållbara eftersom lokalsamhället inte har råd att finansiera de externa experterna när medlen tar slut, men vissa aktiviteter och nätverket i sig skulle kunna fortsätta.

Projektbeskrivning

■ 1. Kort pilotprojekthistorik

Det uppstod farhågor i samhället när statistiken visade att 20 procent av barnen befann sig i riskzonen för att hamna i sociala svårigheter och brottslighet som ungdomar. De många olika utbildningsinstitutionerna i regionen beslutade sig för att gemensamt analysera ungdomarnas situation i området. Detta ledde till att de lanserade en samsamarbetsplan över institutionsgränserna för att förbättra det pedagogiska stödet till ungdomarna och främja de sociala banden till deras hemregion, vilket skulle minska antalet ungdomar i "riskzonen". Målet var att ge ungdomarna mer stabilitet och en starkare regional identitet som byggde på banden till regionen Ostrhauderfehn som är ett kulturellt, fysiskt och historiskt unikt område. Detta skulle man åstadkomma genom att utveckla en regionbaserad självkänsla som skulle få ungdomarna att tänka på Ostrhauderfehn som ett ställe där det var bra att bo och ge dem framtidstro. Regionens utbildningsinstitutioner föreslog ett initiativ om att "samarbeta för att förebygga" och ansökte tillsammans om finansiering från Leader+.

■ 2. Huvudsaklig verksamhet

Verksamheten inom detta Leader+-projekt har bedrivits inom fyra sammanlänkade områden:

- Skapa ett innovativt nätverk av sektorsöverskridande utbildningsinstitutioner i regionen med inriktning på ungdomar (bl.a. skolor, religiösa samfund, förskolor, idrottsföreningar och polisen).
- Fritidsaktiviteter för olika målgrupper i olika åldrar (t.ex. temadagar, arbetsgrupper).
- En stödstruktur (rådgivning) för ungdomar som löpte risk att få sociala problem.
- Aktuell pedagogisk utbildning för vuxna med utbildningsuppgifter.

■ 3. Konkreta resultat

Projektet har lett till följande konkreta resultat:

- Förbättrad kommunikation mellan alla utbildningsinstitutioner i Ostrhauderfehn.
- Ungdomar tränar för att utveckla sina starka sidor och kunskaper utanför den vanliga utbildningsverksamheten, t.ex. genom konst och idrott.

- Målinriktad utbildning för dem som har ansvaret för att utbilda ungdomar.
- Aktivitetsdagar.

Hittills har detta resulterat i

- en stödstruktur på 40–50 arbetsgrupper för ungdomar och vuxna med utbildningsansvar,
- pedagogisk utbildning för anställda vid utbildningsinstitutioner,
- en webbplats för ungdomar,
- en rådgivningstjänst för barn i riskzonen.

Efter två års aktivt samarbete mellan de lokala utbildningsinstitutionerna konstaterade polisen att färre brott begicks av ungdomar (10–16 år) än innan Leader+ startades. Även om det är svårt att mäta projektets bidrag exakt när det gäller den minskade brottsligheten verkar det mycket sannolikt att utbildningsnätverkets insatser har spelat in, eftersom även ungdomarna har blivit del i ett nätverk och är mindre isolerade.

■ 4. Problem/erfarenheter

Den begränsade budgeten räckte bara till för att täcka kostnaderna för instruktörer/ledare/lärare och det gick inte att anställa särskilda projektsamordnare. Vad som inledningsvis framstod som ett hinder löstes emellertid genom frivilligarbete vilket också innebar att projektet i högre grad byggde på delaktighet och blev mer lokalt förankrat. Nu är problemet dock att vissa av aktiviteterna inte är hållbara, utan är beroende av finansiering utifrån.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet?

Detta Leader+-projekt gjorde det möjligt för samhället att gemensamt sätta sig ner och fundera över ungdomspolitiken i sitt geografiska område. Det var en lärandeprocess där underhållningsaktiviteter för ungdomar blev effektiv rådgivning för ungdomar i riskzonen, vilket bidrog till att minska de sociala problemen och brottsligheten. Inriktningen på såväl ungdomar som utbildningsansvariga genom pedagogiskt stöd visade sig vara ett effektivt koncept som skapade ett verkligt mervärde för samhället.

■ 6. Varaktighet

Projektet inleddes i början av 2003 och avslutades efter tre år i december 2006.



■ 7. Budget

Projektets totala budget uppgick till 188 040 euro, varav 91 047 euro från EUGFJ och 96 993 euro från offentliga nationella medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

🐦 Den lokala aktionsgruppens namn: LAG Fehngebiet

🐦 Kontaktperson: Andrea Collmann

🐦 Adress: Friesenstrasse 34/36, D-26789 Leer

🐦 Tfn (49-491) 926 17 01

🐦 Fax (49-491) 926 18 88

🐦 E-post: kontakt@leaderplus-fehngbiet.de

🐦 Internet: www.leaderplus-fehngbiet.de

Bilder från LAG Fehngbiet.





GREKLAND

Honungsberedning och standardiseringsenhet

Projektbakgrund

Ön Leros är en av de 12 större öarna i ögruppen Dodekaneserna vid den turkiska kusten, sydost om det grekiska fastlandet. Den ligger i skärgårdens nordvästra del, mellan öarna Patmos och Kalymnos. Ön har många kullar och låga berg och en av Europas rikaste florer. Klimatet är mildt och behagligt utan större variationer och landskapet är omväxlande med rent vatten, fantastiska stränder, stora vikar och en mycket attraktiv huvudstad.

Även om fiskesektorn är förhållandevis utvecklad begränsas jordbruket av öns geologiska förhållanden och bristen på vattenresurser, särskilt under sommarmånaderna. Mentalsjukhuset är en viktig arbetsgivare i området, men på senare tid har antalet patienter minskat. Eftersom Leros är värd för ett mentalsjukhus för det allra svåraste

Områdesfakta:

👤 **Befolkning: 97 520 invånare**

🌍 **Yta: 2 511 km²**

👤 **Befolkningstäthet: 39 invånare/km²**

👤 **Antal kommuner: 23**



psykiatriska fallen, ett boende för psykiskt funktionshindrade barn samt en militärbas är detta inte en arketypisk grekisk ö, men på senare tid har den blivit en bas för segelturer till Turkiets kust och andra öar i Dodekaneserna.

Huvudinriktningen i det regionala samarbetsprojektet är att öka mervärdet för de lokala produkterna (t.ex. honung) och att utnyttja öns egna resurser på bästa sätt. Projektet syftar till att förbättra sysselsättningen och inkomsterna hos en utestängd grupp bland lokalbefolkningen. Det bygger på lika möjligheter och förstärker den sociala sammanhållningen genom att skapa kontakter mellan lokalbefolkningen (där många arbetar på sjukhuset) och psykiatripatienterna.

Varför är projektet ett exempel på goda metoder?

Projektet är **områdesbaserat** eftersom initiativet bygger på de lokala resurserna. Områdets profil förbättras genom stöd till lokala producenter, förbättring och marknadsföring av deras produkter och utveckling av det lokala mänskliga kapitalet. Initiativet har skapat arbetstillfällen för människor med psykosociala problem.

Initiativet till detta **lokalt förankrade** projekt togs av biodlarna på Leros. De behövde skapa ett mervärde för sin råvara genom beredning, kvalitetskontroll och marknadsföring men hade varken den tid eller de anläggningar som behövdes. De tog kontakt med kooperativet KOISPE, som köper deras honung och sköter om beredningen och certifieringen.

Projektet arbetar också enligt en **utpräglad partnerskapsmetod**. LAG-gruppen Ando spelade en avgörande roll för att utveckla projektet. Den hjälpte KOISPE (sponsor för projektet) att utveckla idéer, identifiera ett företag som skulle bedöma egenskaperna hos den producerade honungen och ta reda på hur producenterna skulle kunna bli certifierade. Medlemmarna i KOISPE kunde inte särskilt mycket om produktkvalitet och marknadsföringsmöjligheter utanför ön.

Initiativet lyckades förbättra verksamheten i det lokala mentalsjukhuset på ett **innovativt sätt**. Projektet utgjorde en lyckad kombination av utveckling av lokala produkter och stöd till psykiatripatienter, vilket är unikt.

Dessutom finns ett starkt inslag av **nätverksarbete och samarbete** i projektet, eftersom det för samman en rad olika aktörer (t.ex. lokala honungsproducenter, det statliga mentalsjukhuset och psykiatripatienter) i något som



gynnar alla. Detta har stärkt nätverksarbetet på Leros, framför allt bland biodlarna. Samtidigt har man arbetat för att skapa en koppling till de berörda intressenterna utanför ön för att upprätta en kvalitetscertifiering och förbättra tillgången till marknaden.

Projektbeskrivning

1. Kort projekthistorik

Projektet utgör en ny väg in i samhället för människor med psykosociala funktionshinder och uppfyller både terapeutiska och affärsmässiga ändamål.

Leros statliga mentalsjukhus inrättades av den grekiska regeringen 1958. Sjukhuset släpade efter i utvecklingen jämfört med andra europeiska sjukhus fram till reformen 1990 som syftade till att förbättra mentalvården. Samtidigt innebar reformen att antalet patienter i mentalvården minskade.

År 1999 införde den grekiska regeringen ett regelverk till stöd för sociala kooperativ som ett led i det övergripande reformprogrammet för mentalvården.

Nedgången i sysselsättningen på Leros till följd av det minskade antalet psykiatripatienter vid det statliga mentalsjukhuset på Leros tillsammans med viljan att hitta sätt att hjälpa patienterna att tillfriskna ledde till att kooperativet KOISPE bildades 2002. Några av de grundande medlemmarna var anställda (arbetsterapeuter) vid sjukhuset som ville öka terapins räckvidd genom att uppfylla patienternas behov när de blev bättre. KOISPE

började med terapeutisk verksamhet inom jordbruk och catering och knöt kontakter med biodlarföreningen på Leros. På ön framställs stora mängder timjanhonung av hög kvalitet men de lokala biodlarna kunde inte organisera och finansiera standardisering, förpackning och distribution av produkten. Det sociala kooperativet inrättade tillsammans med biodlarföreningen en honungsberedningsenhet. Biodlarna försörjer kooperativet med honung till ett visst pris och KOISPE bereder den i enlighet med EU:s hygienormer (HACCP) och saluför den.

Medlemmarna kan vara personer med psykosociala funktionshinder, anställda inom mentalvården eller andra enskilda personer eller organisationer. Det måste finnas en balans mellan affärsstrategin och de sociala målsättningarna för att trygga den kommande tillväxten och lönsamheten i det nya företaget. Med 450 medlemmar och 40 anställda har kooperativet en hållbar grund för att utvidga sin verksamhet.

■ 2. Huvudsaklig verksamhet

En enhet för honungsberedning och standardisering har skapats av det sociala kooperativet KOISPE för människor med psykosociala funktionshinder på ön Leros, Grekland. De viktigaste aktiviteterna i projektet var att

- skapa sysselsättning för människor med psykosociala funktionshinder och rehabilitera dem så att de kommer ut i samhället och arbetslivet,
- marknadsföra KOISPE och dess mål,
- öka den ekonomiska lönsamheten i organisationens verksamhet,
- bidra till den lokala ekonomin,
- främja sociala aktiviteter i Dodekaneserna,
- marknadsföra lokala produkter från Leros.

Enhetens främsta syfte är att skapa kvalitetsstandarder för honungen från biodlarna på Leros och att distribuera den till lokala och andra marknader.

■ 3. Konkreta resultat

Några exempel på projektets resultat:

- Fem arbetstillfällen skapade: sedan 2004 har två personer med psykosociala funktionshinder och tre anställda inom mentalvården fått anställning under 4–6 månader per år.
- KOISPE och andra sociala partnerskap har främjats.

- Lokala biodlare och hela den lokala ekonomin har fått stöd och introduktion i ny verksamhet: två nya unga jordbrukare har redan börjat med biodling.
- Ett nytt yrke har skapats för människor med psykosociala funktionshinder.
- Honungens kvalitet höjs och garanteras (HACCP-certifiering).
- Projektet har nominerats till ett nationellt pris.
- Den lokala ekonomins konkurrenskraft har stärkts.
- Ojämligheten har minskat genom att en missgynnad grupp har erbjudits sysselsättning av hög kvalitet.

■ 4. Problem/erfarenheter

Problem:

Till en början var det svårt att få lokalt stöd för kooperativet eftersom de konservativa lokalpolitiker som styrde vid den tiden ansåg att initiativet var "socialistiskt". De gjorde bara det som lagen krävde och gav inte allt det stöd som behövdes.

Dessutom var kooperativets grundare arbetsterapeuter, inte affärsmän. De var tvungna att utveckla nya företagarkunskaper och behövde stöd för att lära sig regler, prioriteringar och kvalitetsstandarder. Dessutom var det en utmaning att samordna behoven av terapi och företagande. Samtidigt var det svårt att utforska marknaderna utanför Leros, dels på grund av öns geografiska isolering, dels på grund av bristande marknadsföringskunskaper.

Erfarenheter:

Det är viktigt att ta hjälp av experter när man ger sig ut på okänd mark, t.ex. från LAG-gruppen i fråga om kvalitetsstandarder och rådgivning om marknadsföring.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet?

Leader+ gav en ram för utveckling och stöd som var i linje med kooperativet KOISPE:s sociala och affärsmässiga mål vid en tidpunkt då det var svårt att få detta stöd från andra lokala institutioner. LAG-gruppen hjälpte till att knyta kontakter och hade den sakkunskap som krävdes för kunna förverkliga projektet. Finansieringen från Leader+ användes för att öka KOISPE:s aktivitetsnivå när det gällde honungsberedning och närliggande aktiviteter vilket stärkte den lokala organisationen och utvecklade dess ledningsförmåga och förmåga att sammanföra och utveckla lokala resurser.

■ 6. Varaktighet

Projektet löpte under ungefär ett år och åtta månader. Det började i maj 2004 och avslutades i december 2005.

■ 7. Budget

Projektets sammanlagda budget uppgick till 45 730 euro, varav 22 850 euro från EUGFJ, 6 885 euro från offentliga nationella medel och 15 995 euro från privata medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

☎ Den lokala aktionsgruppens namn: Ando LAG

☎ Kontaktpersoner: Stelios Koutris, Konstantinos Zifos

☎ Kontaktpersoner för samarbetsprojekt: Paraskevas Kakas

☎ Adress: 72, 28th Oktovriou St, GR-85100 Rhodes

☎ Tfn (30) 224 107 53 23

☎ Fax (30) 224 107 53 24

☎ E-post: ando@ando.gr eller leaderplus@ando.gr

☎ Internet: www.ando.gr

Den lokala aktörens kontaktuppgifter

☎ Organisationens namn: Dodekanesernas sociala mentalvårdskooperativ (Koi.S.P.E.)

☎ Kontaktpersoner: Andreas Georgiou, Carolina Vaes Lepida

☎ Adress: GR-85400 Leros

☎ Tfn (30) 224 702 80 16

☎ Fax (30) 224 702 80 15

☎ E-post: edl2000@otenet.gr

☎ Internet: www.koispe.gr

Bilder från LAG Ando och Dodekanesernas sociala mentalvårdskooperativ (Koi.S.P.E.).





IRLAND

Det transnationella Schola-projektet

Projektbakgrund

Den här landsbygdsregionen har fått sitt namn efter det tidigare förvaltningsområdet Barony of Duhallow och omfattar nordvästra Cork och östra Kerry. Invånarna här är kända för sin uppfinningsrikedom. I detta område, som traditionellt sett har haft många mindre mjölkgårdar, har Leader varit en drivkraft för att åstadkomma en diversifiering till mikroföretag samt lyfta fram traktens kultur och arv.

Varför är det här projektet ett exempel på goda metoder?

Projektet följer en **områdesbaserad strategi**. Skolorna som deltar i projektet ligger i avlägsna landsbygdsområden och har likartad socioekonomisk och demografisk profil. De har liknande behov och en gemensam syn på vilka lösningar man bör ta till i deras områden. Skolornas upptagningsområden angränsar nästan till varandra. Skolorna ligger dessutom samtliga i utkanten av LAG-gruppens upptagningsområden. CIDER Prepirineo och INTEGRAL är verksamma i Spaniens inland och högland och har fått kämpa mot landsbygdens avfolkning och servicenedskärningarna i trakten. Deras gemensamma erfarenheter, den likartade utvecklingen av lokala resurser och socialt kapital under Leaders ledning och lärdomarna från pilotprojektet Schola utgjorde en gemensam bas för LAG-grupperna när de skulle arbeta för Schola-projektet och samverka inom andra områden.

Projektverksamheten styrs till stor del genom en **lokalt förankrad strategi** för samhällsutveckling. Det innebär att verkligt deltagande uppmuntras. Varje LAG-grupp har åtagit sig att hjälpa elever, föräldrar, lärare och samhällsrepresentanter att delta i syfte att maximera projektets genomslagskraft. Såväl föräldrarna som

Områdesfakta

- Befolkning: 30 000 invånare**
- Yta: 1 800 km²**
- Befolkningstäthet: 17 invånare/km²**
- Antal kommuner: 4**



landsbygdsinvånarna i stort är involverade i alla olika delar av projektet: som att vara med på workshops, delta i utbildning och fastställa skolstrategier, mellanregionala och transnationella utbyten, planering och utvärdering. Frivilliga



spelar också en viktig roll i projektet (hittills har 93 frivilliga personer varit engagerade).

Projektet genomförs genom ett **partnerskap** mellan en rad olika lokala aktörer: skolor, lärare, frivilliga, elever och föräldrar. Det mellanregionala samarbetet underlättas genom att LAG-grupperna har låtit de fem skolorna upprätta ett eget nätverk eller kluster. Det gör att rektorerna kan utbyta information och idéer och dessutom samråda med varandra när det gäller undervisnings- och ledningsfrågor. Klusterverksamheten för dessutom samman föräldrarna. Klustren stärker föräldraföreningarnas betydelse för skol- och samhällsutvecklingen och innebär att medborgarnas engagemang intensifieras.



Projektet har flera olika **innovativa** aspekter. Genom att involvera skolorna i landsbygdssutvecklingen engageras en rad olika aktörer som man ofta förbiser i mer traditionella strategier. Inom projektet har man infört nya koncept för låg- och mellanstadieundervisningen och har förbättrat genomförandet av kursplanen i landsbygdsskolorna genom att föra in aspekter från det spanska utbildningssystemet och främja kunskapsöverföring mellan skolorna.

Redan innan IRD Duhallow och skolorna i upptagningsområdet inledde specifika transnationella projekt med spanska LAG-grupper och skolor insåg de fördelarna med att **samarbeta med angränsande LAG-grupper**. De irländska LAG-grupperna som ingick i partnerskapet (West Cork Leader och Tuatha Chiarraí) är jämbördiga med IRD Duhallow när det gäller beslutsfattande och strategisk ledning. Som ett resultat av de mellanregionala skolinsatserna samarbetar de tre irländska LAG-grupperna för att öka antalet områden, t.ex. kultur- och naturarv, kulturell utveckling samt miljövård.

Det transnationella nätverksarbetet mellan Irland och Spanien är den faktor som har genererat mest mervärde till projektet. Som ett resultat av de transnationella kontakterna och ett studiebesök testar och genomför projektdeltagarna olika praktiska aspekter som de har observerat och studerat i varandras länder. De utbyter också information om olika policystrategier i syfte att upprätthålla det allmänna stödet och engagemanget för en helhetssyn på landsbygdsskolorna.

LAG-grupperna och projektdeltagarna har genomfört en rad olika åtgärder som syftar till att **överföra** lärdomar

från Schola-projektet. Ett årligt "feedbackmöte" riktar sig till samtliga skolor i regionen och håller dem uppdaterade om framsteg och lärdomar. Mötet utgör också ett forum för diskussioner med andra skolor. För att sprida sådant man har lärt sig använder sig skolorna av forum som lärarnas fackföreningar.

Flera olika aspekter av Schola-projektet kan **överföras** till andra LAG-områden. Klusterkonceptet är ett sätt för landsbygdsskolor och landsbygdssamhällen att övervinna isolering och ogynnsamma förutsättningar. Själva klusterkonceptet kan också tillämpas inom andra sektorer, som jordbruk, små och medelstora företag samt olika samhällsgrupper. Samhällsutvecklingsstrategier för att säkerställa föräldraengagemanget i undervisningen är i hög grad överförbara och kan tillämpas såväl på låg- och mellanstadienivå som upp till gymnasienivå.

Projektbeskrivning

1. Kort projekthistorik

Det nuvarande Schola-projektet bygger vidare på ett pilotprojekt som genomfördes av IRD Duhallow och två spanska LAG-grupper – CIDER Prepirineo och INTEGRAL – i slutet av Leader II. Genom denna pilotåtgärd bekräftades fördelarna med att främja förbindelser mellan små landsbygdsskolor, såväl på mellanregional som på transnationell nivå. Projektet bygger också på en rad olika lokala utvecklingsåtgärder som har genomförts av IRD Duhallow. Man har t.ex. upprättat ett nätverk mellan rektorer på låg- och mellanstadienivå samt satsat på förberedande utbildningsprojekt på dessa undervisningsstadiet, utbildning för föräldraföreningar, informationsworkshops samt utveckling av ungdomsorganisationer.

Parallellt med detta har IRD Duhallows arbetsgrupp för samhällsutveckling drivit på när det gäller olika frågor som rör landsbygdens avfolkning och den medföljande neddragningen av viktig offentlig service. Arbetsgruppen anser att landsbygdsskolan utgör den absolut viktigaste servicen och ofta är själva grunden för att övrig service ska överleva. LAG-gruppen stöder aktivt projekt som förhöjer livskvaliteten och gör landsbygden till ett attraktivt område där man kan bo i syfte att främja en hållbar samhällsutveckling och sätta stopp för landsbygdens avfolkning.

2. Huvudsaklig verksamhet

Alla åtgärder övervakas av en projektstyrgrupp med representanter från de tre irländska LAG-grupperna och de fem skolorna. Styrgruppen har lagt upp ett detaljerat



tvåårigt arbetsprogram (2004–2006), som bl.a. innehåller informationsseminarier/-workshops, undervisning i spanska, resurstilldelning till lokalt baserade projekt, utveckling av transnationella förbindelser, deltagande i transnationella studiebesök, klargörande av policymål, underlättande av kontakter, samarbete kring studier och forskning samt informationsspridning.

Lärarna arbetar med sina kolleger i Spanien och *utbyter information* om kursplaner och undervisningsmetoder. Under 2004 träffades lärarna för att *utarbета undervisningsmaterial* som skulle få barnen att sätta högre värde på den lokala miljön och lokalsamhället (med särskild tyngdpunkt på lokala intressen, samhällets resurser samt historiska och kulturella särdrag). En webbplats utvecklades av de spanska projektpartnererna för att projekt-deltagarna skulle kunna hålla kontinuerlig kontakt.

Barn, lärare och föräldrar i Irland lärde sig spanska och studerade Spaniens historia och kultur inför ett *studiebesök* i mars 2005, när en grupp barn reste till CIDER Prepirineo (Aragonien i norra Spanien) tillsammans med sina lärare och föräldrarepresentanter för att träffa motsvarande personer från skolor med två och tre lärare och presentera sitt arbetsresultat.

Under hela 2005 anordnades *workshops*, där föräldrar och lärare deltog. Talare bjöds in för att hålla föredrag om olika ämnen som är relevanta för klusterverksamheten och Schola-projektet (bl.a. föredrag om det spanska utbildningssystemet, den mindre landsbygdsskolans betydelse, de kulturella och historiska banden mellan Cork, Kerry och Spanien samt barnets utveckling).

Under *seminariet* om det spanska utbildningssystemet presenterades konceptet *Collegios Rurales Agrupados* (landsbygdsskolornas klusterverksamhet) för de irländska LAG-grupperna och skolorna. Detta är en verksamhet som bedrivs i Spanien under ledning av utbildnings- och kulturministeriet. Det går ut på att ministeriet anställer behöriga lärare som är särskilt kunniga inom ett visst område – t.ex. musik, drama, konst, informations- och kommunikationsteknik, franska/engelska/arabiska – och som får resa mellan de olika landsbygdsskolorna.

Sedan läsårsstarten i september 2005 har de irländska skolorna genomfört *CRA-verksamheten som pilotförsök* med resurser från Leader-programmet i kombination med ett

stipendium som de fick från IPPN (Irish Primary Principal's Network, ett nätverk mellan de irländska rektorerna på låg- och mellanstadienivå). De har rekryterat särskilt kunniga personer inom drama, konst och idrott (inför sommaren) och de har åkt ut till skolorna och genomfört workshops med lärare och barn.

Tack vare dessa personer har skolorna kunnat anordna *gemensamma internutbildningsdagar* och seminarier tillsammans med eleverna och deras föräldrar samt skolpersonal och skolläda. De har samlat sina resurser för att kunna behandla frågor som t.ex. hälsosam kost. De har arbetat för att få föräldrarna engagerade genom att sammankalla till samhällsbaserade workshops om relevanta sociala ämnen, som relations- och sexualundervisning och missbruksfrågor. Dessa workshops utgör ett forum för informationsspridning och samråd och gör det möjligt för skolorna att utveckla och förbättra nya och befintliga strategier.

■ 3. Konkreta resultat

Sett i stort har projektet framför allt uppnått följande resultat:

- Det har främjat förbindelserna mellan olika skolor (på mellanregional och transnationell nivå).
- Det har genomförts genom en stark deltagandestrategi som uppmanar till ett aktivt engagemang hos elever, lärare och föräldrar.
- Det har resulterat i en rad olika tjänster (språkkurser, workshops, studiebesök osv.) för en rad olika lokala aktörer.

Fem irländska skolor (med tolv lärare) deltar i projektet (Cloghoul, Cullen, Kilcorney, Kilmurry, Carraig-an-lme), som har valts ut från 36 skolor i upptagningsområdet. Skolorna samarbetar med tre olika partnerskolor i Spanien. Sammantaget har 94 barn deltagit i programmet och 93 frivilliga har varit engagerade i projektet.

Genom att sammanföra skolor (elever, lärare, föräldrar och samhället i stort) i irländska och spanska regioner med likartad struktur har Schola-projektet redan

- förstärkt låg- och mellanstadieskolans betydelse som ett verktyg för samhälls-/landsbygdsutveckling,
- identifierat och byggt vidare på likheterna mellan de deltagande skolorna och samhällena i syfte att främja en ökad medvetenhet om landsbygden samt en europeisk identitet,
- gjort det möjligt att integrera värdeskapande krafter och bidra med detta till landsbygdsskolorna,





- gett stöd åt nätverksverksamhet så att skolorna får en starkare gemensam röst,
- minskat känslan av isolering hos skolor och samhällen på landsbygden,
- ökat medvetenheten om lokala områden och resurser för att på så sätt främja en bättre förståelse för landsbygden,
- berikat barnens utbildningsupplevelse genom kontakter med andra skolor, samhällen och kulturer,
- gett lärarna ett transnationellt forum för utbyte av idéer och överföring av bästa metoder,
- underlättat erfarenhetsutbytet för elever, lärare, föräldrar och samhällsrepresentanter, vilket har bidragit till en ökad helhetssyn på utbildning och samhällsutveckling.

■ 4. Problem/erfarenheter

Det har förekommit relativt få problem under projektutvecklingsarbetet. Den inledande satsningen på ledning och kapacitetsskapande var betydelsefull. IRD Duhallows anställda och frivilliga har bidragit med input och förenklande åtgärder, vilket har inneburit att projektets fokus har säkerställts och att projektåtgärderna har kunnat genomföras på ett effektivt sätt. Skillnaden mellan Leader II och Leader+ gjorde det svårare att åstadkomma kontinuitet mellan projektåtgärderna under den inledande pilotfasen, samtidigt som de inledande begränsningarna för ledning och kapacitetsskapande inom ramen för Leader+ (t.ex. maximalt 20 % av budgeten före 2002) minskade projektets mervärde.

De verkliga utmaningarna i samband med Schola-klustrets olika frågor eller beslut har handlat om pilotverksamheten för Colegios Rurales Agrupados i Irland. Det har tagit tid att nå samförstånd om hur man identifierar sakkunniga personer och utarbetar översiktliga arbetsprogram för dem. Detta beror delvis på att skolorna ställer olika krav och att deras olika personalteam har olika kompetens. Till viss del kan det också bero på att man är ovan vid tanken på att någon "utifrån" ska komma in i klassrummet, någon som inte har "testats" i förväg. Irland har inget system för att rekrytera/kontrollera sådana sakkunniga personer. Det samlade utbudet av kunskaper är inte så stort och det är inte alltid lätt att identifiera någon som alla redan känner.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet

Om inte Leader/de lokala utvecklingsgrupperna ser till att stödja de mindre landsbygdsskolorna, synen på den offentliga servicen och tillgängligheten för alla, skulle dessa skolor uppenbarligen bara utarmas alltmer, eftersom de konkurrerar med privata och halvprivata institutioner som föredras av en del medelklass i förörterna och personer som bara råkar bo på landsbygden men inte känner sig delaktiga i samhället där.

Schola-projektet går bl.a. ut på att ge dem som deltar i undervisningen en berikande upplevelse. Men det vore en underdrift att betrakta Schola som ett utbildningsprojekt. Schola är ett brett upplagt samhällsutvecklingsprojekt där syftet är att utveckla landsbygdsskolan som utgör ett verktyg för personlig utveckling, utbildning, samhällsengagemang, social interaktion, utveckling av kulturella resurser samt lärande över generationsgränserna.

■ 6. Varaktighet

Projektet startade i maj 2004 och pågår fortfarande.

■ 7. Budget

Projektets totala budget är 134 000 euro, varav 80 000 euro kommer från EUGFJ och 54 000 euro kommer från offentliga nationella medel..

LAG-gruppens kontaktuppgifter

☎ **Den ledande LAG-gruppens namn: IRD Duhallow**

☎ **Kontaktpersoner: Maura Walsh/Marion O'Sullivan**

☎ **Adress: James O'Keeffe Memorial Institute, Newmarket, Co. Cork, Irland**

☎ **Tfn (353-2) 96 06 33**

☎ **Fax (353-2) 96 06 94**

☎ **E-post: duhallow@eircom.net**

Bilder från LAG-gruppen IRD Duhallow.





ITALIEN

Socialt och miljömässigt ansvar

Projektbakgrund

Denna LAG-grupp är verksam i området Metapontino i den syditalienska regionen Basilicata, som sträcker sig från Joniska havet till inlandets bergs- och slättlandskap. Området är känt som centrum för en löande jordbruksindustri med särskild inriktning på citrusfrukter, oliver och vinodling. Det finns en stark tradition för en gemensam regional marknadsföring, vilket gör att producenterna kan nå ut till stora externa marknader. Sektorn för jordbrukslivsmedel stöds genom flera ledande specialiserade forsknings- och utvecklingsinstitut med nationellt och internationellt rykte. Under 1970- och 1980-talet gjordes ett försök att etablera en kemisk industri, som inte blev riktigt framgångsrikt. Turistsektorn har emellertid utvecklats starkt, något som beror på att regionen har bland Italiens renaste havsmiljöer, men också andra naturtillgångar och de berömda grekiska ruinerna från antiken. Det finns emellertid utrymme för fortsatt utveckling, särskilt inom hantverkssektorn.

LAG-gruppens utvecklingsstrategi är uppbyggd kring följande huvudteman:

- Att återupptäcka och ta tillvara det värde som finns i de lokala naturtillgångarna.
- Att bevara och utnyttja traditionella kulturtillgångar.
- Att göra regionens identitet mer tilltalande genom en mångfald av turistattraktioner med en koppling till den lokala kulturen.
- Att integrera kust- och landsbygdsturismen.
- Att fokusera på livskvalitet genom att stödja entreprenörskap och utbilda ungdomar i syfte att förhindra avfolkning och bibehålla den offentliga servicen.

Områdesfakta

👤 **Befolkning: 57 604 invånare**

🌍 **Yta: 768 km²**

👤 **Befolkningstäthet: 75 invånare/km²**

👤 **Antal kommuner: 100**





Varför är det här projektet ett exempel på goda metoder?

Projektet visar prov på en stark **områdesbaserad strategi**. Trakten domineras av lantbruk och företag med inriktning på jordbrukslivsmedel, två grupper som ofta är med i producentnätverk. Projektet vänder sig till dessa lokala producenter genom informationsåtgärder om etiska, sociala och miljörelaterade frågor. Denna verksamhet har ökat kvaliteten på det lokala produktionssystemet och stimulerat marknaden för de lokala produkter som har goda miljöegenskaper. Verksamheten omfattade hela produktionskedjan.

LAG-gruppen drivs genom ett starkt **partnerskap** mellan lokala aktörer (med tio offentliga och tjugo privata medlemmar samt ett socialt kooperativ) och har tidigare erfarenhet av partnerskap genom Leader II. Det omfattande partnerskapet (som även omfattar lokala myndigheter) stärker LAG-gruppens förmåga att uppmuntra till ett socialt ansvarstagande beteende och motivera de lokala myndigheterna att engagera sig i lokala aktiviteter.

Projektet är av **innovativ karaktär**, eftersom etiskt, socialt och miljömässigt ansvarstagande inom ramen för lokal utveckling är något helt nytt i det italienska produktionssystemet. Först under senare år har de större företagen börjat använda sig av certifieringar i stil med den som har utvecklats inom projektet. Det utgör ett starkt innovativt element att föra in sådana frågor i den primära sektorn och se till att kvalitetsstandarder börjar tillämpas av små och medelstora företag, som ofta inte har någon tidigare erfarenhet av samarbete och nätverksarbete. Genom att införa certifierings- och kvalitetsstandarder stärks de små och medelstora företagens konkurrenskraft.

Projektet utgör en experimentell pilotåtgärd som består i att små och medelstora företag på landsbygden certifieras

när det gäller socialt och miljömässigt ansvar. Detta koncept **kan överföras** till andra landsbygdsområden.

Projektbeskrivning

1. Kort projekthistorik

Sammanslutningen av frukt- och grönsaksproducenter (Assofruit) är medlem i LAG-gruppen Cosvel Srl. Sammanslutningens främsta uppgift är att marknadsföra grönsaks- och fruktproduktionen samt att säkerställa kvalitetskontrollen av dessa produkter. Assofruits åtgärder är inriktade på miljöskydd och har starka sociala och miljömässiga fördelar. Verksamheten resulterade i en ökad medvetenhet om frågor som rör miljö, konsumenthälsa och säkerhet, något som fick LAG-gruppen att integrera projektet i sin lokala utvecklingsplan.

2. Huvudsaklig verksamhet

Den första delen av projektet riktade sig till lantbrukarna i trakten. Under den inledande fasen intervjuades lantbrukarna i LAG-gruppen för att man skulle få ökad kunskap om behoven och de centrala frågorna. Efter den inledande bedömningen genomfördes en samrådsprocess med utvalda lantbrukare i syfte att förbereda dem för certifieringen av "socialt och miljömässigt ansvar". För att komma i fråga för denna certifiering måste landsbygdsföretagen kunna tillgodose lokalsamhällets behov samt bli mer medvetna om miljöfrågor och etik.

Den andra delen av projektet riktade sig till de lokala myndigheterna. Här var syftet att öka medvetenheten om de lokala frågorna samt att uppmana de lokala myndigheterna att främja den sociala sammanhållningen i området.

3. Konkreta resultat

Eftersom projektet fortfarande pågår, är det ännu för tidigt att konstatera några slutliga resultat. De första projektresultaten avspeglas i en förbättrad arbets- och miljö kvalitet på lokal nivå. Generellt sett har de lokala företagen blivit mer medvetna om sociala och miljörelaterade frågor i regionen (en del av företagen har tidigare deltagit i certifieringsprocesserna Eurogap och ISO 14001).

Information har samlats in för att införa utvärderingsverktyg som ska främja miljöhänsyn. Anbudsgångar har inlett för att välja ut vilka företag och lokala myndigheter som kan komma i fråga.





■ 4. Problem/erfarenheter

Under genomförandefasen har inga större problem rapporterats. De deltagande företagen har i allmänhet varit entusiastiska över att delta i projektet. Små och medelstora företag som inte var med i de större producentnätverken ansåg ibland att det var komplicerat att kvalificera sig och bli certifierad inom "socialt och miljömässigt ansvar". Projektet försökte därför uppmuntra till nätverksarbete, erfarenhetsutbyte och kunskapsöverföring mellan lokala producenter.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet

Mervärdet med Leader+-programmet har framför allt varit att det stöder de lokala producenternas sociala, etiska och miljömässiga ansvarstagande genom att det införs ett frivilligt kvalifikationssystem. Genom projektet får de lokala företagen riktlinjer samtidigt som det upprättas ett kvalitetsmärke för deras lokala produkter. Man räknar också med att ta fram särskilda planer för en lokal marknadsföringsstrategi.

■ 6. Varaktighet

Projektet startade i juni 2004.

■ 7. Budget

Projektets totala budget är 144 978 euro, varav 48 930 euro kommer från EUGFJ, 16 310 euro kommer från offentliga nationella medel och 79 73 euro kommer från privata medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

☎ Den lokala aktionsgruppens namn: Cosvel Srl

☎ Kontaktperson: Salvatore Lobreglio

☎ Adress: Via Principe Amedeo 21, I-75026 Rotondella (Basilicata)

☎ Tfn (39) 08 35 50 45 22

☎ Fax (39) 08 35 50 45 22

☎ E-post: info@cosvel.it, cosvel@tiscali.it

☎ Internet: www.cosvel.it

Bilder från LAG-gruppen Cosvel Srl.

ITALIEN

Uppgradering av karakteristiska produkter på de lokala restaurangerna

Projektbakgrund

Denna LAG-grupp är verksam på norra Sardinien, i ett område som sträcker sig från öns östra till västra kust och till största delen ligger i Nuoro-provinsens kuperade delar. Under senare tid har de socioekonomiska problemen ökat i området, vilket till stor del beror på den fortlöpande utflyttningen från landsbygden till kust- och stadsområdena. Tonvikten ligger på jordbrukssektorn, framför allt mejeriproduktion och boskapsuppfödning. Samtidigt som det har skett en ökning av antalet får har antalet getter minskat – och det trots öns starka traditioner – något som beror på det sänkta priset på getmjölk. Frånsett jordbruket har regionen endast en hantverks-, bygg- och anläggnings- samt handelssektor. Det har skett en ökning inom hotell- och restaurangbranschen, men även detta är till stor del på mikroföretagsnivå. Turismen har i allt högre grad knutits till områdets särpräglade karaktär och tyngdpunkten har därför lagts på naturresurser, lokal folklöre och hantverk på landsbygden. Jämfört med andra delar av Sardinien har emellertid det totala antalet turister minskat i Nuoro-provinsen, eftersom det saknas storskaliga anläggningar.

Inom ramen för den lokala utvecklingsstrategin har man fokuserat på att ta tillvara värdet i områdets natur- och kulturarv, förbättra de ekonomiska förutsättningarna för att skapa sysselsättning samt öka lokalsamhällets organisationsförmåga.

Varför är det här projektet ett exempel på goda metoder?

LAG-gruppen har tillämpat en **områdesbaserad strategi**, eftersom man inriktar sig på lokala produkter och projektet omfattar en rad olika lokala aktörer (producenter, restauranger, skolor osv.). Skolornas studiebesök på lokala

Områdesfakta

-  **Befolkning: 30 727 invånare**
-  **Yta: 1 263 km²**
-  **Befolkningstäthet: 24 invånare/km²**
-  **Antal kommuner: 2**





producentföretag har gjort att ungdomarna lättare kan identifiera sig själva med regionernas värden.

LAG-gruppen har en välbalanserad struktur med såväl offentliga som privata aktörer. I **partnerskapet** ingår kommuner och andra offentliga myndigheter, kooperativ och producentsammanslutningar som företrädar privata aktörer och olika sektorer. Projektet genomsyras av en stark **lokalt förankrad strategi**, eftersom det har genomförts av en rad olika lokala aktörer, som representerar såväl utbudssom efterfrågesidan av den lokala livsmedelsproduktionen (dvs. producenter och restauranger) och dessutom vänder sig till en bredare allmänhet (t.ex. skolor och tjänstemän) genom olika informationsåtgärder. Ett särskilt intressant inslag är att man har lyckats involvera det lokala sjukförsäkringsbolaget.

Projektet har omfattat restauranger från områden som står utanför Leader, vilket lägger grunden till ett framgångsrikt **nätverksarbete** på lokal nivå. Denna strategi visar också på projektkonceptets **överförbarhet** till andra områden.

Projektet har ett långsiktigt upplägg i och med att det även inbegriper olika informationshöjande inslag. I den inledande marknadsstudien framhölls att man skulle behöva fokusera på såväl utbudssom efterfrågesidan för att få marknaden för lokala produkter att utvecklas effektivt. Projektet förväntas därför få en mer **bestående genomslagskraft** på den regionala livsmedelsindustrin och marknaden samt på lokalbefolkningens inställning till hälsosam kost. Att rikta sig till ungdomar (genom att vända sig till skolorna) är en särskilt långsiktig strategi.

Projektbeskrivning

1. Kort projekthistorik

Syftet med projektet är att utöka marknaden för lokala produkter i syfte att förbättra kvaliteten på de lokala restaurangerna och främja undervisningen om näringslära. I en inledande marknadsundersökning bedömdes såväl utbudssidan (vad gäller lokala produkter) och efterfrågesidan (i första hand restauranger, men också skolbespisningar) av den lokala marknaden. Här undersöktes bl.a. om det fanns möjlighet att upprätta leveransavtal mellan lokala restauranger och producenter.

På utbudssidan bedömdes kvalitet och generellt utbud vad gäller de lokala produkterna. I studien framhölls den begränsade produktionsbasen (dvs. produkternas låga diversifieringsgrad) samt koncentrationen på framför allt jordbruk och boskapsuppfödning.

Vad gäller utbudssidan inriktades analysen framför allt på de lokala restaurangerna och deras varor och tjänster. Studien omfattade också en analys av skolmåltiderna, inklusive inköpsförfaranden för livsmedelsråvaror samt tillagningsprocesser. Man har också undersökt möjligheten att införa olika slags specialkost gjord på lokala ekologiska produkter med högt näringsvärde.

På grundval av marknadsbedömningen och framför allt förbindelserna mellan regionala producenter och inköpare har det fastställts två huvudsakliga åtgärdsområden för projektet:

- Att upprätta ett lokalt nätverk mellan lokala producenter och restauranger.
- Att utveckla ett kommunikationssystem för att höja kvaliteten på kostundervisningen (med särskild tyngdpunkt på de lokala produkterna).

2. Huvudsaklig verksamhet

Projektet omfattar följande nyckelaktiviteter:

a) Att upprätta ett lokalt nätverk mellan lokala producenter och restauranger

Den här processen inleddes i september 2005, då det genomfördes en analys av vilka förutsättningar/faktorer som krävdes för att upprätta, samordna, marknadsföra och driva ett lokalt restaurangnätverk. Nätverket omfattade en rad olika restauranger som åtog sig att underteckna ett partnerskapsavtal i syfte att tillhandahålla kvalitetstjänster med livsmedelsprodukter från det lokala jordbruket. I nätverket ingår också ca 15 restauranger utanför Leader+-området. Dessutom har 32 producenter (av bl.a. bröd, bakverk, ost och vin) också anmält sig till nätverket för att leverera lokala kvalitetsprodukter.

Arbetet med att upprätta avtal mellan restauranger och producenter pågår hela tiden. LAG-gruppen ger nätverket stöd i samband med marknadsföringen och spridningen (t.ex. genom att anordna studieresor).

b) Att utveckla ett kommunikationssystem för att förbättra kostundervisningen (med särskild tyngdpunkt på de lokala produkterna)

Inom ramen för denna verksamhet har det anordnats flera olika seminarier för skolbespisningar (där även tjänstemän och inköpsansvarig personal för skolbespisningarna har deltagit) respektive familjer. Med hjälp av kostexperter har man där informerat om värdet av de lokala produkterna och på vilket sätt de bidrar till en hälsosammare kost.

Vid sidan av seminarierna har det också genomförts andra informationsåtgärder. Några exempel:



- Det har skrivits en teaterpjäs för förskolebarn om "de lokala produkternas livscykel".
- Det har utarbetats informationsmaterial för lärare, föräldrar och elever om värdet av lokala produkter.
- För skolbarnen har man tagit fram särskilda övningsböcker med illustrationer/serier om lokala produkter.
- Det har anordnats skolbesök på företag som producerar lokala produkter.

Vidare har det undertecknats en avsiktsförklaring med det lokala sjukförsäkringsbolaget, som har bistått med information och rådgivning för projektverksamheten (t.ex. information om hälsosam kost till övningsboken samt rådgivning kring förberedelser och genomförande av seminarier).

■ 3. Konkreta resultat

Som en konsekvens av ovanstående verksamhet har projektet gett följande resultat:

- Avtal som stöder det lokala nätverket mellan producenter och restauranger.
- Informationsseminarier för tjänstemän och familjer.
- En teaterpjäs för förskolebarn om "de lokala produkternas livscykel".
- Informationsmaterial för lärare, föräldrar och elever.
- En övningsbok med serier för barn.
- Skolbesök på lokala företaget.
- En avsiktsförklaring med det lokala sjukförsäkringsföretaget.

■ 4. Problem/erfarenheter

Det låga antalet restauranger i Leader-området utgjorde en försvårande omständighet när projektet skulle genomföras. Detta problem kunde överbryggas genom regionalt samarbete, dvs. genom att man involverade restauranger från regioner utanför LAG-området.

Under 2003 lyfte de lokala myndigheterna fram de lokala ekologiska produkternas betydelse genom att fastställa specifika kriterier och prioriteringar för skolbarns inköpsförfaranden. Något av det viktigaste som man har lärt sig av detta projekt är att verksamheten bör vidareutvecklas och att det måste utarbetas en lämplig informationspolicy för en rad olika aktörer (t.ex. myndigheter, familjer, elever och lärare),

om man på längre sikt ska kunna förändra attityder och beteenden i riktning mot lokal produktion.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet

LAG-gruppens strategi avspeglas i att man arbetar långsiktigt med den lokala produktionen. Mervärdet består framför allt i att det både riktar sig till utbudssidan (genom att stärka de lokala producenterna) och efterfrågesidan (de huvudsakliga användarna av de lokala produkterna).

■ 6. Varaktighet

Projektet startade den 15 mars 2004 och kommer att ha slutförts i december 2006.

■ 7. Budget

Projektets totala budget är 255 306 euro, varav 156 310 euro kommer från EUGFJ och 98 996 euro kommer från offentliga medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

📍 Den lokala aktionsgruppens namn: Mare & Monti, Sardegna

👤 Kontaktperson: Mario Attene

📍 Adress: Via A. Mereu 55, I-08100 Nuoro

☎️ Tfn (39) 078 43 94 77

☎️ Fax (39) 078 43 94 76

✉️ E-post: info@galmaremonti.org

🌐 Internet: www.galmaremonti.org

Bilder från LAG-gruppen Mare e Monti.





LUXEMBURG

"Vackra vandringar i Müllerthal" samt inventering av kvarnar, utflyktsleder och regional rutt

Projektbakgrund

Området kring Müllerthal är framför allt känt för sin unika natur, för landskapet och för de imponerande kulturminnesmärkena från olika historiska epoker. Regionens främsta värden ligger därför i den orörda naturen och kulturarvet.

Det främsta målet med LAG-gruppen Müllerthals Leader+-strategi är att ta tillvara natur- och kulturarvet på bästa sätt, i första hand genom att stödja jordbruks- och turismsektorn i regionen. För att främja en hållbar regional utveckling är det nödvändigt att väga in såväl miljörelaterade som sociokulturella dimensioner. Som ett led i arbetet med att genomföra den regionala utvecklingsstrategin ges stöd till projekt inom tre huvudområden: i) natur och landskap, ii) fritid, kultur och turism, samt iii) utbildning och kommunikation.

Varför är dessa projekt exempel på goda metoder?

Fokus för båda projekten är att man ska ta tillvara värdet i de lokala resurser som finns i natur och kultur, dvs. de följer en **områdesbaserad strategi**. Å ena sidan bygger projektet vidare på regionens främsta naturtillgång: det vackra landskapet som kännetecknas av intressanta geomorfologiska sandstensformationer. Inom ramen för projektet utforskas å andra sidan betydelsen av traktens kvarnar som har ett stort historiskt värde (eftersom de drev landsbygdens ekonomiska utveckling framåt förr i världen) och som ger regionen en unik miljökaraktär.

Områdesfakta

Befolkning: 20 814 invånare

Yta: 311 km²

Befolkningstäthet: 67 invånare/km²

Antal kommuner: 15



Båda projekten kännetecknas av **lokalt förankrade** arbetsmetoder. De har utvecklats och diskuterats inom ramen för arbetsgrupperna, som omfattar företrädare för kommuner, turistföreningar, tjänsteleverantörer och andra lokala aktörer. Arbetsgrupperna fungerar som öppna diskussionsplattformar och rådgivande organ vid själva projektgenomförandet. De båda gruppernas verksamhet utvidgas gradvis till att behandla andra faktorer som bidrar till regionens utveckling (t.ex. att utveckla de regionala mattraditionerna).

Arbetet i **partnerskap** är en viktig del av projektet. LAG Müllerthal består av 15 kommuner och 20 organisationer



som företräder olika sektorer och grupper i regionen (t.ex. turist-, ungdoms- eller kulturföreningar). LAG-gruppen är ansvarig för upprättandet av "kvarninventeringen", medan den regionala turistföreningen ansvarar för projektet "Vackra Müllerthal". De båda organisationerna har ett nära samarbete och delar på de arbetsuppgifter som hör till den övergripande samordningen. Projekten har utvecklats inom ramen för två arbetsgrupper (en grupp för vandringarna, en grupp för det industriella och kulturella arvet). Dessa båda arbetsgrupper företräder en rad olika lokala aktörer.

Projektet har ett stort värde eftersom de integrerar och motiverar olika sektorer i regionen. "Vackra Müllerthal" kan ses som ett paraplyinitiativ, som utgör en utgångspunkt för en rad olika kompletterande projekt. Kvarninventeringsprojektet stimulerade till nätverkssamarbete mellan de regionala tjänsteleverantörerna och bidrog till att det utvecklades en **integrerad utvecklingsstrategi** (som att det utvecklades nya produkter, olika regionala kulinariska specialiteter, turismpaket osv.).

Inom båda projekten planerar man att utveckla ett transnationellt **samarbete** med liknande initiativ. Genom "Vackra Müllerthal"-projektet etablerades kontakter med den närliggande Eiffel-regionen i Tyskland, där det finns liknande planer på vandringsleder, och kvarninventeringsprojektet ledde till de första kontakterna med liknande initiativ i Tyskland, Frankrike och Nederländerna.

De båda projektkoncepten är **överförbara** till andra regioner (när det handlar om att utveckla ett nätverk av

vandringsleder och temavägar där man tar tillvara de lokala resurser som finns i natur och kultur). Detta avspeglas också genom att den inledande analysen, utbildningen och vägledningen i samband med planeringen av vandringslederna har genomförts av en internationell (extern) expert.

Båda projekten förväntas få en **bestående** genomslagskraft i regionen. Genom att involvera lokala aktörer i projektutvecklingen ökar man också deras engagemang i traktens regionalutveckling och bidrar till att stärka den lokala identiteten. De upprättade kommunikationsplattformarna (t.ex. arbetsgrupperna) förväntas få en bestående genomslagskraft när det gäller utvecklingskapacitet. Kvarnprojektet bidrar samtidigt till att det utvecklas nya produkter, evenemang och kulinarisk turism.

Projektbeskrivning

■ 1. Kort projekthistorik

Müllerthal hör till Luxemburgs allra mest välkända turist- och fritidsdestinationer för den som vill ge sig ut på längre och kortare vandringar. Regionens absoluta styrka är det vackra landskapet med den karakteristiska sandstenen. LAG-gruppen vill utveckla vandringsmöjligheterna i regionen. Man har därför inlett en omfattande kartläggning, analys och kvalitetsbedömning av de befintliga lederna. Denna verksamhet integreras i kontinuerliga informa-



tionsevenemang, som olika workshops och informationsmöten.

Samtidigt har man upptäckt att kvarnarna, som har gett både regionen och LAG-gruppen deras namn, utgör potentiella tillgångar. Det finns ett stort antal kvarnar i området (som även kallas "kvarnarnas dal") kring floderna Sauer, Weisse, Schwarze Ernzt och deras tillflöden. Men under en lång period betraktades inte detta kulturarv som en kulturtillgång. LAG-gruppen beslöt att utveckla en rad olika kompletterande koncept i syfte att utveckla kvarnarna. På så vis räknar man med att stärka regionens turismpotential samt öka kunskaperna om detta unika kulturarv hos lokal- och regionalbefolkningen.

Kvarnarna utgör landmärken i området och har ofta en lika lång historia som bosättningarna själva. Vattenkvarnarna har dessutom en koppling till vattenflöden som är viktiga för det lokala lantbruket. På senare tid har emellertid många kvarnar byggts om eller rivits. Den inventering som har gjorts genom projektet har lett till att man har fått en omfattande överblick över kvarnarna, som bygger på historisk information från kartor, lagfartsregister, monografier, material från de nuvarande ägarna samt muntlig tradition.

■ 2. Huvudsaklig verksamhet

Det första projektet heter "Vackra vandringar i Müllerthal" och har till syfte att utveckla vandringsmöjligheterna i Müllerthalregionen. Genom projektet vill man åstadkomma följande:

- Analysera regionens styrkor och svagheter sett i ett turistperspektiv (utifrån enhetliga kriterier).
- Utbilda en grupp med vandringsexperter som ska genomföra bedömningen.
- Anordna workshops samt öka kännedomen om initiativet (framför allt bland leverantörer inom turistbranschen).
- Utveckla ett marknadsföringskoncept för regionen som ett resmål för en "aktiv" fritid (med fokus på friluftsliv, mountainbiking och vandringar).

Det andra projektet heter "Kvarnar – inventering, exkursion och regional rutt" och har följande syften:

- Återupptäcka kvarnarnas betydelse som en del av regionens kulturarv.
- Samla kunskaper inför arbetet med att utveckla en temaväg.
- Stödja och bevara en del av kvarnarna samt låta vissa

utvalda kvarnar vara tillgängliga för allmänheten (inklusive lokalbefolkning, turister och skolbarn).

- Öka lokalbefolkningens kunskaper om regionens kulturarv.
- Upprätta ett interregionalt och transnationellt samarbete kring liknande projekt.

Målet uppnås genom en inventering av de befintliga kvarnarna i LAG Müllerthals 15 partnerkommuner och denna inventering kommer sedan att utgöra en utgångspunkt för temavägen om kvarnarna. Turistevenemang kommer att anordnas, och ett nätverk med lokala hotell och restauranger ska utvecklas inom ramen för turistpaketen.

■ 3. Konkreta resultat

I början av projektet "Vackra Müllerthal" beställdes en studie för att man skulle kunna få en inledande SWOT-analys (strengths, weaknesses, opportunities och threats – alltså styrkor, svagheter, möjligheter och hot) för den regionala turismen. Studien visade att det fanns stora brister vad gäller turistinformationstjänster för vandrare och besökare längs de befintliga lederna samt att det saknas boende, restauranger, vandrarhem och värdshus längs med de större rutterna.

Genom projektet "Vackra Müllerthal" förväntas man uppnå följande resultat:

- Kartläggning och analys av vandringslederna i regionen.
- Identifiering av de allra mest framträdande rutterna.
- Produktion av ett reklamblad samt information för vandrare, mountainbikecyklister samt stavgångare via Internet.
- Underlag till en omfattande turistguide för vandrare samt ett enhetligt koncept för att vägleda besökare.
- Grunderna till ett marknadsföringskoncept för en gemensam regiondesign.

Inom ramen för projektet ska man också förbereda en digitalisering av ledernas planering i syfte att fastställa ytterligare rutter, analysera rutter samt producera kartor. Detta kommer också att bidra till att det upprättas program för ledernas underhåll.

Kvarninventeringsprojektet ska resultera i följande huvudresultat:

- En överblick över alla befintliga kvarnar, vilket även omfattar ingående information om ägarstruktur, bygg-



nadernas nuvarande användningsområden, byggnadernas skick, kvarvarande kvarnutrustning osv.

- En regional vägvisare till kvarnarna, ett reklamblad samt ruttbeskrivningar på flera olika språk i en broschyr.
- Särskilda kartor, vägvisning för besökare längs vissa utvalda "temaleder".
- Temaevenemang.
- En bok om kvarnarna i regionen med ingående historisk och teknisk information samt en beskrivning av regionens natur- och kulturarv.

■ 4. Problem/erfarenheter

En av de största utmaningarna har varit att involvera de lokala aktörerna i projektplanering, strategiutveckling samt projektgenomförande. De lokala aktörerna måste informeras om fördelarna med att delta. Detta har inte alltid varit en lätt uppgift, eftersom många kommuner fortfarande föredrar att bedriva turistverksamheten på egen hand.

För att kunna utveckla ett omfattande koncept för regionens turismutveckling måste man fastställa de främsta målgrupperna samt ett specifikt projektfokus. Vandrarna har identifierats som den främsta målgruppen för projektet och mindre tonvikt har lagts vid andra aktiviteter (som mountainbiking, stavgång).

Samtidigt som vandringslederna utvecklades måste skogsägarnas intressen beaktas. Man behövde också klargöra olika frågor kring ledernas underhåll (genom att ansvaret delades mellan kommunerna och turismministeriet i ett gemensamt förvaltningssystem).

Under utvecklingsarbetet kring kvarninventeringen visade det sig att många intressanta besöksmål för närvarande används till olika ändamål (t.ex. som förvaringsutrymmen), vilket gör det svårt att öppna dem för en bredare allmänhet. Inom projektet har det därför varit en stor utmaning att övertyga ägarna om projektet och få dem att godta den övergripande projektstrategin. Denna process har förenklats genom öppna diskussioner och kunskapshöjande åtgärder.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projekten

Leader+ har haft stor betydelse för den lokala strategiutvecklingen, särskilt vad gäller turismen. Genom programmet har de olika tjänsteleverantörerna kunnat närma sig varandra i sitt synsätt. För att bli synlig på en större (natio-

nell eller internationell) marknad krävs det samarbete för att utveckla regionens marknadsposition. Upprättandet av stabila samarbetsformer och partnerskapsstrategin gör att Leader+-programmet stimulerar till att det utvecklas lokal kapacitet.

■ 6. Varaktighet

Projekten startade i december 2004 och kommer att slutföras i december 2007.

■ 7. Budget

Projektens totala budget är 125 900 euro, varav 25 180 euro kommer från EUGFJ och 100 720 euro från offentliga medel

LAG-gruppens kontaktuppgifter

☎ Den lokala aktionsgruppens namn: LAG Müllerthal

☎ Kontaktperson: Annette Peiter

☎ Adress: 30, route de Wasserbillig, L-6490 Echternach

☎ Tfn (352) 26 72 16 30

☎ Fax (352) 26 72 16 32

☎ E-post: leaderplus@echternach.lu

☎ Internet: www.mu.leader.lu

Bilder från LAG Müllerthal.





NEDERLÄNDERNA

Planering på gräsrotsnivå i Drenthe

Projektbakgrund

Leader+-området Oost Drenthe består av fyra olika delar, var och en med sina särdrag: flodslätten kring Drentsche Aa, Hondsrug, Hunze-dalen och torvbrytningsdistriktet.

Området har ett extensivt jordbruk och är mycket beroende av odlingen av industripotatis. Drenthe har en utbredd turism och vissa områden hör nu till de populäraste semesterdestinationerna i Nederländerna. I områdena kring sandstränderna har turisttrycket varit mycket starkt, medan turisminfrastrukturen inte är särskilt utbyggd inom andra områden, som torvbrytningsdistriktet och Hunze-dalen. Den kommersiella verksamheten är begränsad och endast ett fåtal småbyar är utspridda över hela området.

LAG-gruppen Oost Drenthe vill förbättra miljön genom att stärka regionens natur, skogsbruk och landskap. Gruppen strävar efter att utveckla landsbygdsturismen och främja entreprenörskap som har en koppling till småskalig kommersiell verksamhet. Eftersom det förekommer ett utbrett jordbruk inom regionen inriktar sig LAG-gruppen på att öka diversifieringen inom jordbruket, samtidigt som man försöker stärka livskvaliteten sett i ett sociokulturellt perspektiv. LAG-gruppens huvudstrategi består i att "ta tillvara de resurser som finns i natur och kultur".

Varför är det här projektet ett exempel på goda metoder?

Projektet visar på **innovation** eftersom man här tillämpar en ny form av ledningsstrategi när det gäller lokalsamhällets idéer om kommun- och provinsplanering. Byplaneringen är **innovativ** i sig, eftersom den ger uttryck för lokala känslor och förhoppningar. Dessutom bidrar den till att upprätta förbindelser så att den information som genereras kopplas direkt till den lokala planeringsprocessen. Drenthe-provinsen och Leader+ har hjälpt till att sprida ut fördelarna över hela området.

Områdesfakta

👤 **Befolkning: 82 300 invånare**

🌳 **Yta: 692 km²**

👤 **Befolkningstäthet: 118 invånare/km²**

👤 **Antal kommuner: 3**



Modellen är visserligen toppstyrd, men modellprocessernas värde består i att de lokala byborna engageras, motiveras och organiseras genom en tydlig **lokalt förankrad strategi**. Hela processen stöddes genom STAMM (en samrådsgrupp) och omfattar en metod för överlämnande till byborna, vilket är avgörande för att man ska lyckas med projektplaneringen och den lokala behovsidentifieringen. Det är en samhällsutvecklingsstrategi där man försöker bygga upp kapacitet innan lokalbefolkningen tar över.



Den övergripande idén kom från en medlem i den **lokala aktionsgruppen** som var projektrepresentant. Medlemmen kände till det arbete som STAMM och BOKD hade utfört för att stimulera de lokala byplanerna och föreslog LAG-gruppen ett **partnerskap**. Vid sidan av huvudaktörerna inom byplanering och lokal förvaltning har LAG-medlemmarna spelat en avgörande roll för projektets utformning och genomförande.

Projektet stöder byarnas **hållbara utveckling** genom att säkerställa att de lokala myndigheternas strategiska planering involverar det som engagerar lokalinvånarna. Denna metod resulterar också i att lokalbefolkningen känner ett större engagemang samt att de frivilliga satsar mer tid på att förbättra och utveckla byn. Andra viktiga fördelar som gäller områdets **hållbara utveckling** på lång sikt är t.ex. att det upprättas samhällskapacitet och en kontinuerlig dialog kring "gemensamma frågor".

Projektbeskrivning

■ 1. Kort projekthistorik

Under flera års tid har medborgare och myndigheter försökt finna nya samarbetsmöjligheter i Drenthe. Myndigheterna har t.ex. försökt involvera medborgarna i beslutsfattandet, samtidigt som invånarna har försökt finna nya sätt att få mer att säga till om. Syftet med initiativet är att öka de lokala bybornas engagemang för hur trakten utvecklas.

Drenthe-provinsen är initiativtagare till projektet, som genomförs av STAMM CMO samt BOKD (bred samrådsgrupp för småbyarna i Drenthe). STAMM CMO bildades på 1960-talet och är en ideell provinsorganisation som ägnar sig åt sociala frågor och samhällsutveckling. BOKD är en lobbyorganisation för småbyarna. Båda organisationerna har erfarenhet av gräsrotsplanering när det gäller sociala frågor och fysisk planering.

Ett exempel på ett sådant projekt från Drenthe-provinsen är "Landsbygdsutveckling på nytt sätt". Det utvecklades sedan BOKD hade genomfört ett pilotprojekt. Det omfattade tre olika byutvecklingsplaner som genomfördes av BOKD samt två byagendor som genomfördes av STAMM. Detta resulterade i planer där byborna lyfte fram det som var viktigt för dem och fastställde en framtidsagenda med konkreta idéer och projekt.

STAMM och BOKD kontaktades av en provinsrepresentant, som också var medlem i LAG-gruppen Oost-Drenthe. Gruppen uppmanade STAMM och BOKD att utveckla en ny form av plan som var mer praktiskt utformad och skulle kunna användas i samband med den fysiska planeringen.

LAG-medlemmarnas idéer integrerades i processen, vilket inspirerade BOKD och STAMM. Bybornas arbete för att utveckla sina idéer till en lokal agenda stöddes genom Leader+-finansiering.

■ 2. Huvudsaklig verksamhet

I Drenthe utarbetades det en lokal handlingsagenda med fokus på bylandskapet. Med hjälp av en rad olika metoder som bygger på delaktighet uppmanades byborna att beskriva byns identitet genom att utgå från nuvarande fördelar och brister. På regional nivå genomfördes en expertanalys av landskapets särdrag med tanke på kommun- och provinsstrategier som berör regionen. Sedan dessa båda uppgifter hade slutförts anordnade man gemensamma workshops där byborna kunde utarbeta sin handlingsagenda för byn med hjälp av administrativa tjänstemän och sakkunniga.

Projektets pilotverksamhet genomfördes i Zuidlaarderveen där en egen byplan, den s.k. Dorpsagendan, utarbetades. Här framhölls vad som var särskilt viktigt för byborna och ett framtidsprogram utarbetades. En brainstorming resulterade i hela 300 olika uppslag! Mindre arbetsgrupper arbetade sedan vidare med idéerna från brainstormingen och det togs fram en agenda som presenterades för byn för att kunna godkännas. Här fanns det många ambitiösa projektidéer, t.ex. att bygga en båtled/simbassäng i en rekonstruerad del av flodkanalen, att fastställa frågor rörande trafikreglering, att inrätta ett gym i byns samlingslokal samt få barnen/skolorna mer integrerade i samhällslivet. De flesta av dessa idéer blev LAG-projekt.

Idéerna presenterades sedan för byn i ett snyggt fyrsidigt dokument, som hade tagits fram för detta ändamål. Frivilliga fick i uppdrag att utföra särskilda uppgifter. Detta resulterade i att sextio frivilliga arbetade i grupper med olika uppgifter som de hade valt. Byföreningen bibehöll kontrollen för att se till att olika praktiska saker genomfördes.

För själva utvecklingsarbetet av planen gäller det att bilda en "agendakommitté" som fungerar som en styrgrupp för projektet. I kommittén ska det ingå bybor som står för en viss del av byns erfarenheter. Det kan t.ex. vara äldre, ungdomar, nyinflyttade och etablerade invånare, personer med och utan bil samt familjer.

■ 3. Konkreta resultat

Genom projektet har man lyckats stimulera invånarnas ansvarstagande för sin omgivning samt skapa större intresse och medvetenhet kring byns historia. Lokalinvånarnas engagemang innebär också att identiteten och den sociala sammanhållningen stärks.





Denna modell har resulterat i ett högt deltagande (80 % lämnade in frågeformuläret) och ökningen av antalet frivilliga har inneburit att de sociala kontakterna har stärkts.

Inom ramen för projektet har det upprättats en förbindelse till de lokala myndigheterna på kommunnivå. Fördelen med projektet är att det kan omvandla visioner till konkreta planer. Det ger en bättre förståelse mellan invånare och planerare. Resultatet har blivit en ökad synergi mellan olika lokala behov, som samtidigt införlivas bättre i de strategier och planer som styrs uppifrån.

Det har utarbetats en bok om hur man utvecklar en sådan här agenda, och 300 exemplar har sänts ut till kommuner och välfärdsorganisationer i provinsen. De första tecknen tyder på att denna metod skulle kunna användas som allmän bästa metod.

■ 4. Problem/erfarenheter

Det är viktigt att projektet har en fortsatt stödjande funktion och arbetar aktivt med lokalsamhällena. Om verksamheten stagnerar kan det leda till att lokalinvånarnas stöd och engagemang upphör. En annan anledning till oro är att kommunen kan ta över agendan utan att bry sig om den gemensamma processen, så att byarna utesluts. En förutsättning för att metoden ska fungera är därför att det råder en viss grad av samförstånd i byn – om det förekommer grundläggande meningsskiljaktigheter är metoden mindre användbar.

LAG har lärt sig att man måste vara fullständigt tydlig när arbetsplanen utarbetas. Det kan vara till fördel med tidiga projektframgångar som främjar/förlänger samhällsengagemanget ytterligare.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet

Projektet är verkligt lokalt förankrat och bygger på lokalsamhällenas deltagande. Projektet har kunnat genomföras tack vare stödet från Leader+, eftersom finansiering till en sådan här process endast går att få via Leader+.

LAG-gruppen har stött planen och kunnat förbättra den genom att konkretisera den ytterligare i samband med tillämpningsprocessen. Leaders "pilotkaraktär" framgår tydligt, eftersom det finns tecken på att provinsen kan integrera processen i sin fysiska planering.

■ 6. Varaktighet

Projektet pågick i två år: det inleddes i december 2004 och avslutades i december 2006.

■ 7. Budget

Projektet har en total budget på 155 073 euro, där 51 190 euro kommer från EUGFJ, 62 050 euro är offentliga nationella medel och 41 833 utgörs av privata medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

📍 Den lokala aktionsgruppens namn: Oost-Drenthe

📍 Kontaktperson: Cathrien Posthumus

📍 Adress: Postbus 122, 9400 AC Assen, Nederländerna

📞 Tfn (31-592) 36 56 50

📠 Fax (31-592) 36 56 71

✉ E-post: c.posthumus@drenthe.nl

🌐 Internet: www.leader.drenthe.nl/oostdrenthe/index.htm

Bilder från LAG-gruppen Oost Drenthe.

Foto 1: Paul Paris, Amsterdam.

Foto 2: Cees Brauns, Zuidlaarderveen





PORTUGAL

En tidig start: Teaterundervisning på landsbygden



Projektbakgrund

Området Adriminho ligger i nordöstra Portugal och gränsar i norr till den autonoma regionen Galicien (Spanien), i söder till kommunerna i Vale do Lima-dalen och i väster till Atlanten. Området, som ligger längs floden Minho, är landets mest tätbefolkade gränsregion (med en 7 mil lång gräns) och kännetecknas av starka gränsförbindelser. Regionen är känd för sin produktion av *vinho verde* (framför allt Alvarinho-vin), sin gårds- och byturism och sina kulturella traditioner. Regionens huvudsektorer är jordbruk (vin), textilindustri och handel.

Det prioriterade temat för den lokala strategin är "att höja livskvaliteten för lokalbefolkningen". Strategin utvecklas utifrån de lokala resurserna, t.ex. områdets kulturarv. Viktiga åtgärdsområden är bl.a. att åstadkomma socioekonomisk utveckling i Vale do Minho, att locka till sig investeringar, att skapa arbetstillfällen och diversifiera den ekonomiska verksamheten, att främja den lokala kulturen samt bevara miljö och naturtillgångar.

Områdesfakta

- 👤 Befolkning: 79 480 invånare
- 🌍 Yta: 951 km²
- 👤 Befolkningstäthet: 85 invånare/km²
- 🏘️ Antal kommuner: 6





Varför är det här projektet ett exempel på goda metoder?

Projektet kan betecknas som en **områdesbaserad strategi**. Genom projektet får det lokala teatersällskapet (Comédias do Minho) stöd för att bedriva teaterundervisning i trakten. Att få tillgång till information, utbildning och kultur är viktiga faktorer för att höja livskvaliteten på landsbygden. Projektet stärker de lokala kulturtraditionerna och känslan för kulturarvet genom att sätta upp pjäser om lokala ämnen, t.ex. "Legenderna från Minho-dalen". Kultur är också viktigt för att locka fler besökare, turister och bofasta till regionen. Det är allmänt känt att kultur inte enbart bidrar till att lokalområdet utvecklas socialt utan även ekonomiskt, eftersom kulturen stimulerar till tillväxt inom fritidssektorn och samtidigt gör området mer attraktivt.

Adriminho har bildats med utgångspunkt från ett starkt **partnerskap** mellan flera olika offentliga och privata aktörer i området, däribland de fem kommunerna, turistorganisationer, lantbrukare och entreprenörer osv. Projektet har utvecklats genom samarbete mellan de lokala aktörerna (framför allt de lokala kommunerna, entreprenörerna och skolorna).

Projektet växte fram sedan de lokala kommunerna (Melgaço, Monção, Paredes de Coura, Valença och Vila Nova de Cerveira) hade konstaterat att det fanns ett behov av fler kulturåtgärder. Dessa kommuner spelar en aktiv roll som pådrivare för områdets kulturutvecklingsstrategi. Kommunsammanslutningen (Comunidade Intermunicipal do Vale do Minho) är engagerad i strategimötena om regionens kulturella utveckling.

Ett kulturnätverk för Minho-dalen (Rede Intermunicipal do Vale do Minho) har bildats med hjälp av en lokal kulturtjänsteman och tekniker, den lokala kommunsammanslutningen (Comunidade Intermunicipal do Vale do Minho) och Adriminho. Genom arbetsmöten där man har fastställt huvudsakliga åtgärdsområden samt vilka åtgärder som behövs har **nätverket** utvecklat en lokal kulturutvecklingsstrategi. Som ett resultat av detta bildades föreningen Comédias do Minho för att stödja kulturverksamheten inom området.

Genom projektet **integreras** de kulturaktiviteter som kommunerna har tagit fram för Minho-dalen i den mer omfattande kulturutvecklingsstrategin. Som ett led i denna strategi har en del betydande kulturinvesteringar gjorts under de senaste åren (bl.a. Centro Cultural och Museu Regional i Paredes de Coura, Casa da Cultura och Núcleo Museológico i Melgaço, Casa do Curro och Cine-Teatro João Verde i Monção samt Biblioteca Municipal i Valença).

Projektbeskrivning

■ 1. Kort projekthistorik

Kultur- och teateraktiviteter anses vara de främsta drivkrafterna för social och personlig utveckling i regionen. Initiativet till projektet "Ett teatersällskap på landsbygden" kom från de olika kommunfullmäktige i Minho-dalen (Câmara Municipal de Melgaço, Câmara Municipal de Monção, Câmara Municipal de Valença, Câmara Municipal de Paredes de Coura och Câmara Municipal de Vila Nova de Cerveira), och syftet är att bidra till den lokala utvecklingen i Minho-dalen genom att stärka den lokala kulturverksamheten. Som ett led i den lokala kulturstrategin har de lokala kommunfullmäktige bildat föreningen "Comédias do Minho". Föreningen har ansökt om Leader+-finansiering för att genomföra olika typer av teaterundervisning i trakten. Det främsta syftet med projektet är att förbättra den lokala kulturkännedomen samt att öka lokalbefolkningens kulturmedvetenhet genom att engagera dem i teaterverksamheten.

■ 2. Huvudsaklig verksamhet

Inom ramen för projektet genomförs en rad olika undervisnings- och kulturaktiviteter. Några exempel:

- Introduktionskurs i teateruttryck, där syftet är att visa eleverna i de lokala skolorna hur man kan uttrycka sig genom teater samt se till att detta kommer till användning genom att starta teatergrupper i skolorna.
- Initiativet "Teater i skolan", där syftet är att utbilda lärarna i de fem kommunernas grundskolor, gymnasieskolor och yrkestekniska skolor om hur man kan använda teatern som ett pedagogiskt verktyg.
- Undervisning av amatörskådespelare i syfte att utveckla teateraktiviteter på amatörnivå.

Andra aktiviteter har till uppgift att skapa ökad kunskap och sprida teaterkulturen inom lokalområdena genom att visa teaterpjäser för barn och vuxna samt sätta upp olika litterära verk.

■ 3. Konkreta resultat

Det nybildade lokala teatersällskapets aktiviteter har bidragit till att stärka och stimulera den lokala kulturverksamheten. Det har satts upp flera olika teaterpjäser i traktens församlingar. Projektet har också haft en stimulerande effekt på de lokala kulturaktiviteterna och kulturorganisationerna i de deltagande kommunerna. Detta har framför allt varit av betydelse för ungdomarna



i landsbygdsområdet. Kulturen har förts närmare lokalbefolkningen, som har fått en ökad förståelse för kulturella frågor.

De positiva projektresultaten har lett till att vissa utbildningsorgan nu satsar på teateraktiviteter samt att de lokala kultur- och fritidsföreningarna i vissa församlingar har startat teatergrupper (vilket är multiplikatoreffekter av projektet).

■ 4. Problem/erfarenheter

Föreningen har haft svårt att få den ekonomiska självständighet som krävs för att kunna genomföra sin verksamhet. Även om föreningen får stöd från de lokala kommunfullmäktige, har den varit verksam som en ideell förening.

Projektet har också haft problem med allmänhetens (och framför allt de äldres) bristande intresse för teaterpjäser. Lokalbefolkningen går av hävd inte på teatern och det har varit svårt att få dem att ändra inställning. Detta bristande intresse har gjort att projektet totalt sett inte har blivit lika framgångsrikt.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet

Projektets främsta mervärde är att det har bidragit till att införa teateraktiviteter i lokalområdet samt fört kulturen närmare lokalbefolkningen. Det är svårt att få ekonomisk bärkraft i teateraktiviteter som genomförs i landsbygdsområden där det saknas en stark tradition för sådana aktiviteter. Leader+-finansieringen har gjort det möjligt att genomföra utbildningsaktiviteter och sätta upp olika teaterproduktioner i lokalområdet, i och med att man har fått ekonomiskt stöd till skådespelararvoden och den utrustning som används. Den har inneburit att den lokala teaterföreningen har kunnat bedriva sin verksamhet.

Leader+-finansieringen har också bidragit till att ge en insikt om kulturens betydelse och värde för den lokala sociala utvecklingen och en höjd livskvalitet. Till följd av detta kommer projektet att få ekonomiskt stöd från de olika kommunfullmäktige i Minho-dalen samt det nationella kulturministeriet.

■ 6. Varaktighet

Projektet pågick under ett år. Det inleddes i juni 2005 och avslutades i juni 2006.

■ 7. Budget

Projektets totala budget är 251 330 euro, varav 94 249 euro kommer från EUGFJ, 31 416 euro från offentliga nationella medel och 125 665 euro från privata medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

☎ Den lokala aktionsgruppens namn:
Adriminho

☎ Namn på kontaktperson: Ana Paula Xavier

☎ Adress: Edifício do Gat do Vale do Minho,
Av. Miguel Dantas, 69, P-4930-678
Valença

☎ Tfn (351) 251 82 58 11

☎ Fax (351) 251 82 56 20

☎ E-post: adriminho@mail.telepac.pt

☎ Internet: www.adriminho.pt

Den lokala aktörens kontaktuppgifter

☎ Organisationens namn: Associação
Comédias do Minho – Associação para a
promoção e Actividades Culturais no Vale
do Minho

☎ Kontaktperson: Maria Joana Pinto
Rodrigues

☎ Adress: Centro Cultural de Paredes de
Coura, P-4940 Paredes de Coura

☎ Tfn (351) 251 78 01 24

☎ Fax (351) 251 78 01 21

Bilder från LAG Adriminho.





SPANIEN

Ett regionalt kvalitetsmärke

Projektbakgrund

LAG-gruppen är verksam i området El Condado i norra delen av Jaén-provinsen, som har en rik mångfald av flora och fauna, bördiga jordar och ett vackert landskap med olivdungar, bergskedjor, en naturpark i öster och floden Guadalimar i söder. Lokalbefolkningen i El Condado lever nästan uteslutande på jordbruket (95 %), och olivoljeframställningen och boskapsuppfödningen är av central betydelse för den lokala ekonomin. Det finns en hög andel mikroföretag, egenföretagare och landsbygdskooperativ. Andra former av bashandel eller bastjänster ligger under provinsgenomsnittet, och området har under flera år varit den spanska provins som har haft lägst besöksantal.

Utbildnings- och inkomstnivåerna är låga och arbetslöshetstalen ligger betydligt högre än provins- och landsgenomsnittet. Endast 17,4 % av kvinnorna i arbetsför ålder är yrkesverksamma och mer än en tredjedel av den aktiva befolkningen är arbetslös. Att arbetsmarknaden erbjuder färre möjligheter och lägre löner leder till en utflyttning av lokalinvånarna, framför allt kvinnorna, vilket kan skapa demografiska problem på lång sikt.

LAG-gruppens strategi går ut på att utnyttja områdets alla inneboende möjligheter och resurser genom att mobilisera de lokala aktörerna och förena krafterna i syfte att skapa nya projekt och idéer för en verkligt integrerad och varaktig landsbygdsutveckling. Huvudfokus är att ta till vara värdet i de lokala produkterna och förbättra bilden av de olika landsbygdsregionerna samtidigt som man balanserar och integrerar aktiviteterna mellan de olika områdena.

Områdesfakta

👤 **Befolkning: 24 813 invånare**

🌍 **Yta: 1 548 km²**

👤 **Befolkningstäthet: 16 invånare/km²**

👤 **Antal kommuner: 8**





Ett regionalt kvalitetsmärke



(jordbrukslivsmedel, turism, hantverk, industri, miljösektor osv.) och landsbygdsområden för att tillsammans fastställa kvalitetsstandarder för samtliga företag, varor och tjänster. De aktiviteter som utvecklas genom projektet kan överföras på såväl mellanregional som transnationell nivå. Det som samtliga involverade regioner är ute efter är generellt sett synergieffekter samt möjligheter att diversifiera och förbättra sina landsbygdsekonomiers konkurrenskraft.

Projektbeskrivning:

■ 1. Kort projekthistorik

Under den första Leader+-fasen (2002–2006) var huvudsyftet med projektet att skapa ett "regionalt kvalitetsmärke" inom olika landsbygdsekonomier i Spanien (samt ett eget märke i Italien respektive Frankrike). Det är ett instrument som syftar till att förbättra regionernas image och konkurrenskraft genom att erbjuda varor och tjänster som håller hög kvalitet. Till att börja med var det den spanska LAG-gruppen "El Condado de Jaén", den franska regionen Cathare samt en tredje partner från Italien (Valle Umbra) som utbytte erfarenheter och mobiliserade lokala aktörer i sina respektive länder/regioner. Projektet har nyligen stärkts genom ytterligare finansiering för en andra fas (2006–2008), där syftet är att införa ett europeiskt kvalitetsmärke genom transnationellt samarbete med andra europeiska länder (Grekland, Frankrike och Italien).

I Spanien deltog nio olika LAG-grupper under den första fasen, då de aktivt engagerade och samarbetade med ett antal offentliga institutioner, privata företag och samhällsgrupper för att skapa det "regionala kvalitetsmärket" samt enas kring gemensamma principer och värderingar. Det regionala kvalitetsmärket varierar mellan olika områden, eftersom varje LAG-grupp har en egen regional logotyp med områdets namn som kombineras med det gemensamma varumärket, den logotyp som används av samtliga grupper med texten "Calidad Rural".

Under den nya fasen (2006–2008) omfattar det transnationella nätverket nitton olika LAG-grupper (varav tio grupper är spanska, fem grekiska, tre italienska och en grupp är fransk). Grupperna håller just nu på att utarbeta föreskrifter för hur man åstadkommer ett konkurrenskraftigt europeiskt kvalitetsmärke och diskuterar olika sätt att införa ett gemensamt kvalitetsmärke på europeisk nivå (inklusive utformning, framtida ledning, kontrollmekanism, gemensamma åtgärder osv.).

■ 2. Huvudsaklig verksamhet

Under den första projektfasen utbytte området El Condado i Jaén aktivt erfarenheter med en grupp i franska Cathare, som redan hade kommit långt när det gäller att införa regionala

Varför är det här projektet ett exempel på goda metoder?

Projektet följer en **stark områdesbaserad strategi** och bygger vidare på varje regions inneboende styrkor. Det tar till vara värdet i de lokala resurserna och kulturarvet i varje område, har till syfte att skydda naturen och verkar för en hållbar lokal utveckling.

Projektet har också en **stark partnerskapsstrategi** i syfte att uppnå en balanserad och integrerad landsbygdsutveckling. I projektet deltar en rad olika lokala aktörer, som offentliga och privata företrädare från olika kommunfullmäktige, fackföreningar, kulturföreningar och samhällsgrupper, privata företag och universitet.

Det finns också en **starksamarbets- och nätverksstrategi** inom initiativet. Under den första fasen arbetade området El Condado inom ett nätverk med nio andra spanska områden och under den andra fasen med tio grupper, vilket också innefattade samarbete med LAG-gruppen Sobrarbe y La Ribagorza. Redan under den första fasen hade nätverket haft en del utbyten med grupper från andra länder, även om tyngdpunkten låg mer på samarbete mellan områden. Detta är något som man räknar med kommer att intensifieras under den andra fasen. Utbildning och fackinriktade workshops stimulerar till utbyten och samarbete mellan olika LAG-grupper, men bidrar också till att förbättra de lokala/regionala aktörernas färdigheter och kunskaper inom dessa områden. Samarbetet är inte begränsat till ett enkelt erfarenhetsutbyte, utan omfattar också det gemensamma målet att tillsammans genomföra aktiviteter, som att skapa det regionala kvalitetsmärket. Detta är något som LAG-grupperna använder inte bara som ett marknadsförings- eller affärsverktyg, utan också som ett instrument för att stimulera till en diskussion kring lokala utvecklingsfrågor. Syftet med detta är att stimulera till dialog mellan olika regioner och aktörer på landsbygden, först och främst på lokal och nationell nivå, men sedan även på europeisk och internationell nivå.

Marca de Calidad Territorial är ett **integrerat projekt** som är öppet för alla missgynnade landsbygdsregioner och deras invånare. Det ses som en nödvändighet att involvera och samarbeta med aktörer från olika sektorer





kvalitetsmärken och var en bra förebild. En studieresa anordnades och LAG-gruppen började marknadsföra initiativet gentemot andra grupper och regioner i Spanien. Grupperna införde därefter kvalitetsmärken i sina egna områden och fastställde klara riktlinjer för hur det gemensamma kvalitetsmärket (utformning, färg) skulle få användas tillsammans med de regionala kvalitetsmärkena. Det utarbetades ett förslag till föreskrifter som gällde samtliga LAG-grupper, där man beskrev alla regler samt gemensamma värderingar och principer. Grupperna samarbetade också kring olika mellanregionala marknadsföringsaktiviteter och nationella mässor.

■ 3. Konkreta resultat

Den första fasen gav följande resultat:

- Förfaranden och ansvarsområden för de olika deltagande LAG-grupperna klargjordes.
- Samtliga LAG-grupper enades kring regler, villkor och lägsta kvalitetskriterier i fråga om varor och tjänster.
- Ett gemensamt kvalitetsvarumärke (eller en logotyp) för de nio regionala kvalitetsmärkena skapades och designades.
- Nio regionala kvalitetsmärken lanserades av de nio LAG-grupperna.
- Gemensamma värderingar och principer fastställdes i ett förslag till föreskrifter, där man bl.a. tog upp:
 - Allmän miljöhänsyn (dvs. att hushålla med vatten, energi och råvaror samt inte orsaka några utsläpp).
 - Företagens sociala ansvarstagande (dvs. att använda sig av lokala resurser, tillämpa en ansvarsfull marknadsföring och innovation samt en ansvarsfull och social ledning).
 - Arbeta för lika möjligheter.
- Lednings- och kontrollmekanismer (ett kvalitetssäkringssystem) har fastställts för varje region för att säkerställa att alla följer dessa standarder när de använder kvalitetsmärkena.
- Marknadsföringsmaterial och Internetannonser har utarbetats och utbildningsseminarier och workshops anordnats.

■ 4. Problem/erfarenheter

På mellanregional nivå hade nätverket stora problem med att fastställa minimistandarder för det gemensamma varumärket, eftersom varje LAG-grupp i de spanska autonoma områdena hade olika kriterier och villkor för användningen av de egna regionala kvalitetsmärkena och detta gjorde att hela processen tog längre tid. Olika

bestämmelser och administrativa förfaranden gjorde det omöjligt att skapa ett europeiskt kvalitetsmärke under den första fasen. Inom ramen för projektet lyckades man emellertid mobilisera lokala/regionala aktörer i dessa landsbygdsområden och uppnådde goda förstaresultat.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet

Projektet har inneburit att de olika grupperna har fått stor driftsfördelar genom gemensamma åtgärder och marknadsföringsåtgärder. Det har stimulerat till gemensam marknadsföring av högkvalitativa varor och tjänster samt främjat förbindelserna mellan de olika institutionerna. Den förbättrade affärsverksamheten har inneburit att de har blivit mer konkurrenskraftiga och bättre rustade att möta den globaliserade marknaden tillsammans. Genom Leader+-strategin har det utvecklats gemensamma värderingar och principer, landsbygdsområdena har blivit bättre på att ta tillvara sina lokala resurser samtidigt som åtgärderna har varit mer balanserade och delområden med sämre förutsättningar har integrerats.

■ 6. Varaktighet

Projektet har varat i tre år och fem månader. Det inleddes den 7 november 2002 och slutfördes den 30 mars 2006.

■ 7. Budget

Den totala kostnaden för projektet är 771 143 euro, varav 510 789 euro kommer från EUGFJ, 227 634 euro kommer från offentliga nationella medel och 32 720 euro från privata medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

- 👤 **Den ledande LAG-gruppens namn:** Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de "El Condado-Jaén"
- 👤 **Kontaktperson:** Sebastián Lozano Mudarra
- 👤 **Adress:** Subrie, 8, E-23250 Santisteban del Puerto (Jaén)
- 👤 **Tfn** (34) 953 40 12 40
- 👤 **Fax** (34) 953 40 14 14
- 👤 **E-post:** slozano@condadojaen.net
- 👤 **Internet:** www.calidadterritorial.com

Bilder från LAG-gruppen Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de "El Condado-Jaén".



SPANIEN

Naturreservatet Las Loras

Projektbakgrund

Det här programmet har genomförts i ett område som ligger i den östra delen av den kantabriska bergskedjan och som gränsar till de autonoma regionerna Kantabrien och Kastilien-Léon (den största regionen i Spanien) samt provinserna Palencia och Burgos. Området har alltid varit relativt isolerat eftersom det är kringgärdat av bergskedjor och floder, men här finns en storslagen natur och ett ytterst varierat landskap och klimat. Naturreservatet Las Loras är en "grön korridor", som är en fantastisk naturlig turistresurs för de omgivande regionerna och provinserna, men också kan visa upp ett rikt kulturarv, eftersom det inte på något annat ställe i Spanien eller Europa finns en sådan hög grad av romanska och medeltida kulturminnesmärken.

Tjänstesektorn är starkt representerad i båda regionerna (ca 60 %), följt av industrisektorn (ca 20 %), byggindustrin, jord- och skogsbruket. Jordbrukssektorn har gradvis omvandlats från traditionellt jordbruk till ett system som är uppbyggt kring små familjejordbruk, mjölkboskap och mjölkproduktion. Turistindustrin har länge varit mycket underutvecklad, men antalet turister som kommer till regionen ökar konstant. Arbetslöshetstalen och lönenivåerna varierar mellan de olika kommunerna och provinserna, men ligger något under det nationella genomsnittet.

Syftet med det mellanregionala landsbygdsutvecklingsprojektet är i första hand att det ska höja livskvaliteten och skapa sysselsättning. Tanken är att det ska göra lokalsamhällena medvetna om områdets natur- och kulturarv samt få dem att förstå vilken betydelse de har för områdets bevarande och tillgänglighet. Strategin för País Románico är att man i området ska skapa nya arbets- och inkomstmöjligheter, som baseras på principerna om inneboende och hållbar utveckling och drivs fram av lokalinvånarnas åtgärder.



Områdesfakta

👤 **Befolkning: 25 594 invånare**

🌳 **Yta: 1 133 km²**

👤 **Befolkningstäthet: 23 invånare/km²**

🏘️ **Antal kommuner: 16**





Varför är det här projektet ett exempel på goda metoder?

Projektet följer en **stark områdesbaserad strategi**, eftersom det bygger på de natur-, kultur- och personresurser som finns lokalt och ger landsbygdsområdet betydligt bättre förutsättningar att generera inkomster. Det bidrar till att skydda naturmiljön och strävar efter en hållbar lokal utveckling. Initiativet ökar medvetenheten hos lokalbefolkningen och utnyttjar nya vetenskapliga metoder och strategier för att bevara naturen och det geologiska arvet i regionen.

Idén kom ursprungligen från en grupp geologer och en universitetslärare från trakten, som föreslog för de lokala myndigheterna och naturvårdsgrupperna att det skulle bildas ett naturreservat i Las Loras-regionen. Detta **lokalt förankrade initiativ** anammades av LAG-gruppen País Románico och andra lokala förvaltningar och organisationer. Det bygger också på ett starkt partnerskap mellan Junta Vecinal (grannskapsorganisationen) i Villaescusa de las Torres samt två lokala föreningar från Rebolledo de la Torre och Revilla de Pomar. Initiativtagarna bildade även en förening (ARGEOL), som skulle fungera som påtryckningsgrupp inom region- och regeringsinstanserna i fråga om naturreservatets finansiering och framtida förvaltning. Det förekommer också ett starkt samarbete med lokala aktörer, som naturvårdsgrupper, den privata sektorn, olika universitetslokala företrädare och geologiinstitutioner, som bedriver återkommande forskning i området. Aktiviteter som "Workshop i naturlandskap" (genomfört med hjälp av 18 regionala konstnärer) skapar nya förbindelse-länkar mellan lokalinvånarna.



Projektet följer också en **integrerad strategi** eftersom det kopplar samman olika sektorer (turism, konst, miljö, utbildning) och kompletterar andra projekt inom området, som är en del av en mer omfattande strategi i syfte att förbättra turistverksamheten och marknadsföra området som "den romanska landsbygden och ett kultureuropeiskt resmål".



Projektbeskrivning:

1. Kort projekthistorik

Idén kom ursprungligen från en grupp geologer och en universitetslärare från trakten, som föreslog för de lokala myndigheterna och naturvårdsgrupperna att det skulle bildas ett naturreservat i Las Loras-regionen. Projektidén fick starkt stöd från Junta Vecinal of Villaescusa de las Torres tillsammans med två lokala föreningar från två andra städer i regionen, nämligen Acetre (i Rebolledo de la Torre) och Amigos (i Revilla de Pomar). Idén anammades sedan av LAG-gruppen País Románico.

Det gynnade området ingår i Natura 2000-nätverket, och projektet drivs inom ramen för Las Loras-regionens mer omfattande geologiska naturreservatprogram (som även omfattar den norra delen av Burgos och Palencia). Projektet genomförs som en pilotåtgärd för Villaescusa de las Torres, Revilla de Pomar och Rebolledo de la Torre. De erfarenheter och lärdomar som man får genom projektet kommer att bli avgörande för hur områdets naturvårds- och miljöstrategier utvecklas (inklusive naturminnena i Las Tuerces och Covalagua). Projektet kommer att bidra till att bevara miljön och samtidigt göra det lättare att bemöta de hot som regionen står inför, t.ex. att det anläggs ett nytt järnvägsspår eller att huvudkontoret för ett vindkraftbolag byggs där.

2. Huvudsaklig verksamhet

Projektet beräknas omfatta följande aktiviteter:

- Erbjuda studiebesök för fackmän och lokala tjänstemän till geologiparken i Aliaga (Teruel) och naturreservatet i Haute-Provence (Frankrike).
- Genomföra en vetenskaplig studie, som även omfattar fältarbeten och insamling av relevant information (beskrivning och kartografi, fotografiskt material, en karta över tillgångar och turistservice).



- Placera ut skyltar som visar vägen mellan de olika observationsplatserna på tre olika vandringsleder.
- Ge information om olika turer (förklarande tabeller) och temarutter (med t.ex. geologisk, biologisk, arkitektonisk inriktning).
- Marknadsföra naturreservatet gentemot de lokala aktörerna (utforma och distribuera en reklambroschyr och en vägvisare till naturreservatet samt etablera kontakter och erfarenhetsutbyte med initiativtagare till andra naturreservat).
- Utföra en behovsanalys när det gäller infrastruktur-investeringar (vägar, parkeringsplatser, tolkningscentral, utmärkningssystem, undervisnings- och reklam-material).
- Tillhandahålla ytterligare information om andra lokala resurser och tjänster.

■ 3. Konkreta resultat

Åtgärden har gett följande resultat:

- Studiebesök.
- Tre olika vandringsleder har upprättats och reklammaterial har tagits fram.
- Det har utvecklats verktyg som ska bevara den lokala landsbygden och som kommer att bidra till att skydda det geologiska naturarvet i Las Loras-regionen
- Det har skapats en högkvalitativ natur- och kulturinriktad turismprodukt med tillhörande tjänster (t.ex. utställningar).
- Lokalbefolkningen har blivit mer medveten om det lokala kulturarvet och naturtillgångarna.
- Bättre marknadsföring av naturtillgångarna.

■ 4. Problem/erfarenheter

Den största svårigheten består i att samordna och aktivt involvera projektets olika partner, som utgörs av lokala förvaltningar och föreningar med låg finansierings- och ledningskapacitet, samt att hantera den regionala förvaltningens komplexitet.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet

Leader-programmet har i hög grad bidragit till den ökade uppskattningen av det lokala naturarvet och visat på hur viktigt det är att naturarvet skyddas. Utvecklingen av områdesbaserade turismaktiviteter och bevarandet av geologiska platser har inneburit att Leader+-finansieringen i hög grad har bidragit till att de lokala resurserna har använts effektivt, samtidigt som nya arbetstillfällen har skapats och ytterligare lokala inkomster har genererats.

■ 6. Varaktighet

Projektet har pågått under två och ett halvt år. Det inleddes den 31 januari 2004 och slutfördes den 30 juli 2006.

■ 7. Budget

Den totala kostnaden för projektet är 137 912 euro, där 110 330 euro kommer från EUGFJ och 27 582 euro kommer från privata medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

📍 Den lokala aktionsgruppens namn:
Asociación País Románico

📍 Kontaktperson: Fernando Garcia Garcia

📍 Adress: Avda. de Cervera, 26, E-34800
Aguilar de Campó / Palencia, Castilla y
Leon

📞 Tfn (34) 979 12 80 29

📠 Fax (34) 979 12 21 66

✉ E-post: leader@paisromanico.org

🌐 Internet: www.paisromanico.org

Bilder från LAG Asociación País Románico.



SVERIGE

Svartådalens bygdeutveckling

Projektbakgrund

Sett i ett natur-, kultur- och historieperspektiv är det Dalälven som knyter samman det här LAG-området. Fram till i dag har laxfisket haft stor betydelse för trakten. Här, i gränstrakterna mellan fyra olika län, har man en gemensam historisk tradition av järn-, silver- och kopparproduktion. Regionens främsta styrka är dess natur- och kulturtillgångar, och Leader+ Nedre Dalälven arbetar för att dessa resurser ska tas tillvara i samband med bygdeutvecklingen.

Men industrin i regionen står inför en del svåra problem. Under kort tid har antalet arbetstillfällen minskat markant inom basindustrin (framför allt inom metalltillverkning och skogsindustri), och det saknas entreprenörsanda bland de lokala företagen.

Den lokala utvecklingsstrategin har som främsta mål att satsa på en utvidgning, förnyelse och utveckling av det lokala näringslivet. Företagen kan framför allt utvecklas inom områden som finansiering, kompetensutveckling och nätverksbyggande. Ungdomarna förväntas spela en viktig roll i denna utvecklingsprocess (eftersom de är lättare att motivera och har nya och kreativa idéer), och särskild vikt läggs därför vid projekt som stöder ungdomar alternativt drivs av ungdomar. Inom ramen för den lokala utvecklingsstrategin kommer det att skapas incitament för att locka personer att flytta till regionen och insatser kommer att göras för att stimulera till nyetablering av företag. Här prioriteras projekt som kan ge nya arbetstillfällen till låg kostnad.

Varför är det här projektet ett exempel på goda metoder?

Pilotstudien och de projekt som har fått stöd på basis av denna studie utgår i hög grad från Svartådalens utveckling,

Områdesfakta

- Befolkning: 65 000 invånare**
- Yta: 6 700 km²**
- Befolkningstäthet: 10 invånare/km²**
- Antal kommuner: 10**



och hela konceptet kännetecknas därför av en stark **områdesbaserad strategi**. Projektet bygger till stor del på bygdens natur- och kulturtillgångar och historiska värden. Det har skapats nya former av kommunikationsnätverk och kontakter i Svartådal.

Initiativet till projektet kom från lokalbefolkningen och det följer alltså en **lokalt förankrad strategi**. Kooperativets medlemmar är lokala företag och föreningar som företrädar en rad olika aktörer i området. Redan från projektstarten lades stor tonvikt vid att aktiviteterna skulle förankras hos lokalinvånarna genom nätverksbyggande, information, möten och kunskapsspridning (t.ex. genom nyhetsbrev). Lokalinvånarnas engagemang illustreras i hög grad av det omfattande frivilligarbete (20 000 timmar) som har satsats på projektet.

Kooperativet fungerar som ett LAG-liknande **partnerskap**, vilket innebär att det företrädar flera olika lokala intressegrupper och föreningar (med undantag för offentliga organisationer som inte deltar direkt i kooperativet). Kooperativet har upprättat goda arbetsrelationer med lokala och regionala myndigheter. Projektets framgång kan i hög grad tillskrivas LRF:s engagemang och samarbetsvilja.

Projektet följer en mycket **integrerad metod**. Man kartlägger områdets främsta utvecklingsmöjligheter sett till dess kultur- och naturtillgångar och riktar sig till olika sektorer inom ramen för en integrerad lokal strategi, där man behandlar sådant som infrastruktur, turism, fiske, jordbruk, marknadsföring och PR. Därigenom behandlar projektet ett brett spektrum av olika utvecklingsfrågor.

Många områden i Sverige har visat sitt intresse för projektet, och projektet har utvecklat **nätverksaktiviteter** med andra områden som vill lära sig mer om arbetsmetoder och utbyta erfarenheter med Svartådal. De metoder som har använts (dvs. att analysera områdets förutsättningar, fastställa utvecklingsområden och genomföra strategin) kan framgångsrikt **överföras** till andra regioner. Metoderna förutsätter emellertid att det finns ett engagemang hos lokalbefolkningen.

Projektbeskrivning

■ 1. Kort projekthistorik

Initiativet till projektet togs av några lokalinvånare vid ett möte som hölls i en av traktens skolor i mars månad 1999. Under mötet återuppstod Färnebo byalag, som skulle ha till uppgift att stödja bygdeutvecklingen genom att identifiera bra projektidéer. Gruppen fick stöd från länet.

Färnebo byalag utvecklades senare till det lokala kooperativet "Svartådalens Bygdeutveckling Ekonomisk förening". Kooperativet var verksamt inom Västerfärnebo och Fläckebo socknar som båda ligger utmed Svartån. Till att börja med var kooperativet främst inriktat på att diskutera idéer som skulle främja bygdeutvecklingen. Senare har tonvikten legat på att bedöma regionens

huvudsakliga behov vad gäller infrastruktur, demografi, sysselsättning och företag, förutsättningar för att skapa arbetstillfällen och social service. Därför inleddes arbetet med en pilotstudie, som blev områdets första Leader+-projekt.

■ 2. Huvudsaklig verksamhet

Pilotstudiens övergripande syfte var att

- ta fram fakta och arbeta med förutsättningar för projektens genomföranden,
- kartlägga projektens förväntade socioekonomiska effekter,
- skapa nätverk och olika samarbetskonstellationer för de olika projektens genomförande.

Syftet med pilotstudien var att göra en bedömning av det lokala näringslivet samt områdets socioekonomiska förutsättningar, och detta fick utgöra underlag när nya projekt skulle fastställas. Pilotstudien resulterade bl.a. i att det fastställdes en långsiktig strategi. Genom studien fastställdes det främsta utvecklingsmålet: att nyttja natur- och kulturresurser på ett sätt som bidrar till sysselsättning på lång sikt. Projekten genomförs med aktivt deltagande från en rad olika lokala aktörer, däribland LRF, länsförvaltningen, Sala kommun och Mälardalens högskola.

Exempel på projekt (som i första hand har fått stöd från Leader+ och Sveriges program för landsbygdsutveckling inom ramen för GJP):

- Svartådalens natur- och kulturturism.
- Svartådalens skräftan.
- Energikorn.
- Boende – entreprenad på landsbygden.
- Ett lokalt områdesnätverk.
- Med musiken som verktyg.
- Ungdomar och kulturlandskap.

■ 3. Konkreta resultat

Pilotstudien har resulterat i

- en ökad medvetenhet om områdets natur- och kulturvärden,
- en förankrad strategi för områdets fortsatta utveckling,



- aktiviteter som har inletts på initiativ av invånarna i regionen, vilket har bidragit till en positiv inställning när det gäller lokal utveckling,
- ett ökat engagemang bland ungdomarna för att arbeta för området,
- nya nätverk,
- informations- och marknadsföringsmaterial för området, bl.a. filmen "Färnboparaden" som är producerad av ungdomar och har visats på svensk TV.

De olika projekten som har genomförts inom ramen för den lokala utvecklingsstrategin har gett en rad olika resultat, t.ex. nya arbetstillfällen och turistföretag, ökad kapacitet i fråga om turismboende, ökad försäljning för traktens lantbrukare (t.ex. spannmål till energiföretaget, nötkött via detaljhandelskedjan ICA) samt bättre marknadsföring av området.

Projektet har också fått genomslagskraft på längre sikt. Svartådalen är numera ett välkänt varumärke i Sverige och får gradvis ett allt bättre renommé. Till följd av detta har det utvecklats ett gott samarbete mellan de lokala företagen och andra organisationer. Den sociala servicen och infrastrukturen har förbättrats och på det hela taget ökar inflyttningen till området, vilket har resulterat i en ökad efterfrågan på boende. Kvinnor och ungdomar blir alltmer involverade i den lokala utvecklingen (genom att arbetstillfällen skapas för kvinnorna och projekt leds av ungdomar).

■ 4. Problem/erfarenheter

Under projektgenomförandet blev det uppenbart att gränsdragningen av Leader+-området inte var optimal. Gränserna splittrar regioner som historiskt sett har många gemensamma traditioner och som har haft många kontakter och samarbetsformer med varandra.

Projektet hade också en del inledande problem med byråkrati och bristande ekonomiska resurser.

Det har också visat sig vara svårt att övertyga lokalbefolkningen om att bli aktivt engagerad i utvecklingsarbetet.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet

Genom Leader+-programmet har lokalinvånarna blivit mer medvetna om samt engagerade och involverade i den lokala utvecklingen. Leader-metoden har stärkt lokalsamhället och bidragit till att det har etablerats starka partnerskap samtidigt som samarbetet har förbättrats på lokal nivå (framför allt med de lokala

myndigheterna). Projektverksamheten har också ökat regionens entreprenörspotential och stärkt den regionala identiteten.

■ 6. Varaktighet

Projektet startade i april 2001 och avslutades i oktober 2003.

■ 7. Budget

Den totala budgeten för pilotstudien var 173 512 euro, varav 30 485 euro kommer från EUGFJ, 45 727 euro från offentliga nationella medel och 97 300 euro från privata medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

☎ Den lokala aktionsgruppens namn: **Leader+ Nedre Dalälven**

☎ Kontaktpersoner: **Per Nordenstam/Kalle Hedin**

☎ Adress: **810 21 Gysinge**

☎ Tfn (46-291) **211 80**

☎ Fax (46-291) **211 81**

☎ E-post: **nedredalalven@telia.com**

☎ Internet: **www.leader-nedredalalven.org**

Den lokala aktörens kontaktuppgifter

☎ Organisationens namn: **Svartådalens Bygdeutveckling Ekonomiska Förening**

☎ Kontaktperson: **Ann-Christin Korths-Aspegren**

☎ Adress: **Ösby 110, 730 70 Västerfärnebo**

☎ Tfn (46-224) **74 00 11**

☎ E-post: **ann-christin@svartadalen.nu**

☎ Internet: **www.svartadalen.nu**

Bilder från LAG Leader+ Nedre Dalälven.



STORBRITANNIEN

Samhällen i utkanten

Projektbakgrund

LAG-gruppen South Lanarkshire är verksam i ett område som ligger söder om Glasgow och som tidigare har förknippats med tung industri. Men 80 % av området är ren landsbygd och här finns bl.a. vackra områden som den natursköna Clyde-dalen och mer avlägset belägna höglandet.

En stor del av regionen har en svag ekonomisk bas på grund av tillbakagången inom den traditionella industrin, som gruvnäringen och jordbruket. I regionen finns det betydelsefulla landsbygdssamhällen och samhällen, som till viss del kan utvecklas ekonomiskt och miljömässigt. I vissa fall har landsbygdssamhällena förlorat sin ekonomiska bärkraft, men för andra samhällen har den lokala livskvaliteten och närheten till storstadsområdena lett till en ökad efterfrågan på nya bostadsområden för pendlare. Det finns en stor potential för att utveckla turismen.

De båda främsta huvudtemana för LAG-gruppen South Lanarkshire är "att ta tillvara det värde som finns i lokala produkter" samt "att använda sig av ny know-how och ny teknik". LAG-gruppen har flera olika huvudmål: att hjälpa till att utveckla framgångsrika samhällen som är öppna för alla, att erbjuda målgrupperna för Leader+ (kvinnor, ungdomar, undersysselsatta och personer i full sysselsättning) möjligheter till arbete och lärande samt att skapa säkra och sunda landsbygdssamhällen som bygger på självbestämmande genom att det utvecklas stabila strategier för beslutsfattande.

Områdesfakta

👤 **Befolkning: 75 477 invånare**

🌍 **Yta: 1 563 km²**

👤 **Befolkningstäthet: 48 invånare/km²**





Varför är det här projektet ett exempel på goda metoder?

Projektet är ett bra exempel på **samarbete mellan olika områden**, eftersom det omfattar tre olika Leader+-grupper i södra Skottland (South Lanarkshire, Scottish Borders samt Dumfries & Galloway) och partnerskapsorganisationen Southern Uplands Partnership (SUP). Projektet upprättades till följd av olika frågor som uppkommit i samband med nätverkande och partnerskapsmöten.

Projektet följer en **områdesbaserad strategi**, eftersom det har kartlagt olika landbaserade tillgångar som underutnyttjas i de tre LAG-gruppernas verksamhetsområden i den södra delen av Skottlands inland. Dessa tillgångar är i privat ägo, men projektets fokus ligger på att bygga lokala partnerskap mellan olika grupper i området som för närvarande inte har någon fördel av dessa tillgångar samt att ta tillvara det värde som finns i de lokala tillgångarna, vilket i sin tur medför fördelar för markägarna.

Projektet stöder den **lokalt förankrade strategin** fullt ut, eftersom lokalinvånarna har involverats genom samråd, något som har resulterat i att de har fastställt vad de anser vara områdets viktigaste nyckelfrågor. Samhället har varit direkt delaktigt i att föreslå och genomföra lösningar för dessa nyckelfrågor. Det har bildats fyra arbetsgrupper, som var och en fokuserar på ett utvecklingsområde – och vissa av grupperna har redan säkerställt ytterligare finansiering inom sina områden.

Projektet är ytterst **innovativt** eftersom det har möjliggjort ett partnerskap mellan grupper som normalt inte samarbetar och som också kan anses ha motstridiga intressen – olika sociala grupper behandlas därför genom en **integrerad metod**. Grunden för den pågående utvecklingen av företag för social och ekonomisk tillväxt har varit insikten om att de olika samhällsgrupperna och markägarna har gemensamma intressen.

Överförbarheten har varit ett viktigt inslag i projektutvecklingsarbetet, eftersom modellen med markegendomar-samhälle samt sektorsövergripande partnerskap skulle kunna tillämpas i ett vidare perspektiv. Inom ramen för projektet har det genomförts en rad mer omfattande aktiviteter som kommer att bidra till ett mer effektivt projektgenomförande samt öka förståelsen i Skottland för hur projektet är upplagt.

Projektet ser ut att kunna bli **varaktigt**, eftersom det får stöd från Carnegie UK Trust och South Lanarkshire dessutom har ett rikt natur- och historiearv. Detta har lett till att områdets popularitet har ökat, samtidigt som det förstärker projektets koppling till naturbaserad turism. Partner-

skapet är själva nyckeln till projektmodellens varaktighet och det är positivt att de tre Leader-grupperna är djupt engagerade i samhällsplaneringen.

Projektbeskrivning

■ 1. Kort projekthistorik

Projektet syftar till att främja utveckling och tillväxt av nya, småskaliga landsbygdsföretag som bygger på de tillgångar som större markägare och förvaltare i södra Skottland har att erbjuda. Det leds av Southern Uplands Partnership (SUP) och drivs parallellt i s.k. COTE-samhällen (*communities on the edge*), dvs. samhällen som ligger i utkanten av stora privata markegendomar i South Lanarkshire, Scottish Borders samt Dumfries and Galloway.

Lantegendomarnas traditionella roll och relation till samhället har förändrats i takt med att de i allt högre grad fokuserar på själva kärnverksamheten. Syftet med projektet är att involvera lokalsamhällena och stimulera till lokala partnerskap mellan de närliggande lantegendomarna Douglas & Angus, Roxburghe och Buccleuch. Genom att involvera dessa lantegendomar hoppas man kunna uppmuntra andra markägare i de olika regionerna och införa COTE-modellen på nationell nivå.

■ 2. Huvudsaklig verksamhet

Projektet är inriktat på ekonomisk tillväxt, eftersom det syftar till att stimulera till nyetablering av företag och identifiera möjligheter till sysselsättning i landsbygds-samhällena. Det främjar också social sammanhållning, eftersom det bygger på samhällsengagemang och förutsätter att lokalbefolkningen är aktiv och fattar beslut. En hållbar miljö främjas genom att de underutnyttjade tillgångarna används på nya och hållbara sätt. Projektet syftar till att öka medvetenheten om en hållbar miljö, vilket också omfattar en ökad biologisk mångfald och bättre förvaltning av naturarvet.

Till projektets huvudverksamhet hör bl.a. sex inledande workshops med aktörerna samt en workshop för lokalinvånarna i samhället. Målet med dessa workshops var att få en bild av de viktigaste intressegruppernas attityder och förväntningar med hjälp av olika scenarioövningar. På så sätt blev det möjligt att se vad som kunde bromsa engagemanget för hållbara lokala företag och fastställa vilket förberedelsearbete som krävdes för att de skulle se sig själva som en gemensam grupp. Den workshop som anordnades för samhället var tänkt för en bredare allmänhet, och här fick deltagarna möjlighet att välja nivån för sitt framtida engagemang.



Denna kapacitetsskapande verksamhet i samhället resulterade i att det bildades fyra olika arbetsgrupper med frivilliga lokalinvånare som hade deltagit på dessa workshops. Arbetsgrupperna skulle driva följande huvudfrågor:

- Grupp 1: Inrätta en grupp för en hållbar samhällsförvaltad gemenskaps-/idrottsanläggning för olika ändamål.
- Grupp 2: Inrätta en grupp som kan stödja och bistå kvinnor i deras yrkesverksamhet.
- Grupp 3: Stödja en diversifiering av den markbaserade verksamheten, vilket även omfattar marknadsföring av de lokala produkterna.
- Grupp 4: Stimulera till att lokalbefolkningen engagerar sig för en hållbar avfallshantering.

3. Konkreta resultat

De fyra arbetsgrupperna utvecklas väl och har uppnått följande resultat:

- Grupp 1: Den (ideellt arbetande) projektledaren deltar i en utbildning om socialt företagande, tack vare finansiering från Communities Scotland Future Builders utbildningsfond. Med hjälp av Gaia-arkitekter har man också börjat undersöka genomförbarheten för en lokal, samhällsförvaltad idrottsanläggning. Gruppen har dessutom föreslagit att det ska säljas av lite mark som ägs av samhället, så att man kan frigöra medel till uppförandet av den nya anläggningen.
- Grupp 2: Kontakter har tagits med Lanarkshire-partnerskapet för barnomsorg i syfte att se om det finns möjlighet att bistå med de eventuella planer på barnomsorgstjänster som finns inom Douglas-området. Ett arbetsprogram är nu i gång.
- Grupp 3: Det har anordnats workshops med arrendatorer/viltvårdare för att erbjuda rådgivning om möjligheter och problem med reformen av den gemensamma jordbrukspolitiken och den nya

tillträdeslagstiftningen. Den här delen av projektet ska ses som långsiktig och några betydande framsteg har ännu inte åstadkommits. Man upplever att COTE-verksamheten i de tre områdena kommer att börja byggas upp och gradvis resultera i samhällets stöd, vilket kan generera den typ av marknader som kan vara intressanta för de lokala privata företagen.

- Grupp 4: Douglas-arbetsgruppen för avfallshantering undersöker hur man kan kombinera och utvidga komposterings-, återvinnings- och hälsoaktiviteterna på mark som hör till lantegendomen Douglas & Angus.

För COTE var det ett viktigt steg framåt när man lyckades få finansiering från stiftelsen Carnegie UK Trusts (CUKT) forskningsprogram för landsbygdsverksamhet. Här eftersträvas följande resultat:

- Tillhandahålla de resurser som behövs inom COTE-projektet för att uppnå den potential som projektet har gett prov på så här långt.
- Erbjuder den struktur som CUKT behöver för att utarbeta, genomföra och sprida välgrundad forskning om landsbygdsverksamhet tillsammans med sina partner i södra Skottland i syfte att stödja CUKT:s agenda för policyförändring.

Man räknar med att det kan ta 10–15 år innan man får full utdelning av investeringen i COTE-projektet och en utvidgning planeras under femårsperioder.

4. Problem/erfarenheter

Inom projektet är det en utmaning att hålla aktivitetstempot uppe i tre olika Leader-områden. På projektnivå har man lärt sig att hantera den bristande kapaciteten genom att anordna utbildningsevenemang och projektbesök. Det är ändå uppenbart att det kommer att krävas en mer långsiktig strategi för att bygga upp samhällenas kapacitet.

För att etablera en hållbar lokal handel krävs det en långsiktig strategi från alla parter. Eftersom projektet är beroende av samhällets stöd, kommer det att ta viss tid



innan vågskålen för projektets genomförbarhet tippar över så att man får det förtroende som krävs för investeringar inom den privata sektorn. Projektverksamheten inom de tre Leader-områdena beräknas gradvis visa att samhällets stöd kan skapa den typ av marknader som kan vara intressanta för de lokala privata företagen.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för verksamheten

Projektet genomsyras tydligt av Leader-tankens, eftersom det har skapat ett nytt slags relation mellan stora markägare och lokalsamhällen, så att de tillgångar som är bundna i egendomarna kan utvecklas till fördel för båda parter.

Det finns stora förhoppningar inom projektet, men de tre LAG-grupperna involverar de marginaliserade grupperna. Denna utvecklingsprocess, som bygger upp samhällets kapacitet samtidigt som projektet utvecklas, gör det möjligt att få input från samhället och fastställa vem som äger projektmålen. Processen visar också tydligt att den lokalt förankrade strategin fungerar.

■ 6. Varaktighet

Projektet inleddes i september 2004 och kommer att vara i tre år innan det avslutas i september 2007.

■ 7. Budget

Projektet har en total budget på 203 753 euro, som fördelas enligt följande: 87 920 euro från EUGFJ, 93 333 euro från offentliga nationella medel och 22 500 euro från privata medel.

LAG-gruppens kontaktuppgifter

☎ Den ledande LAG-gruppens namn: South Lanarkshire

☎ Kontaktperson: Yvonne Howley

☎ Adress: 30 Hope Street, Lanark, Lanarkshire ML11 7NE, Skottland

☎ Tfn (44-15) 55 66 50 64

☎ Fax (44-15) 55 66 57 33

☎ E-post: yhowley@sbglanarkshire.co.uk

☎ Internet: www.slrpl.org.uk

Den lokala aktörens kontaktuppgifter

☎ Organisationens namn: Southern Upland Partnership

☎ Kontaktperson: David Niven

☎ Adress: Studio 2, Lindean Mill, Galashiels, TD1 3PE, Skottland

☎ Tfn (44-774) 744 77 19

☎ E-post: davidniven@sup.org.uk

Bilder från LAG-gruppen South Lanarkshire.



STORBRITANNIEN

Cumbrias mat

Projektbakgrund

Merparten av området klassificeras som ett mycket efter-satt och mindre gynnat område, och utbrottet av mul- och klövsjuka var särskilt omfattande här (mer än 1,25 miljoner får och 0,25 miljoner nötboskap slaktades i grevskapet), vilket ytterligare förvärrade situationen inom det redan hårt drabbade jordbruket. Den lokala ekonomin är mycket beroende av jordbruk och turism, men det förekommer även viss tillverkningsindustri samt en växande andel små landsbygdsföretag inom andra sektorer.

Leader+-strategin för Cumbria's Fells and Dales är att skapa nya arbets- och inkomstmöjligheter inom området genom en effektiv och dynamisk ekonomi med lokala produkter. Denna ekonomi ska byggas på principerna om en hållbar utveckling och drivas framåt av lokalbefolkningens aktiviteter. Leader+-strategin för North Pennines är att höja livskvaliteten samt att ge människor möjlighet

Områdesfakta

👤 Befolkning: 99 647 invånare

🌍 Yta: 3 712 km²

👤 Befolkningstäthet: 27 invånare/km²





att spela en verkligt aktiv roll för att utveckla sitt samhälle.

Varför är det här projektet ett exempel på goda metoder?

”Cumbrias mat” är ett framgångsrikt mellanregionalt projekt inom ramen för del 2 av Leader, där de båda LAG-grupperna har ingått i ett konstruktivt samarbete tillsammans med Voluntary Action Cumbria (VAC). Att projektet har blivit så framgångsrikt beror till stor del på det nära partnerskap som LAG-grupperna har ingått med VAC, som har omfattande kontakter och nätverk i Cumbria efter att ha arbetat med samhällsutveckling under de senaste femtio åren.

De båda LAG-gruppernas nätverkande och samarbete byggde på att man skulle utarbeta ett Cumbria-projekt, eftersom varje LAG-grupp har en del av sitt verksamhetsområde i grevskapet Cumbria. Projektgenomförandet har varit framgångsrikt i områdena, och matarvet, marknadsföringen av lokala produkter samt utvecklingen av färdigheter och socialt kapital har förstärkts inom området.

Projektet följer en områdesbaserad strategi genom att man använder sig av färskas lokala produkter från de båda LAG-gruppernas verksamhetsområden. Projektet har en direkt koppling till landskapet och områdets historia. De olika festligheterna då den lokala maten tillagas bidrar också till att förstärka kärleken till och stoltheten över trakten.

Projektet bygger på en samhällsutvecklingsplan, där den lokalt förankrade strategin har en framskjuten position. Det har uppmuntrat lokalbefolkningen att öka sin kompetens och anordna egna evenemang samt har gett dem självförtroende att arbeta i team för att genomföra sina idéer. Projektstrategin har anpassats till traktens intressen och de båda LAG-grupperna har framgångsrikt lyckats åstadkomma en lokal utveckling som är verkligt lokalt förankrad och samtidigt bidra till mer omfattande strategiska prioriteringar.

Projektet skulle kunna överföras till alla områden där det förekommer livsmedelsframställning, men i praktiken har det varit en lång utvecklingsperiod då följande framgångsfaktorer fastställdes: efterforskningar gjordes kring det lokala matarvet, man rekryterade en kock som var välkänd i trakten och hade såpass mycket prestige och goda kontakter att det gynnade marknadsföringen, VAC:s omfattande erfarenheter och nätverk spelade en nyckelroll för att nå ut till lokalsamhällen utanför Cumbria, området är känt över hela världen för sin rena, natursköna miljö samtidigt som tidigare projekterfarenheter i Sverige och Cumbria bidrog till att ge värdefulla insikter.



Det har varit ett hållbart projekt, eftersom det har utvecklats med tanke på de lokala produkterna så att man ökar medvetenheten om den lokala maten och arvet genom att utveckla lokalinvånarnas kompetens och samtidigt bygger upp ett socialt kapital genom olika evenemang/högtidligheter. Projektet har utformats på ett sådant sätt att alla kan relatera till det och lära sig något av det. Värdet med att utveckla temat om den lokala maten är att de anknyttande aktiviteterna ger deltagarna en känsla av tillfredsställelse. Därigenom köper de fler produkter och det skapar en cirkel av positiv feedback.

Projektbeskrivning

■ 1. Kort projekthistorik

Startpunkten för projektet var ett möte mellan de båda LAG-gruppernas biträdande projektledare, som fick idén att man skulle kunna använda sig av traktens lokala produkter för att väcka ett samhällsengagemang och därigenom höja livskvaliteten. De båda LAG-grupperna enades om att det var viktigt att öka kunskaperna om de lokala produkterna för att skapa en efterfrågan på dessa produkter, framför allt inom den aktuella regionen, samt att arbeta för att såväl den offentliga som privata sektorn gjorde sina inköp lokalt.

Inom ramen för Leader II deltog Cumbria i det s.k. Feastcookers-projektet, där grundidén kom från ett svenskt projekt som genomfördes under slutet av nittitalet. Projektet riktade sig till kvinnliga matentreprenörer som

kunde anordna festmåltider för traktens turister och inbegrep även utbildning i festarrangemang och Cumbrias mathistoria.

Leader+-projektet "Cumbrias mat" syftar till att öka kunskaperna om de lokala produkterna genom att försöka skapa en ökad efterfrågan på lokala produkter, framför allt inom den aktuella regionen, samt att arbeta för att såväl den offentliga som privata sektorn gör sina inköp lokalt.

North Pennines ville dessutom arbeta mer intensivt med att utveckla hälsosam mat, vilket stöder verksamheten för att öka livskvaliteten. Inom projektet "Cumbrias mat"



använder man sig av en samhällsutvecklingsmodell för att skapa medvetenhet kring de lokala produkterna.

■ 2. Huvudsaklig verksamhet

Projektet stöder gemensamma samhällsinsatser, eftersom det samarbetar med olika lokala grupper för att utforska Cumbrias rika matarv och hjälper grupperna att planera lokala högtidligheter med en särskild kulinarisk inriktning. Inom ramen för projektet marknadsförs lokala och organiska produkter till lokalbefolkningen genom matlagning där man uppmärksammar en hälsosammare livsstil och lokalt odlade produkter.

Det anordnas en rad olika utbildnings- och grupputvecklingsevenemang som man sedan går ut med till vart och

ett av de åtta målsamhällena utifrån geografisk placering och intresse. En kock från trakten hyrs in för att undervisa, informera, underhålla och entusiasmera. Det anordnas också studiebesök till de lokala producenterna för att stärka relationen mellan produkten och orten. Slutmålet för undervisningsgrupperna är att deltagarna ska använda sina nyvunna kulinariska kunskaper, sitt självförtroende och sina kunskaper om traktens mat för att anordna ett eget evenemang eller en egen aktivitet.

Lokalbefolkningen uppmärksammas inte bara på den lokala matens ursprung och betydelse, utan här behandlas även andra frågor som hälsosam kost, organisk produktion och rättvis handel.

Ett exempel på hur projektet fungerar är aktiviteterna vid en lokal skola – på Brampton school får barnen lära sig hur man kan göra bra mellanmål till lunchlådan, olika fruktjuicer och mat som gör att man presterar bättre. Barnen får lära sig var maten kommer ifrån, hur viktigt det är att äta hälsosamt och får också de första grunderna i matlagning.

■ 3. Konkreta resultat

Ett antal olika samhällsgrupper har nytta av det här projektet, bl.a. isolerade landsbygdsbyar, missgynnade och utslagna samhällen, ungdomar, äldre, skolor, småföretag, lokala samhällsbyggnader, föräldrar, producenter, lokala butiker och lokala välgörenhetsorganisationer.

Andra märkbara projektresultat är en ökad medvetenhet om de lokala produkterna samt en förändrad inställning till att köpa lokala produkter och äta hälsosamt. Det har dessutom inneburit följande fördelar för området:

- De lokala producenterna har fått ökat självförtroende.
- Samhällsagendan har vitaliserats.
- Den lokala ekonomin stöds genom att man köper lokalt producerad mat (t.ex. lammkött, bacon, korv, annat kött och inläggningar från Cumbria).
- Traktens producenter och lantbrukare har blivit mer medvetna om principerna för en hållbar miljö och miljöförvaltning.

■ 4. Problem/erfarenheter

Projektteamet tvingades att göra en översyn av processen, eftersom man insåg att en alltför programmatisk inställning var hämmande för kreativiteten, inte minst eftersom alla samhällen hade olika behov och idéer. Även om projektprocessen förändrades var resultat och budget desamma.



En framgångsrik lärdom som gjordes inom projektet var nyttan av att använda sig av en känd kock, eftersom han gav ett betydande mervärde i form av PR, uppmuntran och engagemang. Den kock som involverades i projektet har kontakt med många nätverk, som samtliga har integrerats i projektet på ett eller annat sätt. Ett biresultat av programmets roliga upplägg är också att vuxna, barn och olika samhällsgrupper har fått lära sig mer. Värdet av att arbeta genom befintliga nätverk har utgjort en enorm fördel för LAG-strategin: det minskar dubbelarbete, bidrar till att föra ut budskapet om den lokala utvecklingen och påskyndar arbetet.

■ 5. Vilket mervärde har Leader+ inneburit för projektet

Projektet har finansierats och letts av två olika LAG-grupper och är ett utmärkt exempel på hur det kan fungera när man arbetar tillsammans inom ramen för ett samarbete mellan olika områden. Inom projektet har man utnyttjat erfarenheterna av andra länders bästa metoder, och projektet utgör också ett bra exempel på goda metoder för andra projekt, eftersom "Cumbrias mat" fortsätter att utvecklas.

Projektet har lyckats utveckla en stark gemensam strategi och har funnit nya möjligheter att identifiera den lokala särprägel. Projektgenomförandet är kreativt, eftersom varje gruppmöte har anpassats till de individuella behoven och processen har utformats så att den ska vara helt flexibel.

Projektets båda huvudmål – "att ta tillvara det värde som finns i lokala produkter" och "att höja livskvaliteten på landsbygden" – har på ett unikt sätt uppfyllts genom detta nyskapande initiativ. Det sektorsövergripande arbetsupplägget har också visat sig fungera och har skapat ett starkt partnerskap där LAG-strategiernas ekonomiska prioriteringar vitaliseras genom insatserna för samhällsutveckling.

Man har också vänt sig till LAG-strategins målgrupper via samhällsutvecklingsstrategin samt via befintliga nätverk, t.ex. genom välgörenhetsorganisationen "Age Concern" för att nå ut till och engagera äldre personer.

■ 6. Varaktighet

Projektet genomförs under en tvåårsperiod. Det inleddes i september 2004 och fortsatte fram till december 2006.

■ 7. Budget

Projektet har en total budget på 19 299 euro, som fördelas enligt följande: 9 650 euro från EUGFJ och 9 649 euro från offentliga nationella medel.

LAG-gruppernas kontaktuppgifter

☎ **Den ledande LAG-gruppens namn:**
Cumbria Fells and Dales

☎ **Kontaktpersoner:** Geoff Brown/Adrian Banford

☎ **Adress:** The Old Stables, Penrith, Cumbria CA11 0DT, England

☎ **Tfn (44-17)** 68 86 95 33

☎ **Fax (44-17)** 68 24 21 34

☎ **E-post:** info@fellsanddales.org.uk

☎ **Internet:** www.fellsanddales.org.uk

Den lokala aktörens kontaktuppgifter

☎ **Organisationens namn:** Voluntary Action Cumbria

☎ **Kontaktperson:** Anna Scamans

☎ **Adress:** The Old Stables, Penrith, Cumbria CA11 0DT, England

☎ **Tfn (44 17)** 68 86 95 29

☎ **E-post:** annascamans@ruralcumbria.org.uk

☎ **Internet:** www.ruralcumbria.org.uk

Bilder från LAG-gruppen Cumbria Fells and Dales.

Det finns också mycket mer information om Leader+ samt en rad användbara verktyg på Leader+-programmets webbplats:

<http://ec.europa.eu/leaderplus>

På denna webbplats hittar du bland annat en databas med goda metoder, varav en del alltså presenteras i denna publikation. Du har också möjlighet att prenumerera på *Leader+ Magazine*, och att erhålla tidigare utgåvor.



Namn:

Leader ("Samordning av åtgärder för utveckling av landsbygdsekonomi").

Programtyp:

Gemenskapsinitiativ.

Målområden:

Leader+ har följande tre olika inriktningar:

- Del 1 – Stödja lokala, integrerade strategier av pilotkaraktär för utveckling av landsbygdsområden som präglas av att initiativen tas av de närmast berörda.
- Del 2 – Stöd för samarbete mellan landsbygdsområden.
- Del 3 – Upprättande av nätverk.

Prioriterade strategiska teman:

Kommissionen har fastställt följande prioriterade teman för Leader+:

- Att ta tillvara de resurser som finns i natur och kultur, inklusive naturområden.
- Att höja livskvaliteten på landsbygden.
- Att ta tillvara det värde som finns i lokala produkter, särskilt genom att med gemensamma ansträngningar göra det lättare för små företag att komma ut på marknaden.
- Att använda sig av ny know-how och ny teknik för att göra lokala produkter och tjänster mer konkurrenskraftiga.

Stödberättigande projekt och stödmottagare:

Stödmottagare under Leader+ är partnerskap, som benämns lokala aktionsgrupper (LAG-grupper), mellan deltagare från offentliga, privata och icke-vinstdrivande sektorer som ska genomföra lokala utvecklingsprogram i sina områden. Syftet med Leader+ är att hjälpa aktörer på landsbygden att inse potentialen i det egna lokalområdet i ett längre perspektiv. Programmet uppmuntrar genomförandet av integrerade, högkvalitativa och oprövade strategier för att få till stånd en varaktig utveckling liksom nationellt och transnationellt samarbete. För att gemenskapens resurser ska kunna koncentreras till de lokala strategier som verkar mest lovande och som ger maximal hävstångseffekt är det endast ett begränsat antal områden som efter ett selektivt förfarande kommer att få ekonomiskt stöd. Urvalsförfarandet är öppet och rigoröst.

Inom varje lokalt utvecklingsprogram kan individuella projekt som passar in i den lokala strategin få finansiering. Alla projekt som kan få stöd från Europeiska utvecklings- och garantifonden för jordbruket (EUGFJ), Europeiska regionala utvecklingsfonden (ERUF) och Europeiska socialfonden (ESF) är stödberättigade enligt Leader+.

På beslutsfattande nivå i LAG-grupperna ska företrädare från olika samhällssektorer utgöra minst 50 procent.



Programperiodens längd:

2000–2006.

Gemenskapsstöd:

Den totala programbudgeten är 5 046,5 miljoner euro, varav 2 106,3 miljoner euro (2 143,5 miljoner efter indexering efter halva tiden) finansieras genom garantisektionen vid EUGFJ och återstoden genom offentliga och privata bidrag.



Publikationsbyrå

Publications.europa.eu

ISBN 92-79-04525-3



9 789279 045257