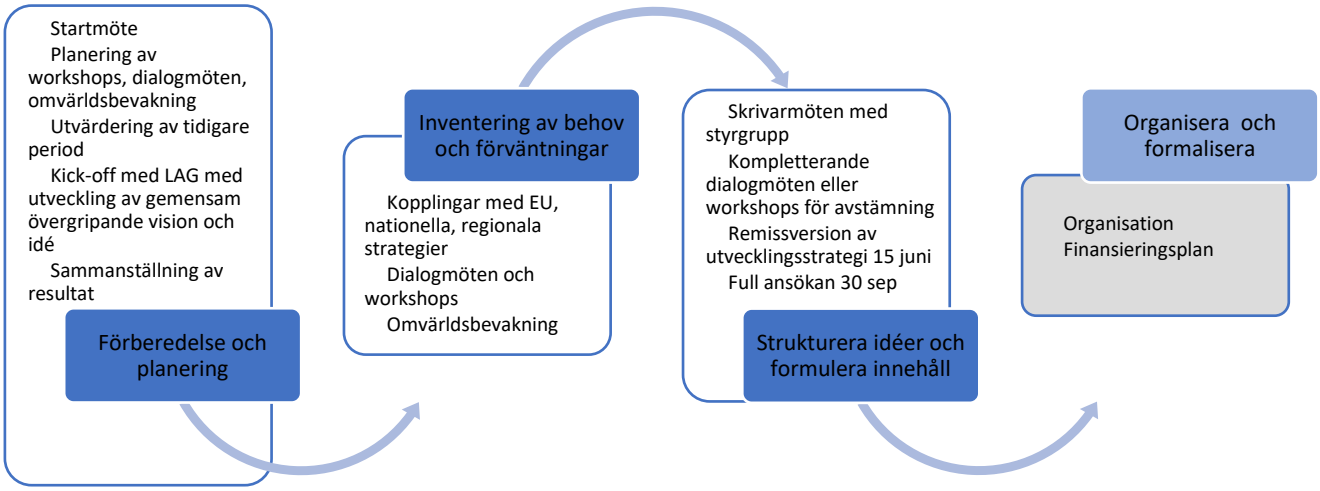
2. Strategins framtagning

[5000 tecken] Nuvarande 4925 tecken.

Leader Polaris 2020, som är den organisation som ansvarar för genomförandet av LLU 2016-2022, har stått som ansvariga för denna strategi. LAG/styrelsen utsåg en arbetsgrupp/strategigrupp på fem personer där samtliga kommuner och sektorer fanns representerade. För processledning av workshops samt ledning av skrivarbetet upphandlades det en extern resurs.

Genomförandeplan



Intressentanalys

För att få en bred uppslutning kring framtagandet av strategin lades stor vikt intressentanalysen där strategigruppen inledningsvis listade de aktörer som i någon mening bedömts påverka eller påverkas av vår strategi. LAG/styrelsen kompletterade med aktörer och parallellt med detta arbete gick det ut en publik uppmaning att anmäla sig som intressent, ett digitalt formulär kommuniceras genom nyhetsbrev, webbsida, mail och sociala medier.

Listan med ca 150 intressenter sorterades därefter utifrån om aktören är verksam på lokal eller regional nivå, strategisk eller operativ samt vilken sektor den tillhör.

Workshops

För att få input till vår SWOT har vi vid framtagande av strategin genomfört workshops med näringsliv, offentlig verksamhet, ideella sektorn och nuvarande LAG. Inbjudningar till workshoparna gick ut brett genom sponsrade annonser på sociala medier, direktinbjudningar via mail till aktörer på

intressentlistan samt genom direktkontakt genom LAG/styrelsens befintliga nätverk som täcker samtliga kommuner och sektorer.

Samtliga möten har arrangerats digitalt. För genomförande av workshops användes verktyget Zoom och för inhämtande av information verktygen Mentimeter och Goodle docs.

Syftet var att samla underlag från många olika håll för att kunna skapa en förankrad strategi. En viktig del i arbetet har varit att lyfta de ingående kommunernas unicitet och styrkor, samtidigt som detta vävdes ihop till en gemensam strategi. För att stödja detta har workshops och dialogmöten designats med målet att få ett utbyte mellan de olika funktionerna i kommunerna. Det har inneburit att alla sektorers representanter och intressenter har träffats för gemensamt arbeta tillsammans över kommungränserna.

Enkäter

Som komplement till individuella svar och gemensamma SWOT har synpunkter och idéer inkommit via en digital enkät på svenska och engelska som skickats ut via e-post, sociala medier samt funnits tillgänglig på föreningens webbsida. Riktade insatser med enkäten gjordes mot ungdomar under 25 år, samt utrikesfödda personer. Totalt har 118 enkäter besvarats med representation från alla åldersgrupper och relativt jämn könsfördelning. Utrikesfödda har varit en svår grupp att nå.

Remissrunda

Ett första utkast på strategin lades ut publikt på vår webbsida för att möjliggöra en bredd av kommentarer. Den skickades även ut riktat till aktörer inom tematiska områden; digitalisering, livsmedelsproduktion, besöksnäring, kultur och fritid samt övergripande regional landsbygdsutveckling.

Övrig informationsinhämtning

De övriga planer och strategier som har använts som informationskälla och som vi har förhållit oss till är främst regionala och kommunala planer och strategier, där den regionala utvecklingsstrategin även är tongivande för de övriga utvecklingsinsatser som vår strategi ska förhålla sig till i framtida genomförande. Vidare har information inhämtats från flertalet tematiska planer och strategier med koppling till strategins inriktning, såsom; service, kulturella och kreativa näringar, smart specialisering, jämställd tillväxt, besöksnäring, civilsamhälle och föreningsliv, skogsnäring samt de samiska näringarna.

En omvärldsspaning på nationell nivå gjordes under ledning av Kairos Future, specifikt framtagen för lokalt ledd utveckling, och en översyn har även gjorts av landsbygdspropositionen samt den nationella strategin för hållbar regional utveckling i hela landet 2021-2030.

Många av dessa planer går i god linje med vår kommande strategi. Därmed kan man anse att dessa överensstämmer både med den information vi erhållit vid workshops och enkäter och därmed även vår strategi. Vi har även genomfört ett gemensamt möte med företrädare för Länsstyrelsen, Region Norrbotten och Nära mat för att förankra strategin och se så att den överensstämmer med andra övergripande strategier.

Tidigare programperiod

Varje avsnitt i strategin har stämts av med motsvarande avsnitt i föregående strategi för att avgöra om något, och i så fall vad, som ska tas i beaktande. Jämfört med föregående programperiod ser vi ett fokusskifte mot att skapa attraktiva samhällen, snarare än att skapa nya arbetstillfällen, varför dessa delar har varit högst prioriterade att ta hänsyn till. Då vi även går från flerfond till enfond har det varit viktigt att planera för hur vi kan fångar upp de utvecklingsidéer som tidigare genomförts inom någon av de fonder som nu försvinner. Erfarenheter från tidigare programperioder har även säkerställts genom utvärdering av tidigare genomföranden och hur verksamheten har organiserats.

3. Utvecklingsområdet

3.1 Tabell med statistik

Tabell 1 Tabell med statistik

Ämnesområde	Variabel	Värde	
Områdets storlek	Antal invånare	25 602	
	Storlek i km²	39 070	
	Invånare per km²	0,7	
Befolkningsstruktur	Andel av befolkningen som är utrikes född (%)	11	
	Andel av befolkningen i intervallerna (%):	Kvinnor	Män
	0-15 år	8	8
	16-24 år	4	5
	25-44 år	11	12
	45-64 år	13	14
	65- år	14	14

Kompletterande statistik

Tabell 2 Kompletterande statistik

Ämnesområde	Variabel	Värde		
		Polaris	Region Norrbotten	Riket
Företagande	*Sammanställning pågår*			
Pendling	*Sammanställning pågår*			
Utbildningsnivå	***Total.*** *Andel av befolkningen som är i åldern 25–64 år med eftergymnasial utbildning*	13,7 %	18,3 %	22,7 %
Arbetslöshet	*Andel öppet arbetslösa i åldern 16–64 år, årsmedeltal 2020*	2,7 %	3,6 %	4,9 %
	Total. *Andel i arbetsmarknadsprogram i åldern 16–64 år, årsmedeltal 2020*	2,0 %	3,1 %	3,6 %
	Total. *Andel arbetslösa samt i arbetsmarknadsprogram i åldern 16–64 år, årsmedeltal 2020*	4,7 %	6,7 %	8,5 %
Folkhälsa	*Fysisk hälsa* *Sammanställning pågår*			
	Psykisk hälsa *Sammanställning pågår*			

Avsnittet kommer att kompletteras med utförligare statistik.

3.2 Områdesbeskrivning

[max 8 000 tecken] Nuvarande 7997

Geografi och befolkning

Avståndet från Jokkmokks fjällvärld i väst till Överkalix östra kommungräns är, om man följer E10, ungefär 35 mil. Området som till största delen ligger norr om polcirkeln är rikt på skogar, sjöar, älvar, myrar och hela den västra delen utgörs av högfjällsområden. I området finns även Kalixälven, som är

en av landets fyra nationalälvar och världsarvet Laponia, Europas största sammanhängande naturlandskap med orörd natur.

Befolkningstätheten är 0,66 invånare/km2 (att jämföra med 25,5 invånare/km2 för hela Sverige) och ingen av tätorterna som ingår har över 20 000 invånare. Området är det mest glesbefolkade av landets leaderområden och har under de senaste 50 åren sett en trendmässig befolkningsminskning. Detta till trots, är det brist på bostäder och efterfrågan på arbetskraft är större än utbudet.

Näringsliv och arbetskraft

Näringslivet i området är i hög grad inriktat på att tillvarata befintliga resurser där det handlar om industrier inom gruva, energi och skog eller naturnära turism och servicefunktioner i förhållande till dessa. De areella näringarna upptas i huvudsak av skogsbruk och rennäring, jordbruksmark finns endast i mindre omfattning. Frågan kring markanvändning är ständigt aktuell, med stora skyddade arealer och stor tillgång på naturresurser är det många intressenter som gör anspråk på mark och olika intressen ställs mot varandra.

Den offentliga sektorn står alltjämt för den största andelen av de kommunala skatteintäkterna i området men företagsamheten är god. Bland de privata företagen är nio av tio mikroföretag med färre än tio anställda och etableringsfrekvensen (antal nystartade företag per 1000 invånare) hos kommunerna i området spänner mellan 9,3 och 14,2, att jämföra med 10,8 för riket.

De kulturella och kreativa näringarna får en allt större betydelse för såväl området som regionen i stort. Den ökade efterfrågan på naturnära och ekologiskt hållbara upplevelser gör att besöksnäringen utvecklas, vilket bidrar till utvecklingen av natur- och kulturupplevelser av olika slag. Utvecklingen av besöksnäring och upplevelseproduktion visar på dess beroende av att kunna ta del av och verka i och med naturmiljöns mark- och vattenresurser. Det finns också ett ökat intresse för närproducerad mat där olika typer av bygdebolag, odlingssällskap och REKO-ringar har etablerats inom området.

Enligt Norrbottens handelskammare planeras investeringar på 700 miljarder kronor i Norrbotten i omställningen till ett fossilfritt samhälle. I omställningen mot ett mer hållbart samhälle finns även en allmän attraktionskraft för den norra delen av Sverige utifrån tillgången till förnybar energi och kyla. Facebook och Northvolt är exempel på etableringar som gjorts och det finns förväntningar om att fler etableringar ska ske. Uppbyggnaden av kompetens inom området datacenter sprider sig i regionen och det finns ett pågående intresse av att etablera serverhallar i Jokkmokks kommun.

Expansionen inom basindustrin i malmfälten innebär att stora delar av samhällen ska flyttas vilket kräver stora, samlade resurser. Samhällsomvandlingen och industrins nyetableringar är processer som påverkar hela området med efterfrågan på arbetskraft, brist på bostäder och ger även återverkningar i de andra kommunerna i form av arbetstillfällen och etablering av underleverantörer. Arbetskraften är mobil och till största del bilburen då många anställda bor på en ort men arbetar i en annan. In- och utpendlingen är utbredd, både mellan kommunerna och från landet i stort.

Arbetslösheten är låg i området; 2,7 % var öppet arbetslösa utifrån årsmedeltal 2020, att jämföra med 4,9 % för riket som helhet. Prognosen för framtiden är att den fortsatt kommer att ligga på låga nivåer i och med de satsningar som görs. Stora pensionsavgångar med människor på väg ut från arbetsmarknaden, tillsammans med få ungdomar på väg in, leder till att gruppen människor i arbetsför ålder minskar fram till 2030.

Även utbildningsnivån är lägre i vår region i jämförelse med riksgenomsnittet. Det, i kombination med den låga arbetslösheten, gör att företag får svårt att rekrytera rätt kompetenser. Att säkra kompetensförsörjningen kopplat till områdets stora arbetsgivare inom industri och offentlig sektor är en ständigt prioriterad fråga. Möjligheter till viss högre utbildning på distans finns genom lärcentran och genom de olika kommunalförbunden. Den successivt utvecklade vetenskapliga och högteknologiska miljön, tillsammans med ny kommunikationsteknik ger ytterligare möjligheter att utbilda folk på plats men även extern arbetskraft och inflyttning kommer att krävas för att möta kompetensbehovet.

Resurser, infrastruktur och service

Området har ett rikt kulturarv som innefattar många delar av vår historia med samerna, lantalaiset, finnarna och nybyggarna. De många olika minoritetsspråken och dialekterna som representeras är också unika tillgångar. Flera samiska institutioner inom kultur, utbildning och samhällsliv har sitt säte i Jokkmokk med bland annat Ájtte - Svenskt Fjäll- och Samemuseum, Sámij åhpadusguovdásj/Samernas utbildningscentrum och Sameslöjdstiftelsen Sámi Duodji.

Fritids- och föreningslivet är aktivt och olika äventyrslopp, marknader och festivaler har etablerats i området. Under sommaren hålls marknader i Gällivare och Överkalix och i februari hålls Jokkmokks marknad med rötter från 1600-talets början, och lockar 40 000 - 50 000 besökare under tre dagar.

Både kulturen och naturen fyller viktiga funktioner för såväl invånarnas egna identiteter, som för turismen. Inlandsbanans nordligaste stopp är i Gällivare och besökare har därifrån möjlighet att ta sig vidare ut till områdets olika besöksmål där världsarvet och de många olika nationalparkerna, fjällen, skogarna och älvarna lockar. Kommunikationerna och förbindelserna med omvärlden har stor betydelse för områdets utveckling. Tillgång finns till flyg, järnväg och buss, och Överkalix fungerar som nod för länets transportsektor med Länstrafikens huvudkontor på orten.

Tillgången till service är förhållandevis god inom tätorterna medan glesare områden ser en vikande tillgång till både offentlig och kommersiell service. Utbudet och användandet av digitala tjänster har ökat under Coronapandemin, vilket sätter ytterligare ljus på vikten av en god digital infrastruktur. Bredbandsutbyggnaden pågår men Norrbotten är fortsatt den region i landet som ligger längst från det nationella målet för fibertillgång i glesbygd, och avståndet till övriga regioner ökar.

Social anda, hälsa och livskvalitet

Området erbjuder gott om naturupplevelser och fritidsaktiviteter året om. Naturen präglar också livet och livsstilen då alla förutsättningar för ett aktivt friluftsliv finns runt knuten. Trots det är den allmänna hälsan i området lägre än genomsnittet för både länet och riket.

Invånarna i området är mobila, avstånd räknas i timmar och inte i mil. I samhällena finns den service man har behov av dagligdags inom nära avstånd, fem-minuters-samhälle är ett förekommande begrepp. Under arbete och fritid är det däremot vanligt att man åker långa sträckor till både kust och fjäll inom länet.

Stuglivet i mindre byar utanför tätorterna utgör ett viktigt sammanhang och det finns en, ibland dold, stolthet över sin historia och sitt ursprung. Byar och bygder har i många fall flera föreningar som erbjuder aktiviteter och mötesplatser löpande under året och i samband med högtider. Här finns

ingen trängsel och plats att delta, även om det dock kan upplevas som svårt att ta sig in i den starka gemenskapen.

Insatser från engagerade människor i området har stor betydelse. Det finns en förståelse för att tillgången till kommersiella aktiviteter är begränsad, vilket medför att många människor engagerar sig för att skapa ett utbud. En stor del av det lokala fritids- och aktivitetsutbudet kommer därmed från föreningslivets ideella verksamheter och arrangemang. Alla dessa föreningar fyller dessutom en viktig social funktion, och är ofta även drivande i frågor om områdets utveckling.

3.3 Behov och utvecklingsmöjligheter

[max 8000 tecken] Nuvarande 7999 tecken

Vid deltagarnas egna reflektioner fokuserade man på att man verkar i ett attraktivt samhälle medan man i gruppdiskussionerna i högre grad såg på möjligheter och förändringar.

En återkommande **styrka** i SWOT-arbetet är närhet. Antingen närhet till natur, aktiviteter eller mellan människor. Men även en närhet till beslutsfattare inom exempelvis den offentliga verksamheten. Det gör att beslutsvägarna är korta. Människorna är även lösningsorienterade, mångkonstnärer och engagerade i det starka föreningslivet. Föreningslivet har en stark tradition med bland annat många livskraftiga byaföreningar. Det finns en handlingskraft att skapa, förändra och utveckla. Den starka gemenskapen och gräsrotsengagemanget kan även vara en del i att den ideella sektorn är stor och att det finns en stor variation av arrangemang såsom hundutställningar, bilträffar, skidtävlingar och marknader. En annan förklaring kan vara att folket är pragmatiskt lagd och att det finns ett starkt engagemang och innovativa och driva entreprenörer och föreningsmänniskor. Ett engagemang i byarna gör också att man gör saker själv eller tillsammans för att få det gjort. Näringslivet är på många ställen starkt. En stark industri är en bidragande orsak. Småföretagarverksamheten är utbredd inom många olika näringar såsom entreprenad och industri, besöksnäring och rennäring. Arbetsmarknaden är därmed positiv. En större samhällsomvandling i en del av området har bidragit till positiv utveckling, även om en del upplever negativa konsekvenser. Trots att kommunerna gränsar till varandra och har samarbeten på olika sätt finns det en styrka i att man kan lära av varandra. I förhållande till storleken på samhällena är servicenivån förhållandevis stor. Det finns även många aktiviteter och exempelvis fritidsaktiviteter kan vara billigare än på större orter. Det finns även en öppenhet att kunna skapa egna aktiviteter.

En **svaghet** i området är att kunna ta vara på personer som i ett längre perspektiv vill engagera sig i ideella sektorn. Att engagera ideella ledare blir allt svårare. Föreningsverksamheten är under omvandling och det är något som behöver beaktas och bemötas genom exempelvis nytänkande och digitalisering. Även bristen på generationsväxling innebär en svaghet. Ofta är det en eldsjäl som driver verksamheten vilket gör det hela personbundet. Brist på överföring av kunskap kan leda till problem. Det bedöms också saknas tillräcklig variation på föreningar för ungdomar. Även bristen på samverkan mellan organisationer innebär negativa effekter. Bypatriotism och jantelagen innebär som helhet ett hinder på många håll. Tillgänglighet, kommunikation och samarbeten är några av områdena som vi är svaga på. Samarbeten mellan kommuner och privat sektor kan också förbättras. En svaghet i området är även att det på vissa håll inte är ett tillräckligt diversifierat näringsliv. Ett stort fokus på industri och större etableringar innebär att andra näringar blir lidande. Det expanderande näringslivet medför också att kultur och skapande försvåras när fokus är på annat. Det finns även en känsla att vi är sämre än andra områden på att arbeta över kommungränserna samt att

använda digitaliseringsmöjligheter för att marknadsföra området. Ibland saknas ”nån borde” för att exempelvis arbeta med frågor där det finns ett delat- eller oklart ägarskap i vissa frågor.

Området är unikt i sig då det finns en stark kulturhistoria, språk, mångfald och dialekt. Det talas flera samiska varieteter, finska och meänkieli. En **möjlighet** är att nyttja detta kraftfullare. Vi har ett unikt område med mångfald och kultur som är av intresse för andra. Möjligheter finns även att arbeta mer med generationsväxling med hjälp av språket. Något som kan utveckla området är att det offentliga tydligare ser nyttan med ideella sektorn. För att utveckla den ideella sektorn kan nya former av organisering och utförande uppföras. Vi har också en potential i att utveckla den digitala tekniken och kunskapen. Som tydligast kommit fram i många workshops till att vi trivs här är natur, hem och trygghet. Genom att marknadsföra alla dessa smultronställen och möjligheter kan vi få en bra besöksnäring samtidigt som det möjliggör att lokalbefolkningen känner en stolthet och får en än mer betydelsefull fritid. Det förutsätter att vi alla tillsammans kan arbeta med hållbarhet så att stora kultur- och miljövärden inte försvinner. En ökad besöksnäring är en möjlighet som gynnar både exempelvis näringsliv och fritiden. Vi lever mångt och mycket i ett femminuterssamhälle där det inte behöver vara långt mellan boende, arbete, fritid och aktiviteter. Det kan göra det attraktivare för andra att flytta hit och att vi kan ha en hög livskvalitet. Den starka viljan som framkommit i många workshops att skapa mötesplatser behöver vi ta hand om. Det kan vara alltifrån mötesplatser för handel, fritid eller näringsliv. Genom att arbeta med kompetensutveckling och jämställdhet kan vi även på många sätt attrahera människor. Det finns även en möjlighet att utveckla infrastruktur, kommunikation, bostadsbyggande och digitalisering i stort som kan gynna alla sektorer. Genom samarbeten mellan sektorer och mellan kommuner kan vi uppnå ett hållbart samhälle som skapar attraktivitet förutsatt att det finns en god service ute på landsbygden.

Några **hot** för området är bland annat upplevelsen och förekomsten av en machokultur och att en del har en svag självbild samtidigt som det finns jantelag. Utflyttning av kvinnor och unga samtidigt som det finns ett visst utbildningsförakt leder till demografiska problem. Vi har en utbildningsnivå som är lägre än riket som helhet. Studier visar även att låg utbildning och levnadssätt påverkar både livslängd och livskvalitet. Det i kombination med utflyttning leder till utmaningar. Brist på transportlösningar och på lokaler leder även till problem när verksamheter ska utvecklas. Vi upplever även att det i Sverige tas för lite hänsyn till landsbygdsfrågor på den politiska arenan nationellt. Det finns ett nationellt storstadsperspektiv och norm. Brist på kompetensförsörjning, gymnasieutbildningar, bostäder och dålig kommunikation hämmar både privatlivet och näringslivet. Vi behöver även bli bättre på att ta tillvara möjligheter så att inte eldsjälar, entreprenörer och nyckelpersoner lämnar regionen. Ytterligare ett hot kan vara digitaliseringen och att det finns människor som inte vill eller kan använda ny teknik. Det finns en risk att skapa ett utanförskap.

Andra analyser

Region Norrbottens regionala utvecklingsstrategi (RUS) har sin ansats i att skapa ett hållbart och attraktivt samhälle med mångfald som präglas av mångfald. De övergripande målen är att vara välkomnande, hållbart och attraktivt. De vill att Norrbotten ska skapa hållbar tillgänglighet och ha en väl fungerande kompetensförsörjning samt vara innovativt och konkurrenskraftigt. Vägen dit är hög livskvalitet i attraktiva livsmiljöer, hållbara transporter och tillgänglighet, flexibel och väl fungerande kompetensförsörjning samt smarta, hållbara innovationer och entreprenörskap. Stora pendlingskommuner nära en storstad och storstadskommuner hamnar högt i rankingen och den kommuntyp som beskrivs vara på tredje plats är landsbygdskommuner som har betydande

besöksnäring. Landsbygdskommuner utan en stark besöksnäring klarar sig betydligt sämre än övriga och hamnar på nionde och sista plats av kommuntyperna.

Vi ser även en möjlighet att utveckla området genom platsinnovation som väver samman de komponenter, processer och intressenter som är centrala för att en plats ska upplevas som attraktiv, med avstamp i platsens specifika identitet. Identiteten bygger på platsens historia, geografi, natur, kultur m.m. Platsinnovation skapar synergier mellan tre centrala komponenter på en plats: dess fysiska gestaltning, dess innehåll av kommersiella, offentliga och ideella tjänster och aktiviteter, samt dess marknadsföring.

Hänsyn har även tagits till Norrbottens innovationsstrategi som delvis fokuserar på smart specialisering.

4. Mål, insatsområden och indikatorer

4.1 Vision

[Max 700 tecken] Nuvarande 680

Vår vision är:

I det lilla sker det stora

Här är livet nära – Här finns plats att växa – Här är du hemma

En starkt bidragande orsak till visionen är all input som kommit till att just platsen, miljön och närheten är viktig. Man känner sig hemma och man känner sig trygg. Men man har även sett behovet av att mötas och samverka med andra. Samverkan kan ske mellan individer, näringsliv, offentlig verksamhet, ideella sektorn och över kommungränser. Genom denna strategi vill vi skapa attraktiva samhällen med mångfald och tolerans och där en förståelse för människors olikheter finns. Språk, kultur och diversifiering ska även genomsyra verksamheten där människan alltid är i fokus.

4.2 Mål

[Max 3000 tecken] Nuvarande 2628 tecken

Området präglas av god tillväxt, en stark arbetsmarknad och personer som känner en stor kärlek till naturen och miljön. Vi har en stark tilltro till att skapa ett attraktivt samhälle med platser där man kan mötas. Den demografiska utvecklingen är en utmaning samtidigt som en stor del av näringslivet blomstrar. Vi har ett starkt kollektivt engagemang inom föreningslivet, även om eldsjälarna och andra ideella krafter på sina håll minskar i antal. Den övergripande målsättningen är att fortsätta utveckla områden där vi är starka samt stärka områden där vi är svaga. Vi, med vår kultur och våra språk, är unika och bör tas tillvara på. Genom samverkan över gränserna kan vi uppfylla vår vision.

Vi har två målsättningar:

1) Skapa attraktiva livsmiljöer där människor vill arbeta, leva, bo och besöka.
2) Skapa hållbara och smarta lösningar för att stärka platsen samt välmående hos människorna.

Mål 1: Skapa attraktiva livsmiljöer där människor vill arbeta, leva, bo och besöka

Genom att skapa ett attraktivt samhälle som präglas av god service, inkluderande mötesplatser, jämställdhet och mångfald kan vi öka inflyttning, bli starkare inom besöksnäringen samt öka livskvalitén. Vi vill ha ett mångkulturellt samhälle med kulturer som möts med språken och dialekterna och bjuda in fler att ta del av det. Ett attraktivt samhälle präglas också av en bredd inom föreningslivet och ett diversifierat näringsliv. För att kunna stärka föreningslivet behöver vi även beakta den modernisering som kommer i och med en förändring av organisering och utförande vad avser idrott och kultur.

Vi hoppas också att vårt samhälle ska bli attraktivt för livsnjutare som väljer att bo i området och arbeta på distans till andra delar av landet eller världen. Dagens digitala utveckling och erfarenheter från rådande pandemi har skapat förutsättningar för det. En attraktiv bygd bygger även på att det finns inkluderande mötesplatser och en god service i samhället.

Mål 2: Skapa hållbara och smarta lösningar för att stärka platsen samt välmående hos människorna

Vi vill att både platsen och människorna ska må bra. Det tror vi kan ske genom att arbeta med hållbarhet (socialt, ekonomiskt och miljö) generellt och kraftsamlat. Genom att stötta det cirkulära och småskaliga kan hållbarheten stärkas. Där är nyckelfaktorer bland annat att ta tillvara på digitaliseringens möjligheter, lokal- eller småskalig produktion, härodlat, förnyelsebar energi och lösningar på, samt övergång, till fossilfria alternativ. För att lyckas med detta finns en stor potential till att nyttja omgivande initiativ som kan medverkandegöra och stärka kompetens inom området.

4.3 Insatsområden

[Max 3000 tecken] Nuvarande 2998 tecken

Vi har valt tre insatsområden till våra mål.

Insatsområde 1: Platser och upplevelser (mål 1 och mål 2)

Platser och upplevelser kan vara både fysiska och digitala.

För att möta det stora intresset för hållbara och attraktiva samhällen ska strategin prioritera insatser som skapar eller utvecklar mötesplatser och ökar förutsättningen för ett aktivt fritids- och kulturliv. Särskilt intressant är även insatser kring platsinnovation.

Infrastruktur, till exempel plattformar för marknadsföring, kluster för samarbete och paketering, för kulturella och kreativa näringar (KKN) och verksamheter är ett prioriterat område. En viktig näring är besöksnäringen då den gynnar alla sektorer, inte bara näringslivet. Att skapa besöksanledningar, upplevelser och ett rikt utbud av ekologisk och närodlad mat är viktigt. En prioriterad insats är även att skapa möjligheter för den ideella kulturella sektorn.

Insatsområde 2: Social hållbarhet (mål 1 och mål 2)

Ett socialt hållbart samhälle är ett jämställt och jämlikt samhälle där människor lever ett gott liv med god hälsa, utan orättfärdiga skillnader. Insatsområdet ska fokusera på kompetenshöjning och arbete kring inkludering, jämställdhet samt fysiskt och psykiskt välmående. God hälsa är en grundläggande förutsättning för människors möjlighet att nå sin fulla potential och att bidra till samhällets utveckling. Sociala innovationer med nya innovativa tjänster, produkter, processer, samarbeten och metoder som strävar efter att möta samhällets utmaningar ses som viktigt inom insatsområdet.

Intentionen med vårt mål kring hållbarhet är att vi vill att platsen och människorna här ska må bra, trivas, ha livskvalitet samt att vi bidrar till planetens bästa.

Insatsområde 3: Smarta landsbygder (mål 1 och mål 2)

Ett strategiskt arbete för smart landsbygd ses som en nyckelfaktor. Många goda insatser görs idag men för att verkligen göra skillnad krävs samverkan och gemensamt ansvarstagande mellan offentliga, idéburna och privata sektorn. En smart landsbygd kräver även goda kommunikationer, tillgång till bostäder och en hög servicenivå utanför tätorterna. Genom digitalisering stärks förutsättningarna att kunna arbeta på distans. Användning av nödvändig digital teknik kan vara en del i insatsområdet.

Insatsområdet handlar även om att främja den cirkulära ekonomin, exempelvis genom att stötta de branscher och småskaliga initiativ som inkluderar livsmedelsproduktion, mat, förnybar och fossilfri energiproduktion och lösningar, skog och fiske. Vi behöver samverka för att kunna vara del i en ett diversifierat näringsliv. Arbete med smart specialisering och insatser av den ideella sektorn kan öka förutsättningarna för en hållbar tillväxt. Även småskalig produktion i form av energiförsörjning, förnyelsebar energi och fossilfri energi kan bidra till att uppfylla hållbarhetsmålet. Vi behöver samverka för att kunna vara del i en klimatomställning som går mot hållbarhet. Genom insatsen ska vårt område vara en viktig del i Sveriges arbete på området.

4.4 Indikatorer och målvärden

[Max 6000 tecken]

Motivering till varför vi har valt de indikatorer som har angetts i tabellen och förklara hur de kan hjälpa er att mäta framsteg mot våra mål kommer att göras efter att indikatorerna bestämts och målvärden angetts. EU- och nationella indikatorer kommer att kompletteras med lokala indikatorer.

Tabell 1 EU-indikatorer

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
2. Hållbara och smarta lösningar	3. Smarta landsbygder 2. Social hållbarhet	R.23a	Miljö/klimatrelaterad prestation genom investeringar i landsbygdsområden	Antal projekt som bidrar till mål rörande miljöhållbarhet samt begränsning av och anpassning till klimatförändringar i landsbygdsområden	
2. Hållbara och smarta lösningar	3. Smarta landsbygder	R.33	Smarta landsbygdsstrategier	Antal framtagna strategier för smarta landsbygder	
1. Attraktiva livsmiljöer	1. Platser och upplevelser	R.34	Sammanlänkning av landsbygden i Europa	Antal invånare på landsbygden som tar del av förbättrad tillgång till tjänster och infrastruktur genom stöd inom den gemensamma jordbrukspolitiken	

Tabell 2 Nationella indikatorer

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
1. Attraktiva livsmiljöer 2. Hållbara och smarta lösningar	1. Platser och upplevelser 3. Smarta landsbygder	N.03	Nya produkter	Denna delas upp i 3 nivåer för att kunna ta hänsyn till innovationshöjd. D.v.s. är produkten/erna nya på den svenska marknaden, på den lokala marknaden (leaderområdet) eller endast för det enskilda företaget? En fysisk produkt är en vara som man kan köpa och ta med hem, men konsumera senare. Till exempel olika matprodukter, souvenirer, kläder och möbler. En digital produkt är en vara som säljaren kan sälja (eller erbjuda gratis) upprepat antal gånger utan att göra om varan på nytt. Till exempel nedladdningsbara filer som e-böcker och guider. Men det kan också inkludera olika mjukvaror och appar om kunden inte är beroende av prenumerationer för att kunna ta del av dem.	
1. Attraktiva livsmiljöer 2. Hållbara och smarta lösningar	1. Platser och upplevelser 2. Social hållbarhet 3. Smarta landsbygder	N.04	Nya tjänster	Denna delas upp i 3 nivåer för att kunna ta hänsyn till innovationshöjd. D.v.s. är tjänsten/erna nya på den svenska/lokala marknaden eller endast för det enskilda företaget? En (fysisk) tjänst är något som man köper och konsumerar ihop istället för att ta med hem. Till exempel hårklippningar, guidade turer och upplevelser samt teaterföreställningar. En digital tjänst är en tjänst som säljaren behöver göra om och anpassa vid varje försäljning. Till exempel sociala media tjänster, webbdesign eller liknande. Hit räknas även olika streamingtjänster då kunden inte äger materialet utan endast har tillfällig tillgång genom någon form av prenumeration på säljarens villkor.	
1. Attraktiva livsmiljöer 2. Hållbara och smarta lösningar	1. Platser och upplevelser	N.05	Nya mötesplatser	Antalet mötesplatser som skapats genom projektet och som bedöms kunna bestå efter projektslut. En mötesplats kan vara fysisk i form av en ny eller återställd lokal där olika verksamheter kan äga rum. Till exempel hembygdsgårdar eller övriga samlingslokaler. En mötesplats kan också vara ett digitalt forum om det är	

				begränsat till en tydligt avgränsad målgrupp och det finns sätt att interagera. Till exempel en facebook-grupp. Hemsidor eller bloggar räknas inte.	
1. Attraktiva livsmiljöer 2. Hållbara och smarta lösningar	1. Platser och upplevelser	N.06	Nya fritids- och kulturverksamheter	Antalet fritids- och kulturverksamheter mötesplatser som skapats genom projektet och som bedöms kunna bestå efter projektslut. Till exempel kan detta inkludera ungdomsverksamheter, teatergrupper, idrottsföreningar och språkcaféer. Endast antalet olika verksamheter ska räknas. Man ska inte räkna in antalet träffar som de haft eller antalet deltagare som medverkat.	
1. Attraktiva livsmiljöer 2. Hållbara och smarta lösningar	1. Platser och upplevelser 2. Social hållbarhet 3. Smarta landsbygder	N.07	Nya nätverk och samarbeten	Antalet nya och bestående nätverk eller samarbeten som skapats genom projektet och som bedöms kunna bestå efter projektslut. För att räknas som nytt ska nätverket eller samarbetet inte ha funnits innan projektets mobilisering och uppstart för det syfte som det nu har. Det behöver ingå minst två aktörer för att räknas som ett nytt nätverk eller samarbete. Endast antalet nätverk ska ingå, inte antalet aktörer i de nätverken.	
1. Attraktiva livsmiljöer 2. Hållbara och smarta lösningar	1. Platser och upplevelser	N.08	Nya dagsbesökare	Antalet nya dagsbesökare per år som projektet beräknas ha skapat. Dagsbesökare är besökare som inte övernattar på platsen för besöket. Här handlar det om en uppskattning per år så det gör inget om projektet hinner ta slut innan man har uppmätt ett år med besökarantal. Men det underlättar uppskattningen om man har hunnit mäta besökare under en period.	

Valet av indikatorer bidrar också till Agenda 2030-målen och de områden som föreningen valt att fokusera på. Där EU-indikatorerna och de nationella inte tangerar för föreningen viktiga områden inom Agenda 2030 har lokala indikatorer valts som komplement.

5. Genomförande

5.4 Effekter

[Max 3 000 tecken] Nuvarande 2233

De främsta effekterna vi tror strategin kan bidra med är stärkt attraktivitet i området med ökad livskvalitet och hälsa både genom ökad inflyttning och minskad utflyttning, ökat antal besökare samt ett ekologiskt hållbart samhälle och leverne. Vi kan stimulera och främja effekterna genom att i ett tidigt stadium uppmuntra projektkandidater att tänka effekter för samhället i bredare bemärkelse. Det kan ske vid extern kommunikation och marknadsföring men även när vi för dialog med sökande. Föreningen kan även vara en viktig främjare och delta i andra dialogmöten för att informera fler om de möjligheter det finns med Leader och den effekt projekten kan ha på samhället.

En ansats för uppföljning är att ställa effektfrågan vid ansökan och slutrapportering, där verksamhetsledaren är stöttande i denna process. Det kräver en tydlighet i frågan och konkreta exempel (kan insatsen ge ökad omsättning för fler/närliggande verksamheter, minskar risken för utflyttning från bygden när servicenivån höjs, kan mötesplatsen generera ökad livskvalitet.

Behovsanalysen har gett en tydlig riktning för strategin och därmed även ett riktat fokus i mål och insatsområden. På detta vis ökar vi sannolikheten fått största möjliga effekt uppnås med de utvecklingsinsatser som genomförs, samt att potentialen för synergieffekter ökar.

För att säkerställa att strategin fortfarande är aktuell och att den bidrar till områdets utveckling kommer strategin att utvärderas löpande. Utvärderingen innefattar en översyn av uppnådda och prognosticerade målvärden i indikatorerna samt de effekter som beskrivs inledningsvis i detta avsnitt.

Vid behov kan strategin justeras för att bättre möta den vision som är satt och säkerställa att den fortfarande bidrar till de effekter som är önskvärda att uppnås. Föreningen behöver även i en omvärldsanalys studera hur övriga lokala och regionala aktörer bidrar till områdets utveckling och vilka extra åtgärder som föreningen behöver göra för att fylla i eventuella glapp i stödsystemet. Vi ser det också som viktigt att delta i lokala, regionala och nationella nätverk för att hämta in ny kunskap kring utvecklingsfrågor och goda exempel på insatser som gett god effekt och som vi kan dra nytta av i vårt arbete.