



Lokal utvecklingsstrategi för Leader Bohuslän 2023-27

Version inlämnad till Jordbruksverket 2021-10-15

Sammanfattning

Visionen

Framtiden för Bohuslän bygger på vår historia och där vi står idag. Våra framtida samhällen är sammanhållna, innovativa, kreativa, inkluderande och öppna. Vi känner en gemenskap, välvilja och generositet som gör att goda exempel mångfaldigas genom samverkan. Vi finns tillgängliga för varandra och bygger bra platser att bo på och verka i, årets alla dagar. Vi är en naturlig del i förändringen mot ett hållbart och resilient samhälle. Det nya leaderområdet Leader Bohuslän delar en vision i:

Leader Bohuslän - Hållbar lokal samverkan

Det tillgängliga samhället, levande och nyskapande för dig och mig, varje dag.

Mål och Insatsområden

Insatsområde **Omställning** är format för att uppnå **Mål 1: Omställning till hållbart attraktivt liv och arbete**, - stödja hållbar lokal samhällsutveckling, social delaktighet, inkludering och integrering via föreningar, samverkan och nätverk samt - skapa, stödja och förmedla strukturer, modeller, strategier och exempel för omställning, lokalt inflytande, återbruk, arbete, delning, digitalisering och boende.

Insatsområde **Matproduktion** är format för att uppnå **Mål 2: Lokal och resilient matproduktion** med - fler arbetstillfällen, produkter, innovationer och företag inom blåa och gröna hållbara näringar, logistik och förädling.

Insatsområde **Upplevelser** är format för att uppnå **Mål 3: Upplevelser i världsklass** - bidra till samverkan för tillgängliga upplevelser och kulturaktiviteter varje dag, -fler tjänster, innovationer och företag inom besöksnäringen samt - bidra till genuin profilering samt kunskaps- och kompetensutveckling.

Hur

Den gemensamma LAG-styrelsen prioriterar bland ansökningar som strävar efter att nå våra lokala mål. I den finns representanter för den privata, den ideella och den offentliga sektorn. Underifrånperspektiv, innovativitet och samverkan präglar gemensamma insatser oftast i projektform som får stöd för att de hjälper till att förverkliga den lokala utvecklingsstrategin.

Med basen i det fantastiska Bohusläns utmaningar tar vi hjälp av Leaders stora europeiska nätverk och skapar hållbara resultat som ger effekter och hållbar utveckling i samklang med västra Götalands aktörer och den regionala utvecklingsstrategin.

Summary

The vision

The future of Bohuslän is based on our history and where we stand today. Our future societies are cohesive, innovative, creative, inclusive and open. We experience a community feeling, goodwill and generosity that makes good examples multiply through collaboration. We are accessible to each other and build good places to live and work in, every day of the year. We are a natural part in the transition to a sustainable and resilient society. The new leader area Leader Bohuslän shares a vision in:

Leader Bohuslän – sustainable local cooperation

The accessible society, vibrant and innovative for you and me every day.

Objectives and Focus Areas

Focus area **Transition** is designed to achieve **Objective 1: Transition to attractive, sustainable life and work**, - support sustainable local development, social participation, inclusion and integration via non-governmental organizations, cooperation and networks, and - create, support and convey structures, models, strategies and examples for transition, recycling, local participation, work, sharing, digitalization and housing.

Focus area **Food production** is designed to achieve **Objective 2: Local and resilient food production** with more jobs, products, innovations and companies in blue and green sustainable production, logistics and processing.

Focus area **Experiences** is designed to achieve **Objective 3: World-class experiences** and - contribute to collaboration for accessible experiences and cultural activities every day. with - more services, innovations and companies in the hospitality industry and - contribute to genuine profiling as well as knowledge and competence development.

How

The joint LAG board prioritizes among applications that strive to achieve our local goals. It contains representatives of the private, non-profit and public sectors. Bottom-up perspectives, innovation and collaboration often characterize joint efforts in the form of projects that are supported because they help to realize the local development strategy.

Anchored in the local challenges of fantastic Bohuslän, we take the help of Leader's large European network to create sustainable results, effects and sustainable development in harmony with the actors and developmental strategy of Region Västra Götaland.

Innehåll

Lokal utvecklingsstrategi för Leader Bohuslän 2023-27	1
Sammanfattning	2
Summary	3
1 Landsbygdsutveckling genom Leader.....	6
2 Strategins framtagning	6
Processen för framtagande	6
Förhållande till andra strategier	8
3 Utvecklingsområdet	9
3.1 Tabell med statistik	9
3.2 Områdesbeskrivning	10
Gränser till andra leaderområden	10
Natur-och kulturresurser	10
Demografi	11
Näringsliv och arbetsmarknad.....	11
Service.....	13
Kommunikation och infrastruktur.....	13
Attraktion	14
Livskvalitet och lokalt engagemang.....	14
Föreningsliv, sociala sammanhang och kreativa mötesplatser.....	15
3.3 Behov och utvecklingsmöjligheter.....	15
Demografi och boende	15
Näringsliv och entreprenörskap	16
Resiliens, matproduktion och omställning.....	17
Samhällskultur och inkludering	17
4 Mål, insatsområden och indikatorer	19
4.1 Vision	19
4.2 Mål	19
Målens relation till strategier, målsättningar och policys.....	19
4.3 Insatsområden	21
4.3.1 Insatsområde 1 Omställning.....	21
4.3.2 Insatsområde 2 Matproduktion.....	22
4.3.3 Insatsområde 3 Upplevelser	23

4.4	Indikatorer och målvärden	24
	EU:s resultatindikatorer	26
	Nationella indikatorer.....	27
	Lokala indikatorer	29
5	Genomförande.....	31
5.1	Kommunikation	31
	Prioriterade insatser.....	31
5.2	Urvalsprocess	32
5.3	Samordning och samarbete med andra aktörer	32
5.4	Effekter.....	34
5.5	Hur främjar strategin innovation?	35
5.6	Övergripande principer	36
	Hållbar utveckling.....	36
	Lika behandling och icke-diskriminering	36
	Jämställdhet.....	36
	Områden där de övergripande principerna påverkar eller bör påverka.....	36
6	Organisation.....	37
6.1	Partnerskapet och föreningen	37
6.2	Föreningens styrelse.....	38
	Valberedning	38
	Roll och uppdrag	39
	Styrelsens sammansättning	39
	Styrelsens arbetssätt	40
	Kommunikation	40
6.3	Drift – den operativa verksamheten	40
7	Uppföljning och utvärdering	41

1 Landsbygdsutveckling genom Leader

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

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

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

2 Strategins framtagning

Leader Bohuslän är en sammanslagning av två Leader-områden: Leader Bohuskust och gränsbygd samt Leader Södra Bohuslän som ska forma en gemensam förening. Anledning till sammanslagningen är information från Jordbruksverket att leadernätverken bör sträva efter större områden med bättre förutsättningar. Leader Bohuslän kommer ge möjlighet att tydliggöra identiteten Bohuslän och verka för spridning av initiativ och insatser gjorda på skilda håll i Bohuslän. Under perioden 2014-2020 har många samarbetsprojekt genomförts mellan områdena och kontoren har samverkat i många frågor.

Erfarenheter från tidigare programperioder är bland annat behovet av en flexibel strategi vilket var viktigt för att möjliggöra utveckling av fibernätet via föreningar i Bohuslän. Arbetet med flera fonder under programperiod 2014-2020 har också varit nyttigt då det har gett ett bredare perspektiv och möjliggjort många innovationer inom det marina området framförallt. Leader Bohuskusts arbete med effekter och Leader Södra Bohuslän's arbete med projekt för unga är några exempel på sådant som blir användbart i denna strategi.

Processen för framtagande

Strategin är framtagen i en bred och inkluderande process. Initialt efter beslut och diskussioner i respektive LAG-styrelse tillsattes en processgrupp med medlemmar från båda områdena som tog fram ett sätt att arbeta, ett förslag på en skrivargrupp, en presentation för kommunerna samt en tidsplan.

Skrivargruppen påbörjade arbetet i januari 2021 med utbildning. Efter en inledande period med bland annat möten med kontaktpersoner för alla kommuner genomförde vi två breda SWOT-workshoppar (en SWOT-analys ger överblick över Styrkor, Svagheter, Möjligheter och Hot), två gymnasieklass-SWOT-möten samt ett 10-tal strukturerade intervjuer. Analysen var fortsatt öppen under en månads tid där allmänheten kunde komma med inspel kopplat till ett digitalt formulär. Skrivargruppen har sedan analyserat SWOT-materialet jämfört med föregående strategier och därefter skapat en slutlig SWOT (se bilaga 2 SWOT).

SWOT:en har legat till grund för ett arbete med två tematiska referensgrupper. I dessa har delar av skrivargruppen samt representanter från respektive LAG-styrelse deltagit. Den första har fokuserat på visionsformulering, målformulering och insatsområdesuppdelning. Den andra har hanterat organisationsfrågor: partnerskapet, LAG, LAG-styrelse samt kontoret.

Ytterligare referensgruppsmöten har hållits runt partnerskap och ungas delaktighet. Utöver utbildningar om olika steg i processen inklusive hållbarhet har skrivargruppen också tagit del av omvärldsanalyser från Kairos Future med flera.

Återkommande möten hålls med leaderskrivargrupperna i Västra Götaland för att säkerställa synergier och höja kvaliteten på respektive strategi och arbetsätt i områdena.

Ett viktigt steg är den breda inspel- och synpunktsrunda där hela partnerskapet fått lämna synpunkter och inspel till strategin. Denna var öppen via ett digitalt formulär under sommaren 2021 och har marknadsförts via sociala medier och tidningsannonser i de berörda kommunerna. Synpunkter sammanställdes, en justering av strategin gjordes innan den presenterades för de befintliga LAG-styrelserna och justerades innan den slutligen lämnades in till Jordbruksverket i oktober 2021.

Kommunerna var via sina kommunrepresentanter och kommunikatörer delaktiga i spridningen av strategin till sina föreningsnätverk, företagarnätverk och till politiker och tjänstemän på kommunen. Var kommun har fått avgöra vilken nivå man har velat fatta beslut på synpunkter och inspel.

Förhållande till andra strategier



Utvecklingsstrategin förhåller sig till flera internationella, nationella och regionala strategier med Västra Götalands regionala utvecklingsstrategi (RUS) i centrum. Dess huvuddrag genomsyrar Bohusläns lokala strategi och blir tydligt och konkret i omställningsmålet (*se Mål 1 nedan*).

De globala hållbarhetsmålen ska fungera som en helhet och hjälper oss att bredda blicken när vi fokuserar för snävt på ett specifikt område. Varje mål bär med sig dessa.

Den svenska livsmedelsstrategin, strategin för svenskt fiske och vattenbruk samt hållbarhetsmål 2 Ingen hunger, 12 Hållbar konsumtion och produktion, 14 Hav och marina resurser samt 15 Ekosystem och biologisk mångfald samspelar allihop och påverkar. De sätter upp riktningen för vad strategin vill åstadkomma och ger också möjligheter att utveckla projektinsatser ytterligare (*se även Mål 2 Matproduktion nedan*).

På regional nivå finns infrastrukturplan, kulturstrategi och turistrådets strategi ”Hållbarhetsklivet” vilka alla skapar förutsättningar för utveckling och livskvalitet på landsbygderna. Inom Mål 3 Upplevelser inkluderas dessa strategier i formuleringen av tillgängliga upplevelser.

EU:s jordbrukspolitik (2021-28) har tre allmänna mål i: 1. Främja en smart motståndskraftig och diversifierad jordbrukssektor för livsmedelssäkerhet; 2. Stödja miljömål och klimatåtgärder och bidra till unionens miljö- och klimatrelaterade mål; 3. Förbättra den socioekonomiska strukturen i landsbygdsområden. Under dessa finns nio mål varav ett är specifikt inriktat mot Leaderinsatsen: ”främja sysselsättning, tillväxt, jämställdhet mellan könen, social delaktighet och lokal utveckling i landsbygdsområden inbegripet bioekonomin och hållbart skogsbruk”.

Dessa jordbrukspolitiken mål tillsammans med den nya gröna given är centrala på så sätt att de pekar ut riktningen för strategin. Den nya gröna given inkluderar bl a klimatneutral kontinent 2050, miljövänligt livsmedelssystem, omställning till grön finans och en omfattande omställning av industrin. Det går inte att överskatta den påverkan denna omställning kommer ha på våra samhällen och på hur snabbt förändringarna behöver ske. Sverige går i framkant och har sett möjligheterna i omställningen och har därför skarpare mål: 63% minskning av CO2 utsläpp till 2030 och 100% 2045. I vår region ska vi minska med 80% fram till 2030 (Klimat 2030).

Strategin är anpassad för att verka i rätt riktning för att möjliggöra denna förändring. Exempelvis så har strategins insatsområden likheter med Klimat 2030 fokusområden. Fokusområde 2. Hälsosam och klimatsmart mat i ett hållbart lantbruk har likheter med lokal och resilient matproduktion, Fokusområde 3 Förnybara och resurseffektiva produkter och tjänster, samt 4 Sunda och klimatsmarta bostäder och lokaler har gemensamma nämnare med Omställning till ett attraktivt liv och arbete.

Smarta landsbygder är EU's koncept som använder innovativa lösningar för att utveckla resiliens genom att bygga på lokala möjligheter och styrkor. Resiliens är ett systems motståndskraft, dess förmåga att studsa tillbaka och formas i takt med nödvändig förändring. Konceptet är utvecklat vidare till att dela med sig av dessa ansatser på europeisk nivå vilket blir nyttigt för utvecklingen av vårt Omställningsmål (*se Mål 1*).

De mellankommunala planerna i kustområdet är viktiga för arbetet och där kan nämnas Blå ÖP och Maritim näringslivstrategi i norr och mellankommunal kustzonsplanering i söder. Kommunalförbunden Fyrbodalen och Göteborgsregionens utvecklingsdokument så som näringslivsstrategier är en del av underlaget.

3 Utvecklingsområdet

3.1 Tabell med statistik

Ämnesområde	Variabel	Värde	
Områdets storlek	Antal invånare	192186	
	Storlek i km ²	5215,409	
	Invånare per km ²	37	
Befolkningsstruktur	Andel av befolkningen som är utrikes född	11%	
	Andel av befolkningen i intervallerna (%):	Kvinnor	Män
	0-14 år	9	9
	15-24 år	4	5
	25-44 år	11	11
	45-64 år	13	13
	65- år	13	12

3.2 Områdesbeskrivning

Gränser till andra leaderområden

Utvecklingsområdet följer kommungränserna och sträcker sig från Strömstad i norr till Kungälv och Öckerö i söder men inkluderar även södra skärgården, en del av Göteborgs kommun. Området gränsar till *Leader Framtidsbygder* i nordöst, *Leader längs Göta älv* i öst och *Leader Halland* i syd.

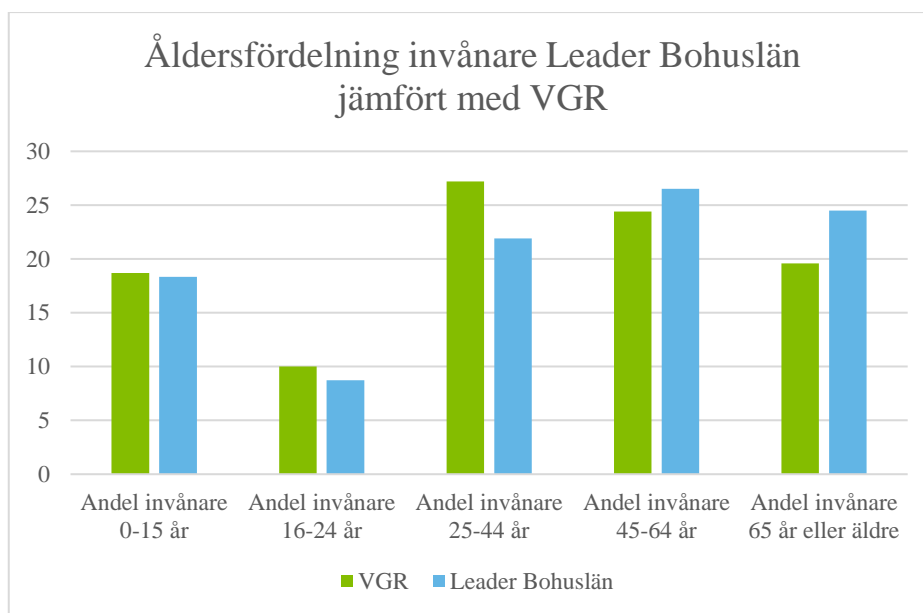
Natur-och kulturresurser

Leader Bohuslän har en unik kombination av skog, fjäll, klippor, jordbrukslandskap, kust, skärgård och hav. Området är också rikt på vattendrag och sjöar. Bohusläns kust är enligt 4 kap miljöbalken i sin helhet av riksintresse med hänsyn till områdets natur- och kulturvärden. I området finns bl. a Sveriges enda marina nationalpark Kosterhavet och UNESCO-världsarvsområdet Tanums hållristningar. Kulturmiljöerna i pittoreska småstäder, fiskelägen, kustsamhällen och landsbygdsbyar är både unika och starkt kopplade till den omgivande naturen.

Havet och den varierande jordbruksmarken ger möjligheter till lokal livsmedelsproduktion samtidigt som läget nära storstaden ger efterfrågan på produkter och tjänster. Bohuslän ger goda möjligheter till rekreation vilket är en viktig förutsättning för besöksnäringen.

Närheten till havet präglar människors liv och kulturhistoria genom fiske och sjöfart. I området finns en levande kulturhistoria och ett aktivt kulturliv med konst, musik, dans och teater, från lite större aktörer så som Nordiska Akvarellmuseet, Udden, Carlstens fästning, Gerlesborgsskolan, Vinga, Skulptur i Pilane m fl men även en mångfald av hantverksutövare och konstnärer.

Demografi



Figur Åldersfördelning invånare Leader Bohuslän jämfört med VGR

Befolkningen i Bohuslän är äldre jämfört med VG-regionen som helhet. Det är framförallt andelen yngre vuxna som är väsentligen lägre samtidigt som andelen över pensionsålder är väsentligen högre. Troligtvis är siffrorna för åldersgruppen 22-35 ännu mer markanta då många lämnar för att studera och flyttar tillbaka i samband med familjebildning. De södra kommunerna längs med E6/Bohusbanan med goda kommunikationer till Göteborg har dock en stark nettoinflyttning.

I samband med de stora flyktingströmmarna runt 2015 kom många nyanlända till området, men relativt snart flyttade de flesta vidare mot storstadsregionerna. Därmed har området ca hälften så många invånare som är utrikesfödda som Västra Götalandsregionen i sin helhet.

Näringsliv och arbetsmarknad

Näringslivet i Bohuslän är mångfacetterat och består av många småföretag tillsammans med större företag och industrier. Traditionellt återfinns företagen bland marina och areella näringar, småbåtsvarv, sjöfart och besöksnäringar tillsammans med de större berednings-, tillverknings- och processindustri med tillhörande underleverantörer.

	Leader Bohuslän (exkl södra skärgården)	VGR	Riket
Bygg	10,6	7	7,3
Jord, Skog o Fiske	2,8	1,5	1,9
Offentliga tjänster	31,9	32,2	33,2

Privata tjänster	38,8	43,5	44,3
Varav			
Företagstjänster	7,4	12,7	12,2
Handel	14,4	12,4	11,9
Hotell o restaurang	4,8	3,2	3,4
Information o Kommunikation	1,1	3,6	4,2
Kulturella o personliga tjänster	4,0	3,9	4,3
Tillverkning och utvinning	13,6	14	11,2
Övrigt	2,3	1,8	2,1
Summa	100	100	100

Tabell: **Fördelning av sysselsatta per bransch** i Leader Bohusläns område (undantaget södra skärgården och inklusive Uddevalla tätort) jämfört med Västra Götalandsregionen och riket i helhet. De fetmarkerade skiljer sig från VGR och riket. Det är värt att notera att fördelningen inte är jämn över området.

I stora delar av området finns en stark kultur att driva egen verksamhet. Andelen nyföretagande är relativt högt. Några branschkatégorier är specifikt svaga exempelvis *Företagstjänster* dvs försäljning av tjänster företag emellan. Specifikt är också *Information och Kommunikation* väldigt låga i området.

En tydlig trend är att besöksnäringen växer i betydelse. Företag som förädlar jordbruksprodukter blir också allt fler. Kommuner och företagen är med i Hållbarhetsklivet för besöksnäringarna.

I kommunerna pågår utvecklingsarbete inom blå ekonomi med en stark närvaro av flera marina kunskapscentra, myndigheter, universitet och institut tillsammans med innovations- och entreprenörskapsmiljöer (GU med Kristinebergs forskningsstation och Tjärnö marinbiologiska laboratorium, SLU Aqua, KTH, IVL, UU, Kristineberg Center, Sotenäs Symbioscenter, www.foretagsarenor.se). Flera kommuner samverkar runt Företagsarenor Väst som understödjer innovation och kopplingen mellan företag, kommun och forskning.

Fiske och vattenbruk är traditionella maritima näringar som har fortsatta möjligheter att utvecklas i området. Merparten av svenskt yrkesfiske finns hemmahörande i Bohuslän. Nuvarande programperiod har sett många utvecklingssteg förverkligas vilket kan bära frukt i den nya perioden. Diversifiering, nya arter och hållbarare mer värda produkter är framtiden.

I Strömstad dominerar gränshandel och besöksnäring. Innan pandemin hade Strömstad mest tillväxt i Sverige, utöver de tre storstadsregionerna. Med stängd nationsgräns mot Norge drabbades Strömstad hårt av pandemin. Nu pågår arbete för att bredda näringslivet och minska sårbarheten. Fler kommuner med mycket handel är Kungälv, Tanum, Sotenäs och Uddevalla.

Arbetsmarknaden skiljer sig åt i regionen med pendlingskommuner, klassiska turistkommuner, landsbygdskommuner samt med områdets större tätorter Lysekil, Uddevalla, Kungälv och Stenungssund med tillverknings- och processindustrier. Arbetsmarknaden i kommunerna påverkas starkt beroende på pendlingstiden till Göteborg. De norra kommunerna, Strömstad och Tanum, ingår i *Västlandet*, med de näraliggande fylken i norska Östfold, med omfattande arbetspendlingen över gränsen. Sotenäs och Lysekil ingår i *Trollhättan-Vänersborgregionen* och Orust ner till Södra skärgården i *Göteborgs arbetsmarknadsregion*.

På grund av de korta avstånden arbetar många i närliggande kommuner vilket skapar dynamik mellan orterna och pendling även lokalt.

Arbetslösheten är normalt lägre än genomsnittet för både länet och riket, mycket tack vare gränshandel, en stark besöksnäring och tillväxten i Göteborg. Andelen personer med hög utbildning är dock lägre än genomsnittet för riket. I området finns individer som står långt från arbetsmarknaden och som är i behov av kompetensutveckling. Samtidigt ses kompetensbrist som den viktigaste utvecklingsfrågan för regionens framtid. Under COVID är främst Strömstad påverkade av ökad arbetslöshet kopplat till stängd gräns mot Norge och bortfall av handel- och besöksnäringssomsättning.

För att skatta regioner har BRP+ tagits fram i samverkan med Tillväxtverket. Begreppet är en förbättring av BRP (bruttoregionalprodukt jmf BNP) och används för att se på många faktorer för att skatta livskvalitet och regioners relativa framgång. I dessa skattningar ligger Västra Götaland relativt bra till och kommunerna i Leader Bohusläns område bra till ([länk](#)).

Service

Tillgång till kommunal service i form av vård, skola och omsorg är god i hela området. Den regionala sjukvården har delvis centraliserats. Avstånden till akutvård är stundtals långa och vårdens kvalitet skiljer sig beroende på var man bor. Över tid har servicen centraliserats i kommunerna med sämre möjligheter längre från de större samhällena.

Det kommersiella serviceutbudet varierar kraftigt över året i kustdelarna av området. Sommarboende och turismen gör att utbud av restauranger och affärer är större än vad befolkningsunderlaget kan stödja under resten av året. För många orter ger detta ett större utbud även utanför säsong. För övriga områden är servicen framförallt koncentrerad kring tätorter, men några få landsbygdsbutiker finns också kvar.

Kommunikation och infrastruktur

De norra kommunerna har en relativt hög andel långväga pendlare (mer än 100 km). Möjligheterna till arbetspendling med kollektiva färdmedel är begränsade med gles trafik på landsbygd och mindre orter. Kollektivtrafik ut till öar och mellan

närliggande kommuner är delvis eftersatt då lönsamheten på de rutter som nyttjas sällan är låg. Det för också med sig att de flesta som kan tar bilen lokalt och delregionalt. Områdets geografi med sprickdalar, näs och öar gör att de tidsmässiga avstånden blir längre. Det för också med sig utmaningar för kollektivtrafiken. E6 och Bohusbanan går som sammanhållande stråk genom området och möjliggör snabba kommunikationer på väg. Bohusbanan söder om Uddevalla fungerar som ett bra pendlingsalternativ men för längre sträckor är banan för långsam och utkonkurrerad av buss.

Det finns ett stort utbud av maritim infrastruktur, som gästhamnar och småbåtshamnar.

Bohusläns många smala vägar med stor trafik utgör ett hinder för gående och cyklande i en trygg miljö vilket påverkar boende såväl som turism. Infrastrukturen med laddningsstolpar för el-bilar, och framåt även båtar och fartyg, är underutvecklad och tillgången på förnybara drivmedel begränsad. Tidiga satsningar på förnybar energi med vindkraft på höjderna längs E6 och vid industrierna har gjort en del av kommunerna till elproducenter.

Höghastighetsbroadband är väl utbyggt framförallt via leaderstödda fiberföreningar. Många avlägsna orter och öar har mycket bra bredbandskapacitet.

Attraktion

Bohuslän är en av Sveriges mest populära destinationer och ses som ett av världens vackraste vildmarksområden. I området finns flera viktiga attraktioner, besöksmål och evenemang. Områdets kustsamhällen är i sig dragande besöksmål, främst under sommarhalvåret. Närheten till storstaden för en del av ö-samhällena är unik och något som möjliggör både besök och liv i fantastiska miljöer.

Livskvalitet och lokalt engagemang

Det finns en självklar stolthet bland Bohuslänningarna och många är nöjda med att leva livet här. Kombinationen av hav och land, sommarens explosion, tillgången till friluftsliv och skaldjur samt möjligheten att förverkliga idéer är bakgrunden till detta. De lokala nätverken finns men kan bli ännu mer inkluderande och möjlighetsskapande.

För unga vuxna är området mindre attraktivt, det bor färre unga vuxna i området året runt, det saknas högskoleutbildning på grundnivå, studentliv och kopplade aktiviteter saknas. Drivet finns hos de unga men finns förutsättningarna för de som vill bli kvar? Avstånden till Göteborg och Trollhättan med ett stort utbud av utbildning är korta men även om en del pendlar är utflyttandet för åldersgruppen markant.

SCB:s medborgarundersökningar pekar ut potentiella förbättringsområden där satsningar på bostäder, trygghet, framtidsmöjligheter, arbetsmöjligheter, kommersiellt utbud och kommunikationer bör prioriteras för att öka nöjdheten hos befolkningen. Delar av området har höga psykiska ohälsotal i jämförelse med riket i övrigt.

Föreningsliv, sociala sammanhang och kreativa mötesplatser

Föreningslivet är starkt och området har ett brett utbud av exempelvis fritids-, kultur- och samhällsföreningar. Samtidigt har man utmaningar med att attrahera unga engagerade medlemmar samt med drift och underhåll av lokaler. Föreningarna har både idéer, kreativitet, engagemang och drivkraft. Det finns ett stort utbud av möteslokaler i området men ändå saknar många, bland annat unga, kreativa och sociala mötesplatser med meningsfullt innehåll. De mötesplatser som finns ligger ofta i tätorter.

Inkludering av nyinflyttade och nyanlända i föreningar är en väg in i samhället som kan nyttjas bättre än det görs idag. Aktiva kampanjer för rekrytering och sammankoppling mellan människor med behov av sociala sammanhang och föreningar med behov av engagemang skulle kunna utvecklas. Nyinriktningar inom en förening kan vara en väg till det.

3.3 Behov och utvecklingsmöjligheter

I SWOT-analysen för området så har det framkommit flera olika behov- och utvecklingsmöjligheter. Området karaktäriseras av ett attraktivt och diversifierat landskap med både skärgård, inland och kust vilket skapar många möjligheter för både en aktiv fritid och attraktiva boendemöjligheter men även goda förutsättningar för olika verksamheter och företag. Bohuslän som varumärke är väl etablerat och lockar många besökare varje år. Här finns många levande mindre lokalsamhällen och förhållandevis god tillgång till service året om. I området som helhet finns ett relativt differentierat näringsliv med både större industrier och många småföretagare. Samtidigt så finns det många utmaningar och behov, till exempel frågor kring hur vi kan öka graden av resiliens i våra samhällen, utmaningar kring demografi och boende med många äldre och höga bostadspriser samt utvecklingsmöjligheter för näringsliv och företagande. Ett resilient samhälle har förmågan att hantera förändringar och fortsätta utvecklas.

Demografi och boende

Ett stort behov som har framkommit är behovet av nya boendeformer och ökade möjligheter för helårsboende. Området är attraktivt att bo i och möjligheterna till god livskvalitet och en aktiv fritid är stora. Samtidigt är hus- och markpriserna höga och många hus används som fritidshus vilket försvårar nyetablering och helårsboende. Frågor kring vatten, avlopp och sophantering försvårar ibland ytterligare. För unga i området är det svårt att hitta bostäder till rimliga priser så de kan etablera sig på bostadsmarknaden, bo kvar och verka i området. En åldrande

befolkning och ökat delårsboende leder bland annat till minskat underlag för lokala skolor och annan service. För samhället som helhet finns det ett behov av att hitta fler olika boendeformer för att möta det varierade behovet av bostadslösningar hos olika människor. Här finns det utvecklingsmöjligheter bland annat när det kommer till att hitta nya samverkansformer och finansieringslösningar. I området finns det redan exempel på kooperativa hyresrätter, ekobyar och socialt byggande av egna mindre hus men de goda exemplen behöver spridas och bli möjliga på fler platser, här är leaderarbetet en viktig insats.

Fiberutbyggnad möjliggör för fler att arbeta hemifrån vilket skapar nya möjligheter för delårsboende att bli helårsboende och för en ökad inflyttning. Pandemin har skyndat på digitaliseringen och skapat nya möjligheter för distansarbete vilket ger en större valfrihet kring boendeort och minskat behov av att bo nära arbetsplatsen. Här finns det potential att ta vara på. Samtidigt är det viktigt med en fungerande infrastruktur och bra kollektivtrafik för att bygga resilienta samhällen framöver. Det finns ett behov av nya lösningar men det finns också goda möjligheter för exempelvis transporter vattenvägen. Att kunna bibehålla och utveckla lokal service och infrastruktur är viktigt och här finns stora utvecklingsmöjligheter. Lika unikt och attraktivt som det kan vara att bo på en ö utan fast förbindelse, lika krångligt kan det vara att anpassa arbetstider, skolgång och service till färjans avgångstider.

Näringsliv och entreprenörskap

Det finns behov av ett mer resilient näringsliv och en utveckling av besöksnäring mot andra säsonger. I delar av området är näringslivet relativt ensidigt med fokus på ett fåtal branscher vilket medför stor sårbarhet. Det har visat sig inte minst under COVID19-pandemin då gränshandeln snabbt sattes på paus och restaurang- och besöksnäringen mötte stora utmaningar. Möjligheterna finns i och med ett attraktivt läge och Bohuslän som varumärke är väl etablerat. Det finns behov av att tydligare sammanlänka det utbud av upplevelser och aktiviteter som finns i området och samarbeta kring erbjudanden, helhetslösningar och dylikt för att stärka besöksnäringen. Tillika finns det möjligheter att skapa kompetensmiljöer och värdekedjor runt företag och branscher.

Inom både de gröna och blåa näringarna finns goda utvecklingsmöjligheter för både utökad produktion och för vidareförädling av råvaror samt utveckling av nya produkter. Råvaror i världsklass från främst havet skapar möjligheter för både långsiktigt hållbar förädling och måltidsturism. Etableringar kan samplaneras för ett effektivare nyttjande av land- och vattenytor tillika synergier mellan branscher.

Områdets geografi möjliggör en aktiv fritid med till exempel paddling, vandring och klättring vilket även lockar besökare och skapar förutsättningar för fler säsonger som inte bara sträcker sig över några få sommarveckor. Många aktörer stänger under lågsäsong vilket riskerar att motverka andra satsningar som skulle kunna bidra till fler säsonger. Här skulle utökad samverkan och gemensamma satsningar behövas. Det finns många företagare med småskalig verksamhet i

området vilket gör samverkan till en nyckel för att skapa konkurrenskraft. En tydligare samverkan kan också ge bättre tillgänglighet och kvalitet på upplevelser utanför högsäsong.

Distansarbete ger möjlighet till en mer varierad arbetsmarknad där man inte nödvändigtvis behöver bo i närheten av sin arbetsplats. Men för att kunna arbeta på distans behövs pålitlig uppkoppling, nya lösningar på gemensamma kontorsplatser och mötesplatser.

Resiliens, matproduktion och omställning

Intresset för lokalproducerade livsmedel är stort och frågor som rör inhemsk livsmedelsproduktion och självförsörjningsgrad har återigen aktualiserats, både med tanke på den svenska livsmedelsstrategi som antagits och med rådande pandemi som fått allt fler att inse hur sårbart rådande system lätt blir vid en kris. I Bohuslän finns goda möjligheter för både ökad livsmedelsproduktion och för en ökad förädlingsgrad av råvaror med utrymme för nya företagsetableringar och innovationer. Detta skapar möjligheter till både nya arbetstillfällen, ökad resiliens och ytterligare besöksanledningar. Med tillgång till både hav och landsbygd så finns det förutsättningar för att bedriva både lantbruk, fiske och vattenbruk samtidigt som närheten till städer och tätorter samt många besökare skapar en efterfrågan på produkter och tjänster. Här finns det utvecklingsmöjligheter kring en mer samlad marknadsföring och att i ännu högre grad lyfta fram det unika med många av de råvaror som finns att tillgå lokalt, till exempel musslor, tång och alger.

Det finns också ett behov av att skapa förutsättningar för omställning till ett mer hållbart samhälle och fler satsningar inom detta område behövs. Här finns det behov av satsningar på exempelvis cirkulära arbetssätt, delningsekonomi och återbruk. Det finns också utvecklingsmöjligheter kring att försöka hitta nya samverkansformer för att förvalta gemensamma resurser.

Samhällskultur och inkludering

Föreningslivet i området är starkt och upprätthåller många viktiga funktioner och bidrar till områdets attraktivitet. Samtidigt finns utmaningar kring fortlevnad och att engagera och rekrytera nya medlemmar för många föreningar. En fråga som många föreningar ställer sig är hur de kan nå och engagera fler yngre. Här finns det behov av att hitta nya vägar och ta inspiration av goda exempel från andra områden. I SWOT-analysen framkommer det också att stöd till föreningslivet ses som ett viktigt verktyg för att det även i framtiden ska finnas ett brett utbud av aktiviteter i området. Möjligheten till en aktiv och meningsfull fritid skapar i sin tur förutsättningar för att fler ska vilja bli helårsboende i området.

Det finns även behov av och stora möjligheter till fler kultursatsningar och tillgängliga upplevelser. En kreativ miljö skapar en identitet som både ger möjlighet att attrahera nya invånare och besökare samt ger de boende möjligheter

till aktiviteter och upplevelser året om. Lokalt finns det områden med starkt kulturliv och områden där det satsas mycket, men detta skulle behöva spridas, nå fler, skapa inkludering och stärka integration.

Ett annat behov som framkommer är att det behövs fler sociala mötesplatser, här kan både föreningsliv och kultursatsningar ha en roll att spela. Inkludering och känslan av att vara välkommen i ett samhälle är viktig för nyinflyttade men även för de som kan uppleva sig marginaliserade på grund av exempelvis språk, kultur eller funktionshinder mm. Här finns både hälso-, trygghets- och andra livskvalitetsaspekter som påverkas av klyftor i samhället.

4 Mål, insatsområden och indikatorer

4.1 Vision

Leader Bohuslän - Hållbar lokal samverkan

Det tillgängliga samhället, levande och nyskapande för dig och mig, varje dag.

Framtiden för Bohuslän bygger på vår historia och där vi står idag. Våra framtida samhällen är sammanhållna, innovativa, kreativa, inkluderande och öppna. Vi känner en gemenskap, välvilja och generositet som gör att goda exempel mångfaldigas genom samverkan. Vi finns tillgängliga för varandra och bygger bra platser att bo och verka på årets alla dagar. Vi är en naturlig del i förändringen mot ett hållbart och resiliert samhälle.

4.2 Mål

Mål 1: Omställning till hållbart attraktivt liv och arbete

- Stödja hållbar lokal samhällsutveckling, social delaktighet, inkludering och integrering via föreningar, samverkan och nätverk.
- Skapa, stödja och förmedla strukturer, modeller, kunskap, strategier och exempel för omställning, lokalt inflytande, återbruk, arbete, delning, digitalisering och boende.

Mål 2: Lokal och resiliert matproduktion

- Fler arbetstillfällen, produkter, innovationer, företag samt mer samverkan och kunskap inom hållbara blåa och gröna näringar, logistik och förädling.

Mål 3: Upplevelser i världsklass

- Bidra till samverkan för tillgängliga kultur- och friluftaktiviteter, varje dag.
- Fler tjänster, innovationer och företag inom besöksnäringen.
- Bidra till genuin profilering samt kunskaps- och kompetensutveckling.

Målen relation till strategier, målsättningar och policys

Områdets mål springer direkt ur SWOT-analysen. De tre målen är formulerade för att leverera förändring och utveckling som förstärker områdets styrkor och hanterar vissa brister. De tre målen är också balanserade mot varandra. De genomsyras av den gemensamma jordbrukspolitikens mål med utveckling av landsbygdsekonomier och samhällen på landsbygden, inklusive sysselsättningsskapande.

Mål 1: Omställning till hållbart attraktivt liv och arbete är starkt kopplat till den regionala utvecklingsstrategin i Västra Götalands mål ”Tillsammans gör vi Västra

Götaland till ett föredöme för omställning till ett hållbart och konkurrenskraftigt samhälle” samt förändringar i arbetsliv i spåren av COVID. Landsbygderna i Bohuslän har ett gyllene tillfälle att ställa om till ett hållbarare och mänskligare liv och arbetsliv inklusive former för boende, näringslivssamverkan, samhällsutveckling, grannskapskontor och återbruk. I detta är det också kopplat till konceptet Smarta landsbygder.

Omställningen inkluderar en förändring till ett resurssnålare samhälle med minskad energiförbrukning och mycket mindre koldioxidutsläpp. För att nå dit måste attityder och beteenden ändras. En förändring av det vi värdesätter sker enklare i samverkan mellan människor runt gemensamma projekt i exempelvis föreningar och nätverk. Leader kan bidra till att människor samlas runt gemensamma utmaningar för att hitta lösningar och samtidigt öka den sociala delaktigheten, ge människor en känsla av sammanhang och öka inkluderingen.

Mål 2: Lokal och resilient matproduktion knyter an till den svenska livsmedelsstrategin, arbetet med en gemensam strategi för fiske och vattenbruk och den regionala utvecklingsstrategin i Västra Götaland. Målet bygger även vidare på landvinningar gjorda under perioden 2014-2020 inom gröna näringar samt fiske och vattenbruk. Målet genomsyras av innovationskraft, cirkularitet, hållbarhet och utvecklingsdriv. Produktionen behöver vara klimatsmart.

En resilient matproduktion klarar pandemier, globala kriser, brutna långväga leveranskedjor och hanterar brister i tillgänglig arbetskraft och kompetens. En sådan produktion bygger och regenererar istället för utarmar jordar och lokala bestånd. Den knyter ihop lokala kedjor av flöden när så är möjligt och minskar energiåtgång och koldioxidutsläpp. Den involverar många människor i produktion, förädling och logistik för ökad delaktighet, livskvalitet, inkludering och närvaro.

Mål 3: Upplevelser i världsklass bygger på den ledande destination som Bohuslän är. Målet är kopplat till Turistrådet Västsveriges och Hållbarhetsklivets gemensamma vision om en besöksnäring som är ett föredöme för hållbar omställning. Samtidigt handlar målet om attraktivitet för de som bor här. Målet är uppdelat i tre delar: 1) samverkan, 2) tjänster och företag samt 3) kunskap och profilering.

Samverkan berör behovet av att ta goda exempel längs med Bohusläns kust och mångfaldiga dessa regionalt. En tydligare samverkan kan också ge bättre kvalitet och tillgänglighet på upplevelser utanför högsäsong för hel- och delårsboende samt besökande. *Tjänster och företag* handlar om nya företag, innovationer och produkter som knyter an till regionala strategier och besöksnäringens forsknings och innovationsagenda samt de utvecklingsinriktningar som följer kopplat till COVID-krisen. *Kunskap och profilering* riktar sig mot att höja nivån på helheten på destinationen för att förverkliga den potential som Bohuslän har. Hållbarhet, kommunikation och digitalisering är viktiga grundbultar i denna utveckling.

Upplevelser i världsklass handlar om att dagligen njuta av det som området innefattar. Det handlar om ett utökat kulturutbud av och för de som lever och är verksamma i området. Hållbarhetsklivet har tydligt satt agendan för att göra besöksnäringen hållbarare i principerna:

1. Så lite onödig miljöpåverkan som möjligt
2. Bra för både boende och besökare
3. Fler besökare när och där det inte är fullt
4. Fler heltidsjobb och mer robusta verksamheter

4.3 Insatsområden

Insatsområdena i strategin utgår från de lokala behoven och utvecklingsmöjligheterna i området och från strategins övergripande mål beskrivna i avsnitt 4.2. Tre insatsområden är identifierade:

1. Omställning
2. Matproduktion
3. Upplevelser

4.3.1 Insatsområde 1 Omställning

Insatsområdet är format för att uppnå **Mål 1: Omställning till hållbart attraktivt liv och arbete** genom att stödja hållbar lokal samhällsutveckling, social delaktighet, inkludering och integrering via föreningar, samverkan och nätverk samt skapa, stödja och förmedla strukturer, modeller, strategier och exempel för omställning, lokalt inflytande, återbruk, arbete, delning, digitalisering och boende. Insatser ska göras för att förena människor runt utveckling av hållbara strukturer, livsstilar och vanor. **Möjligheter som strategin ger är exempelvis samverkansgrupper, spridning av goda exempel, attitydförändringar, formering av konsortier, förstudier samt identifiering av investeringsvägar.**

Vår största utmaning i modern tid är att ställa om till ett mer hållbart samhälle. I en tid av stora förändringar på grund av pandemin kopplat till digital omställning finns det nu stora möjligheter för landsbygderna. Möjligheten att arbeta kvalificerat och professionellt på distans är många gånger större än för bara något år sedan på grund av förändringar i ledarskap, normer och tilltro parallellt med praktisk testning och teknisk utveckling. Distansarbete kan minska tids- och energiåtgång för pendling och andra resor. För att dessa möjligheter ska bli bestående krävs mycket förändringar så som grannskapskontor, arbetsnätverk, kompetensutveckling, hållbart resande och samverkan.

Området ska ge möjligheter att möta utmaningen med att få till möjliga boenden för unga. Vi avser också att skapa paraplyprojekt för att på ett bättre sätt inkludera unga i utvecklingen av våra samhällen.

Inkludering av unga samt de som generellt inte är delaktiga i föreningslivet i aktiviteter och upplevelser bör kunna förbättra förutsättningarna för föreningarna på längre sikt. Insatser behöver göras för att nå bredare målgrupper med föreningarna. Här är mötesplatser viktiga där det finns resurser så som bygdegårdar men dessa behöver komma till bredare användning.

Cirkularitet och återbruk är områden där det lokala spelar stor roll och där de mindre samhällena kan ha fördelar. Modeller för samutnyttjande och samägande ska designas och prövas. Här kan man se fördelar i gemensamma utmaningar som sträcker sig över flera generationer med många olika lösningar där lärande är centralt.

Design av produkter och tjänster med en minimering av utsläpp och avfall samt alternativa användningsområden för restströmmar ger goda möjligheter för arbete och utveckling. Här är innovativa företag nycklar för att få till stånd förändringen.

Regenerativt jordbruk och icke resursslösande cirkulära livsstilar med lokala ekonomier får ökad uppmärksamhet i allt större kretsar. Betendeförändringar och ökat fokus på det nära kan göra fler delaktiga i den omställning som behöver ske.

Social symbios där människor kommer till nytta på rätt plats är en del av förändringen. Kopplat till det är livslångt lärande och en kompetent och ständigt utvecklande region viktiga nycklar för framtiden.

Lokala utvecklingsstrategier och samverkansmodeller kommer att premieras för att utveckla destinationer och platser i en hållbar riktning. Många goda exempel att bygga ifrån finns lokalt, nationellt och internationellt och spridningen av dessa ska premieras. Strategin ger en grund för att mångfaldiga det som är bra och därmed skapa uppväxlad nytta.

4.3.2 Insatsområde 2 Matproduktion

Insatsområdet är format för att uppnå **Mål 2: Lokal och resilient matproduktion** med fler arbetstillfällen, produkter, innovationer och företag inom hållbara blåa och gröna näringar, logistik och förädling. Insatser ska göras för en utveckling av närproducerade livsmedel – utifrån både livsmedelsförsörjning, produktutveckling, samverkan och minskad klimatpåverkan.

Det finns ett tydligt ökat intresse för lokalt producerad mat och COVID-pandemin har tydliggjort behovet av ökad tillgänglighet på lokal mat. Nästa gång kan krisen ha en annan grund men behovet av ökad resiliens är tydligt. Bohusläns producenter är ofta små och har begränsade möjligheter att nå ut med sina produkter. Därför är Leader genom samverkan och partnerskap ett bra sätt att utveckla produktion, logistik och saluföring av lokal mat.

Från innevarande programperiod finns många lyckade insatser att bygga vidare på och lära av. Flera innovativa projekt inom exempelvis vattenbruk är nu redo för

mer kommersiella steg. Andelsjordbruk och odlingssamverkan är initiala insatser som behöver utvecklas vidare. Jord behöver tillgängliggöras för fler som vill odla sin mat. Fortsatt samverkan med andra regionala och nationella aktörer bör kompletteras med ett fördjupat internationellt samarbete med europeiska aktörer inom mervärde av lokal mat vilket behöver spridas och utvecklas i Bohuslän.

Understödjande av teknik- och kompetensutveckling inom livsmedelsproduktion och landbaserat vattenbruk behöver göras. Digital utveckling för möjliggörandet av e-tjänster och delande av exempelvis verktyg och resurser behövs för både små verksamheter och de som vill växa. Området bör kunna inkludera många som inte har en naturlig del i samhällsbygget idag.

Diversifiering av produktionen ökar möjligheterna till en högre diversitet i landskapet vilket i sin tur kan leda till ökad resiliens för producenten, invånarna och naturmiljön. Försäljningsstrategier som bygger på andra kanaler än den traditionella storskaliga handeln kan öka sammanhållning i bygderna och därmed också bidra till resiliensen för området.

4.3.3 Insatsområde 3 Upplevelser

Insatsområdet är format för att uppnå **Mål 3: Upplevelser i världsklass**

- bidra till samverkan för tillgängliga kultur- och friluftaktiviteter, varje dag, - fler tjänster, innovationer och företag inom besöksnäringen samt - bidra till genuin profilering och kunskaps- och kompetensutveckling. Insatser ska göras för en utveckling av kulturaktiviteter, vandringsleder, tillgänglighet till den storslagna naturen, gastronomisk utveckling, friluftsliv, båtliv, klättring, cykling, löpning och idrott. Alla dessa är aktiviteter som kan utvecklas och kopplas till erbjudanden och ökad service och paketering.

Destinationen Bohuslänns potential är fantastisk och många av upplevelserna är i världsklass men det finns ännu mycket att göra och utveckla. Tillgängligheten på service och mat är begränsad utanför högsäsong. Samverkan runt öppettider, kvalitetsutveckling och lokal merförsäljning behövs. Ett ökat Bohuslän-tänk behöver spridas hos alla aktörer och kommunikationen behöver bli mer holistisk. Många goda exempel behöver spridas och Turistrådet Västsveriges kompetens och angreppssätt behöver landa än mer. Matdestinationen behöver utvecklas på bredare front.

Insatsområdet kan uppfattas som att det riktar sig enbart mot besökande. Men upplevelserna inom både kultur och natur är minst lika viktiga för hel- och delårsboende och behöver riktas för att inkludera alla skikt av samhället. Tillgängligheten till dessa upplevelser är centrala för attraktiviteten för området året runt. Kombinationserbjudanden, koppling till lokal mat, lokal landsbygd och gårdar samt möjlighet att välja servicenivå kommer bli viktiga för destinationens utveckling. Regenerativ turism, där besökaren aktivt påverkar platsen i positiv riktning är en trend som kopplar samman insatsområdet med insatsområde 3

Omställning. Möjligheten till deltagande och kunskapsinhämtning förenat med upplevelsen är viktig. Exempelvis är berättelser som sätter identiteten i ett historiskt sammanhang viktiga; här kan film vara en strategisk väg.

4.4 Indikatorer och målvärden

Vi har valt indikatorer utifrån att i största möjliga mån följa logiken i den förändring vi vill skapa via ett praktiskt och välfungerande Leader Bohuslän i nästa programperiod (vår interventionslogik). Vi har fokus på att indikatorerna ska vara enkla att mäta och redovisa för projekten vid projektslut, på så sätt ska de kunna följas automatiskt för att på utvärderingsmöten ge en uppfattning om utvecklingsområdets löpande resultat. Indikatorerna lämnar på intet sätt en komplett bild av områdets resultat och effekter.

De valda indikatorerna är också till del tänkta att kunna mätas igen två år efter projektslut för att ge stöd till en effektutvärdering. Indikatorerna är valda för att matcha uppdelningen i **strukturella förändringar**:

- Arbetstillfällen, (R.31)
- Besökande, (L.40, L.49)
- Invånare, (L.55)
- Service, (N.04)
- Företagande (R.32, N.01, N.03, L.43)

och **mervärden**:

- Lokal styrning (nätverk, gemensamma handlingsplaner, mötesplatser) (R.33)
- Socialt kapital (glädje, engagemang, tillit och gemenskap, inkludering) (N.06)
- Konkreta resultat (leder, miljöåtgärder, bredband, byggnader, etc) (R.23a, L.37, L.40)

Lärdomar från innevarande period för med sig att vi bör begränsa antalet indikatorer som mäts av praktiska och kommunikativa skäl. Det är viktigt att logiken är förståelig för alla involverade inklusive LAG-styrelse och projektsökande.

Projektens enskilda målvärden för indikatorer kommer vara del av urvalsprocessen men inte allena styrande i urvalet.

De flesta av indikatorerna gäller för alla tre målen. Omställningsmålet har två unika indikatorer i **R.33 Smart omställning av ekonomin på landsbygden** samt **L.55 Nya bostadslösningar**. Den första är ett sätt att värdera och premiera omställning till ett hållbarare samhälle samt öppna upp för utveckling. Den andra lyfter specifikt utmaningen som kommit fram i SWOT:en med boende för unga och helårsboende i samhällen med många delårsboende och höga huspriser. Även

R.23a Miljö/klimatrelaterad prestation genom investeringar i landsbygdsområden och L.37 Investeringar i energieffektivitet är mestadels kopplade till omställningsmålet.

Upplevelsemålet har en riktad indikator i **L.49 Nya besökare utanför högsäsong** den är medtagen för att Bohuslän ofta upplevs som fullt i mitten av juli. Däremot kan man vid andra tider på året ha svårt att hitta öppna restauranger eller finna tillräckligt underlag för att driva sin verksamhet. Indikatorn **N.06 Nya fritids- och kulturverksamheter** är också specifikt riktad mot upplevelser och finns med för att säkerställa att insatsområdet ses som något för både helårs- och delårsboende.

De övriga indikatorerna gäller för flera mål och är kopplade till resultat och effekter. Flera kommer ha låga målvärden vid projektslut då erfarenheter visar att arbetseffekterna kommer efter några år. Fördelen med att ha med dem från start är att de blir lättare att följa upp ett antal år efter projektslut. 4 indikatorer är kopplat till sysselsättning: **R.31 Tillväxt och sysselsättning i landsbygdsområden**.

Flera indikatorer är kopplade till företagande och innovation: **R.32 Utveckla ekonomin på landsbygden, N.01 Nya företag, N.03 Nya produkter** samt **N.04 Nya tjänster**. Dessa indikatorer är också ett sätt att följa utvecklingen av serviceerbjudanden på landsbygderna vilket har stor påverkan på livskvalitet och förmåga att leva ett bra liv här.

Inom fiske och vattenbruk har två indikatorer valts: **L.40 Insatser som främjar fritidsfisket** samt **L.43. Ny produktionskapacitet inom vattenbruk** för att följa upp de insatser som gjort tidigare och utvecklingen av dessa strategier.

EU:s resultatindikatorer

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
<i>Mål 1</i> <i>Mål 2</i>	Omställning Matproduktion,	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	
<i>Mål 1</i> <i>Mål 2</i> <i>Mål 3</i>	Omställning Matproduktion, Upplevelser,	R.31	Tillväxt och sysselsättning i landsbygdsområden	Sysselsättningen ska ha skapats som senast vid projektslut. En heltidstjänst motsvarar 1720 timmar per år och en halvtidstjänst motsvarar 860 timmar per år.	
<i>Mål 1</i> <i>Mål 2</i> <i>Mål 3</i>	Omställning Matproduktion, Upplevelser,	R.32	Utveckla ekonomin på landsbygden	Antal företag på landsbygden som söker stöd för att utveckla sin verksamhet	
<i>Mål 1</i>	Omställning	R.33	Smart omställning av ekonomin på landsbygden	Antal framtagna strategier för smarta landsbygder	

Nationella indikatorer

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
<i>Mål 1</i> <i>Mål 2</i> <i>Mål 3</i>	Omställning Matproduktion Upplevelser	N.01	Nya företag	Antal nya företag som skapats under projekttiden på grund av projektet. Med företag menar vi olika organisationsformer som till exempel enskild firma, AB och ekonomisk förening.	
<i>Mål 1</i> <i>Mål 2</i> <i>Mål 3</i>	Omställning Matproduktion Upplevelser	N.03	Nya produkter	<p>Denna delas upp i 3 nivåer för att kunna ta hänsyn till innovationshöjd. D.v.s. är produkten/erna nya på den svenska marknaden, på den lokala marknaden (leaderområdet) eller endast för det enskilda företaget?</p> <p>En fysisk produkt är en vara som man kan köpa och ta med hem, men konsumera senare. Till exempel olika matprodukter, souvenirer, kläder och möbler.</p> <p>En digital produkt är en vara som säljaren kan sälja (eller erbjuda gratis) upprepat antal gånger utan att göra om varan på nytt. Till exempel nedladdningsbara filer som e-böcker och guider. Men det kan också inkludera olika mjukvaror och appar om kunden inte är beroende av prenumerationer för att kunna ta del av dem.</p>	
<i>Mål 1</i> <i>Mål 2</i> <i>Mål 3</i>	Omställning Matproduktion Upplevelser	N.04	Nya tjänster	<p>Denna delas upp i 3 nivåer för att kunna ta hänsyn till innovationshöjd. D.v.s. är tjänsten/erna nya på den svenska/lokala marknaden eller endast för det enskilda företaget?</p> <p>En (fysisk) tjänst är något som man köper och konsumerar ihop istället för att ta med hem. Till exempel hårklippningar, guide turer och upplevelser samt teaterföreställningar.</p> <p>En digital tjänst är en tjänst som säljaren behöver göra om och</p>	

				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.	
<i>Mål 3</i>	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.	

Lokala indikatorer

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
<i>Mål 2</i> <i>Mål 3</i>	Matproduktion, Upplevelser,	L.40	Insatser som främjar fritidsfisket	Detta kan omfatta till exempel antal informationskampanjer, utbildningar eller liknande för att främja fritidsfisket. Men också fysiska åtgärder som direkt påverkar vattendrag och/eller fiskebestånd.	
<i>Mål 2</i>	Matproduktion,	L.43	Ny produktionskapacitet inom vattenbruk	Förändringen i produktionskapacitet per år före och efter insatsen. Med vattenbruk menas produktion av vattenlevande djur och växter som innefattar bland annat fiskar, musslor, kräftdjur och alger.	
<i>Mål 3</i>	Upplevelser	L.49	Nya besökare utanför högsäsong	Nya dagsbesökare som tillkommit genom projektet och som besöker området under lågsäsongen. Indikatorns värde kan alltså vara max så stort som den nationella indikatorn för nya dagsbesökare som inte skiljer på hög- och lågsäsong.	
<i>Mål 1</i>	Omställning	L.55	Nya bostadslösningar	Bostadslösningarna ska vara nya på så sätt att man testar eller introducerar nya metoder för att uppnå nya sätt att bygga eller förvalta bostäder som kan utveckla en bygd.	

<i>Mål 1</i> <i>Mål 2</i> <i>Mål 3</i>	Omställning Matproduktion Upplevelser	L.37	Investeringar i energieffektivitet	Antal investeringar som gjorts för att öka energieffektiviteten. Flera investeringar kan ha gjorts inom ramen för samma projekt. Det kan till exempel handla om att byta ut maskiner och belysning till energisnålare varianter.	
--	---	------	---------------------------------------	--	--

5 Genomförande

5.1 Kommunikation

Kommunikation är centralt för att en utvecklingsstrategi ska kunna förverkligas. Leader Bohusläns kommunikationsstrategi vilar på partnerskapet och föreningen där styrelsen är den centrala aktören för att sprida information om Leader. Kontorets roll är att förse styrelsen med verktyg att utföra det på ett enkelt sätt. Lärdomar från innevarande och tidigare perioder är att kommunikationsarbetet bara har lyckats till hälften. Trots goda intentioner och insatser har verksamheten sällan avsatt tillräckligt med medel och prioritet för att få den spridning och varumärkeskännedom som krävs.

I **uppstartsfasen av programmet** är det viktigt att nå ut så brett som möjligt. Detta påbörjas redan under strategiskrivningsfasen då vi strävar efter att många ska få insyn i och känna delaktighet med leaderområdet. En mångfald av projektägare önskas från hela området och olika sektorer. Styrelsens bredd blir viktig för denna spridning. En aktiv genomlysning av respektive styrelseledamots nätverk görs för att identifiera vilka den avser sprida information till återkommande. För nya projektägare kan riktade workshops vara en bra väg för att nå bredden. Naturligtvis är denna period kopplat till marknadskampanjer och fotarbete ifrån kontoret.

Prioriterade insatser

- 1) Göra en enkel, kommunikativ sammanfattning av strategin
- 2) Ta fram en enkel, uppföljningsbar kommunikationsplan
- 3) Etablera återkommande närvaro i 11 kommuner
- 4) Skapa informationssynergier med Leader i Västra Götaland
- 5) Etablera Leader Bohuslän i sociala medier exempelvis på Facebook, Instagram och LinkedIn samt styra projekt till våra sociala kanaler
- 6) Skicka pressreleaser om beslut och projekt till press och kommunernas kommunikationsansvariga
- 7) Ta fram en enkel digital projektguide med kommunikationsplan för projekten att använda
- 8) Understödja styrelsens och partnerskapsaktörers kommunikationsuppgift via etablerade kanaler och direkta kontakter

Under **genomförandedelen av programmet** förskjuts kommunikationen till att kommunicera möjligheter men också resultat och pågående projekt. Fokus ligger här på att lyfta goda projektexempel vilket inspirerar till nya insatser. I denna fas kan insatser riktas mot de mål som inte är uppnådda ännu. Projektens roll i att visa

upp sitt eget arbete är viktigt men här ställs också krav från kontoret från början på att kommunicera Leader. Här kommuniceras också de mål som befintliga projekt bidragit till att uppnå för att inspirera och växla upp. I genomförandefasen kommer kommunikationsarbetet vara strukturerat för att lyfta fram mångfald, jämställdhet och hållbarhet via bilder

I **uppföljnings- och utvärderingsfas** ligger fokus på att nå kommuner och bredare samhälle för att kommunicera det som sker i projekten och vad som programmet har åstadkommit. Här är exempelvis makt central. En tydlig koppling finns här till utvärdering av programmet.

5.2 Urvalsprocess

Leaderföreningen har en öppen och icke-diskriminerande urvalsprocess för att prioritera projekt.

Urvalsförfarandet är utformat för att möjliggöra urval av de projekt som kan bidra till att uppfylla målen för strategin. Leaderföreningen prioriterar projekten med hjälp av lokalt utformade urvalskriterier. Ingen enskild sektor; privat, ideell eller offentlig har mer än 49% av rösterna. Efter prioritering fastställer Leaderföreningen stödbeloppet. Jordbruksverket gör slutkontroll av stödberättigande och fattar beslutet som skickas ut till sökande.

Urvalskriterier för urval kompletterar ni med efter att strategin är prioriterad i bilaga 4.

5.3 Samordning och samarbete med andra aktörer

Västra Götalandsregionen

Vår största samhällsutmaning under den kommande perioden är att aktivera vårt samhälle för omställning till ett hållbarare levnadssätt. Den regionala utvecklingsstrategin för Västra Götaland fokuserar på just det. Leader Bohuslän är naturligtvis en del i den omställningen.

Under innevarande period har ett partnerskap utvecklats som säkerställer att regionen och leaderområdena är medvetna om vad som sker i respektive organisationer. Här finns många synergier som annars kan gå förlorade eller satsningar som kan missa målet. Exempelvis har regionen ibland utlysningar som ligger nära leaderområdets prioritering. Leaderområdet har också möjlighet att göra specifika utlysningar som stärker helheten i det som andra organisationer gör när det tangerar leaderområdets strategi.

Leader i regionen

Leaderområdena i VG-regionen har ett gemensamt forum och avser att driva några gemensamma projekt i den kommande perioden. Här finns också möjlighet att göra kompletterande utlysningar inom samma områden. Denna typ av samverkan ger

möjlighet till spridning av både goda erfarenheter men också arbetssätt och inspiration. Förslag på gemensamma insatser för leaderområdena är kommunikation, ungdomsprojekt och omställning. Diskussioner förs också om att dela någon funktion mellan vissa leaderområden i regionen.

Denna grupp av Leaderområden har samverkan med Västra Götalandsregionen och strukturpartnerskapet för att säkerställa spridning av information om de insatser som görs och eventuella synergier.

Leaderkontoret har även en koppling till LUS ([Lokal utveckling Sverige](#)) en intresseförening som säkerställer leaderområdenas talan gentemot Jordbruksverket och EU.

Kommunalförbunden

Näringslivsnätverket i Fyrbodalen tar nu fram en ny näringslivsstrategi. Det är viktigt att det finns en samstämmighet mellan denna och leaderstrategin som kan bidra till varandras genomförande. Ett liknande partnerskap etableras med Business Region Göteborg (BRG) som är Göteborgsregionens näringslivskontor. På motsvarande sätt behöver ett utbyte etableras med Göteborgsregionens kommunalförbund (GR).

Utökat partnerskap

Leader Bohuslän avser etablera mer ambitiösa partnerskap med olika aktörer för att på så sätt kroka arm och se till att ansatserna får en så bra utveckling som möjligt. Partnerskapet kan i sin enklaste form handla om rapportering på en del av respektive organisations styrelsemöten. Exempel på organisationer med tydlig synergistisk koppling till Leader är:

- Västra Götalandsregionen
- Länsstyrelsen Västra Götaland - landsbygdsenheten
- Coompanion (inkl mikrofonderna)
- Turistrådet Västsverige
- Företagsarenor Väst
- Svinesundskommittén
- Lokalproducerat i väst
- Landsbygdsnätverket
- Hela Sverige ska leva
- Omställningsnätverket
- Västkuststiftelsen
- Thordénstiftelsen

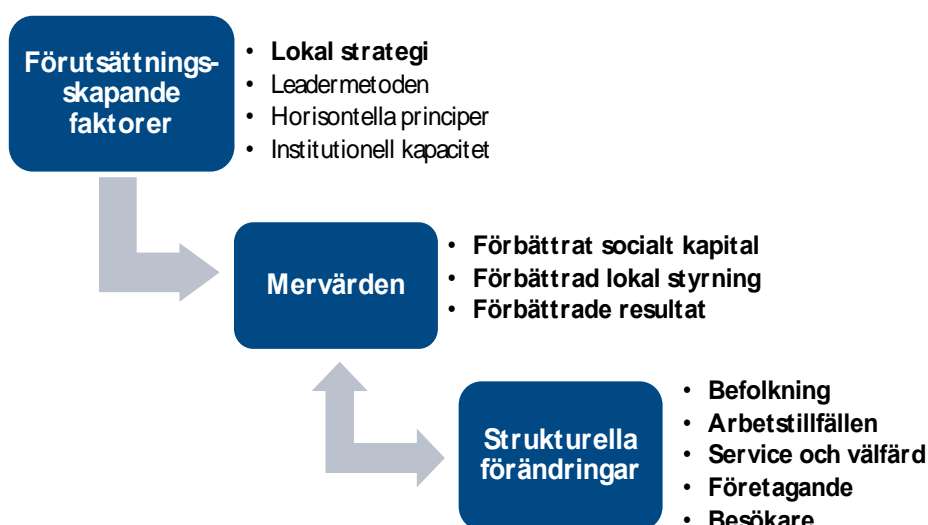
Det är viktigt för Leader Bohuslän att också vara välinformerad om andra nationella respektive transnationella stöd som kan bidra till strategins genomförande, exempelvis via länsstyrelsen, regionen, Interreg, Vinnova och Tillväxtverket för att på så sätt säkerställa utvecklingskontorsfunktionen.

Biosfärområde Bohuslän

I Bohuslän har en förstudie utförts om Biosfärområde Bohuslän. Föreslaget område tangerar Leader Bohusläns och tydliga synergier finns mellan de två organisationerna om biosfärområdet genomförs. Biosfärområdet kan delvis finansieras av leadermedel under insatsområde 1. Leader Nedre Dalälven är kopplat till deras biosfärområde vilket ger goda förutsättningar för samverkan.

5.4 Effekter

Leader Bohuskust har varit del i arbetet med [Lärande och Innovationsprojektet](#) som har handlat om hur man får bättre effekter av leaderprojekt. Nedan följer planen för hur Leader Bohuslän kommer arbeta med frågorna. Men först lite om effekter.



Figur Förutsättningar ger Mervärden som ger Effekter (strukturella förändringar)

Bilden ovan beskriver hur leaderarbetet skapar förutsättningar vilket ger mervärden från olika insatser (projekt). Leader Bohuslän vill att dessa mervärden också ska leda till strukturella förändringar. Det finns svårigheter att mäta det kontinuerligt men avsikten är tydlig. Se även vår korta infofilm:

<https://www.youtube.com/watch?v=VT8XhlfymrY>

Handbok Lärande och Effekter Leader Bohuslän– gör så här i nästa programperiod

1. Effekttutbildning för LAG-styrelse och projektägare, med filmen och effektbarometern
2. Lärande och utveckling/innovation, stående punkt på styrelsemöten, en kvart med olika innehåll per möte
3. Effektworkshop ska erbjudas alla beviljade projekt i samband med återkommande nätverksträffar

4. Delar av effektbarometern kopplas till utvärderingskriterier

LÄRCYKEL

5. En årlig enkät, till finansiärer, tjänstepersoner, projektägare, styrelse
Om måluppfyllelse, effekter, mm (se avsnitt 7 Utvärdering och uppföljning)
6. Årliga externa avstämnings/infoträffar med finansiärer, tjänstepersoner
7. Ett internt uppföljnings/utvärderingsmöte varje år, hur ligger vi till, med styrelsen

5.5 Hur främjar strategin innovation?

Innovation innebär att ta fram något nytt som gör nytta. Eller ta något till allmänt bruk. För att kortsiktiga projektresultat ska tas till allmänt bruk behöver de leda till långsiktiga effekter. För att temporära leaderinsatser ska ge permanent landsbygdsutveckling behöver resultaten implementeras och ge hållbara strukturella förändringar. Varje projekt för sig kan inte alltid räkna med att leda till effekter och innovation, men många tillsammans utgör en samlad insats.

För att säkerställa innovativitet, ska godkända projekt inom Leader Bohuslän uppfylla minst ett av kriterierna nedan:

Projektet:

- 1) Introducerar en ny produkt, process, organisation och/eller marknad som är banbrytande generellt eller inom ett geografiskt område.
- 2) Moderniserar traditionella färdigheter och kunskaper.
- 3) Hittar nya lösningar på gemensamma lokala angelägenheter.
- 4) Resulterar i en ny idé (produkt, tjänst, modell) avsedd att möta sociala behov och/eller skapa nya sociala relationer och samarbeten.

Förutom att strategin följer en metod för att säkerställa innovativa projekt är den innovativ genom att den:

- Skapar möjligheter för lokala aktörer att med stor frihet utveckla en attraktiv och hållbar miljö för boende och verksamma.
- Har en hög ambitionsnivå vad gäller åldersspridning i LAG-styrelsen.
- Främjar ett samarbete mellan lokala, regionala, nationella och internationella aktörer.
- Skapar förutsättningar för unga, utrikesfödda samt projektovana att bli delaktiga i områdets utveckling genom flexibla och kreativa arbetssätt.
- Genomförs med hjälp av ett utvecklingsvänligt utvecklingskontor, med hög kunskap om projektstyrning mot effekter samt olika typer

av stödformer och lokal finansiering, vilket kan leda till att en hög grad av projekt lever vidare efter projekttidens slut.

- Är tillåtande i medvetandet om att en del av de prioriterade projekten inte kommer lyckas.

5.6 Övergripande principer

De övergripande principerna hållbar utveckling, likabehandling och icke diskriminering och jämställdhet mellan kvinnor och män, är centrala i Leader Bohusläns arbete.

Hållbar utveckling

Vår största samhällsutmaning under den kommande perioden är att aktivera vårt samhälle för omställning till ett hållbarare levnadssätt. Landsbygden är och ska utvecklas som resurs för ett mer resilient samhälle. Den regionala utvecklingsstrategin för Västra Götaland fokuserar på just det. Leader Bohusläns strategi genomsyras av att delta och gå i framkant i den omställningen. Detta görs med de tre perspektiven på hållbarhet, ekonomisk, social och miljömässig.

Lika behandling och icke-diskriminering

Leaderområdena som bildar Leader Bohuslän har en tradition av ett likabehandlande och icke-diskriminerande arbetssätt. Här kvarstår dock utmaningar i att vi har svårt att nå och projektutveckla tillsammans med unga, utrikesfödda och kanske även andra grupper. Arbetssättet är inte diskriminerande men processen i sig är mycket lättare för de med projektvana, god hantering av skriftlig svenska och myndighetshantering. Denna inneboende ”tungroddhet” är något kontoret arbetar med att underlätta men förutsättningarna för ”EU’s köksbord” är svåra. Förståelsen för och attraktiviteten av Leaders erbjudande är också något som också har viss diskriminerande effekt. Paraplyprojekt designade som riktade insatser kan vara en väg att hantera dessa utmaningar.

Jämställdhet

Inom jämställdhetsområdet har vi lättare att hitta bra balans mellan både LAG-styrelsemedlemmar, projektägare, förebilder och inom kommunikationsområdet. Viss uppmärksamhet bör fästas på kontorsrekryteringar då Leader generellt har en tendens att bli kvinnodominerat. Projekten får i uppgift att räkna antalet deltagare och involverade av respektive kön så att denna parameter kan följas över tid.

Områden där de övergripande principerna påverkar eller bör påverka

Framtagandet av strategin har varit så brett som möjligt och försökt få med olika synvinklar och grupperingar på bästa sätt. Inspel har kommit från flera workshops runt hållbarhet i strategin och de 17 hållbarhetsmålen. Exempelvis har unga specifikt uppsökts för att få in deras utvecklingsperspektiv.

Målformuleringen där Insatsområde 1 Omställning är riktat mot hållbar utveckling men perspektivet genomsyrar även de två andra insatsområdena.

Urvalskriterier bör användas för att säkerställa hållbarhetsperspektiv i projektansökningarna.

Information till projektsökande både i skrivfasen och efter prioritering. Här ges de skrivande förståelse för perspektiven och tips på hur de kan implementera det i arbetet.

Uppföljning av de övergripande principerna kommer att göras vid projektslut för att integreras på insatsområdesnivå. På de årliga utvärderingsmötena kommer detta att tas upp.

Kommunikation bör vara jämställd och icke-diskriminerande för att bjuda in fler att delta. Kommunikationen kan nyttjas till att attrahera underrepresenterade grupper. Kommunikationsarbetet vara strukturerat för att lyfta fram mångfald, jämställdhet och hållbarhet. Vilka bilder som visas upp i marknadsföringsmaterial och via kanaler kommer vara väl avvägt med dessa principer.

Utbildning: Organisationen bidrar till ökad jämställdhet och icke-diskriminering exempelvis genom att utbilda LAG-styrelsen i normkritik och jämställdhetsarbete.

Paraplyprojekt eller **LAG-ägda projekt** kommer göras för unga då de oftast inte söker egna leaderprojekt.

Specialinsatser kan komma att göras genom att samla projektutvecklingsgrupper inom vissa områden och målgrupper vi inte lyckats nå.

Möten kommer i möjligaste mån vara hybridmöten för att möjliggöra för de som inte kan eller vill resa. För att minska resandet kommer de flesta LAG-styrelsemöten framför allt vara digitala.

6 Organisation

6.1 Partnerskapet och föreningen

Partnerskapet för Leader Bohuslän är samverkan mellan det offentliga, den ideella sektorn och näringslivet. Från det offentliga deltar 11 kommuner: Strömstad, Tanum, Sotenäs, Lysekil, Uddevalla, Orust, Tjörn, Stenungsund, Kungälv, Öckerö samt den södra skärgården som är del av Göteborgs kommun samt Västra Götalandsregionen. Det är viktigt att det offentliga är med och delaktiga som finansierare men också som möjliggörare, idégivare och verktyg för att idéer sprids och synergier uppfylls. Kommunalförbunden Fyrbodalen och Göteborgsregionen är viktiga vägar till spridning och samfinansiering. Även länsstyrelsen behöver nämnas här då flera insatser tangerar det som Leader Bohuslän vill åstadkomma.

Turistrådet Västsverige är en viktig offentlig aktör att vara kopplad till i detta sammanhang.

Den ideella delen består av en stor mängd föreningar med olika syften kopplat till lokal utveckling. Det är hembygdsföreningar, ö-råd, idrottsföreningar, kulturföreningar, miljö- och naturorganisationer m fl (se bilaga 5 Partnerskapet). Dessa organisationer är viktiga mottagare, partners och drivare av projekt och insatser.

Det finns ytterligare en grupp av ideella offentligt stödda aktörer som kan vara viktiga samarbetspartners när det kommer till föreningar, strategier och bildande av nya företag. Dessa organisationer ingår i det företagsfrämjande systemet eller innovationssystemet och representeras av exempelvis Coompanion eller Företagarna. Här kan också nämnas Svinesundskommittén som är viktig för smidigt och ökat samarbete med Norge.

De privata aktörerna är egentligen företagen i vårt område. De är del av partnerskapet via sina organisationer exempelvis företagarna, sjömatproducenternas branschråd, LRF, turistföretagsföreningar, enskilda företagare mm.

Avsikten är att skapa enkla partnerskapsavtal med ett antal aktörer för att formalisera samarbetet. Sådana avtal kommer inkludera löpande (årliga/halvårsvisa) dragningar på respektive styrelsemöte för att ajourhålla respektive verksamheter. Under kapitel 5.3 beskrivs hur utökade partnerskap är tänkta att hanteras.

6.2 Föreningens styrelse

Då Leader Bohuslän är en sammanslagning av två Leaderområden innebär formerandet av den nya föreningens styrelse en utmaning.

Local Action Group (LAG) är föreningen vars medlemmar är kommuner, organisationer, företag och privatpersoner. De har rösträtt på årsmötet.

Valberedning

Valberedningens roll är som i alla föreningar central. En gruppering av 7 valberedare med olika position och representation geografiskt spritt i samhället eftersträvas. En sammankallande håller ihop arbetet. Valberedningen föreslår en styrelse med balans mellan kontinuitet, förnyelse, jämställdhet och mångfald. Valberedningen efterfrågar kompetens för att säkerställa styrelsens kapacitet.

Valberedningen kommer utbildas i strategin och delta i formandet av styrelsens kompetensprofil.

Roll och uppdrag

LAG-styrelsen fattar beslut om vilka ansökningar som ska prioriteras inom ramen för strategin. LAG-styrelsen ska vara en aktiv och transparent grupp och tillföra kunskap utifrån sitt kompetensområde och strategin som helhet. LAG-styrelsens beslut går inte att överklaga och därför vilar ett stort ansvar på styrelsen att besluten är ändamålsenliga och i linje med strategin. LAG-styrelsens ledamöter ska vara öppna, tydliga, professionella och objektiva.

Styrelsen ansvarar för att:

- Driva verksamheten enligt utvecklingsstrategin
- Främja lokala aktörers kapacitet att genomföra insatser som uppfyller målen
- Säkerställa att urvalsförfarandet inte är diskriminerande, jävigt, slutet styrt av en sektor eller leder till intressekonflikter
- Arrangera ansökningsomgångar
- Prioritera insatser, fastställa stödbelopp samt lämna förslag till Jordbruksverket
- Följa upp och utvärdera strategin

Styrelsens sammansättning

LAG-styrelsen ska vara representativ utifrån följande kriterier:

- Ålder
- Härkomst
- Juridiskt kön
- Geografisk spridning i området
- Sektor (ideell/privat/offentlig)
- Kompetens inom strategins insatsområden

För att komplettera kompetensen i LAG-styrelsen kommer ett system med adjungerade specialister och referensgrupper att användas för att, där det behövs, lyfta in specialistkompetens som ett underlag till beslutsfattandet.

Antalet ledamöter, ersättare, röstlängd, etc specificeras i separata stadgar men baseras på skriven strategi. Stadgarna gäller i detta framför strategin.

Styrelsen består av representanter från de tre sektorerna: offentlig (O), ideell (I) och privat (P) från varje ingående kommun. 11 kommuner med tre representanter vardera innebär 33 styrelseledamöter. Ingen sektor får ha mer än 49% av rösterna. Fördelningen av ledamöter med rösträtt och ersättare är ännu ej satt utan detaljbeskrivs i stadgarna.

En ordförande och två vice ordföranden kommer väljas från olika sektorer och med geografisk spridning i området. Presidiet utgör arbetsutskott (AU) och ett större

utskott för strategiska frågor kan utses. AU har den löpande kontakten med kontoret och hanterar arbetsgivaransvaret.

Styrelsens arbetsätt

Arbetsgrupper kopplade till insatsområdena, hållbarhet, utvärdering, övergripande principerna eller ungdomar och andra målgrupper kan utses för att styra specifika insatser mot strategins mål.

Styrelsen kommer använda blandade **beredningsgrupper** så att projekten har ett antal styrelseledamöter som är väl insatta när de kommer upp till prioritering. Beredningsgrupperna kommer förbereda respektive prioriteringsbeslut.

Styrelsen träffas vid flexibla **möten** två gånger per år för uppföljning, utvärdering och utveckling. Utöver dessa blir det fyra troligtvis digitala beslutsmöten på kvällstid då projekt prioriteras. I perioder av många ansökningar sätts extra beslutsmöten in istället för att förlänga befintliga möten. På de två utvecklingsmötena avsätts tid och resurser för diskussioner, utbyten, nätverkande och sammansvetsning av LAG-styrelsen.

Lärande organisation: Varje styrelsemöte kommer också ha en kortare (ca 15') **utbildningspunkt** för att hålla styrelsen ajour med olika begrepp och utvecklingsområden så som effekter, EU-policy, ungdomsperspektiv, jämställdhet m fl.

Kommunikation

Styrelseledamöternas nätverk kommer inventeras vid tillsättning och en lista av de som respektive ledamot förväntas kommunicera med etableras. Ledamöterna har i uppdrag att kommunicera styrelsebeslut och rapporter med sitt nätverk. De kommer ha viss tid avsatt för denna kommunikation.

Projektkontakt: Styrelseledamöter kommer möta pågående projekt för att behålla kontakten med projekten och behålla det ömsesidiga intresset.

6.3 Drift – den operativa verksamheten

Leader Bohuslän kommer karakteriseras av närvaro, underifrånperspektiv, digital effektivitet, automatisering och innovativitet.

Mycket i kontorets arbete är repetitivt men på ett komplext sätt. Det innebär många deadlines, administrativa och kommunikativa uppgifter som följer respektive projekts cykel. För att underlätta detta arbete och uppföljningen av det kommer många uppgifter automatiseras med flöden och påminnelser och automatik för att minimera administration och ge utrymme åt verksamhetsutveckling.

Digitaliseringen kommer vara så extensiv som möjligt och endast enstaka dokument och avtal kommer finnas fysiskt för arkivering. Arbetet kommer att ske

med flexibla kontor kompletterade med löpande rutiner för närvaro och mobilisering i kommunerna på kommunhus, företagsarenor och andra centrala platser. Målsättningen för närvaron är åtminstone månatlig i respektive kommun (en kontakt tas då också med kontaktpersonen på kommunen). Kontoret kommer sammanstråla fysiskt minst några gånger per månad då på plats i kommunerna inte minst för att förstärka teamkänslan. Rutiner för detta beskrivs i ett verksamhetsdokument som uppdateras löpande.

Resor och flexibla kontor i kombination med digitala möten kommer öka den upplevda närvaron av Leader. Kombination av resor med telefon- eller distansavstämningar samt förankring kommer vara en naturlig del i arbetssättet.

Kontoret kommer vara ett utvecklingskontor som förmedlar och agerar på utvecklingsmöjligheter i nätverken även utanför leaderprogrammet. Det innebär att man kommer understödja möjligheterna för initiativ som inte är lämpliga att finansiera med leadermedel eller som kan utvecklas vidare efter en leaderinsats. Detta arbete kommer göras i nära samverkan med partnerskapet. Samtidigt kommer kontoret driva ett antal LAG-styrelseägda projekt som möjliggör insatser som understödjer uppfyllandet av utvecklingsstrategin. Det kan vara transnationella, investeringsförberedande, nätverks-, paraply-, finansierings- eller ungdomsprojekt. Möjligheten finns också för LAG att äga icke leaderfinansierade projekt.

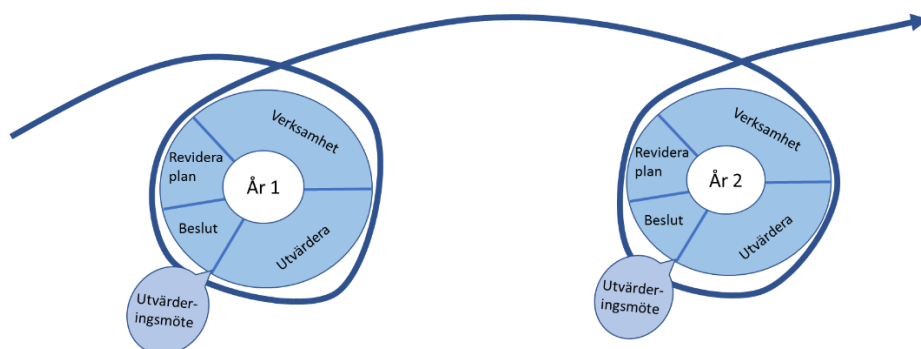
Den skattade (vår 2021) budgeten för området kommer möjliggöra ca 3 heltids tjänster. I kombination med ett antal LAG-ägda projekt kommer kontoret försöka fördela detta på 3-6 tjänster vilket möjliggör fler personer att bära, förmedla och informera på fler platser. Styrelseledamöterna är också viktiga att involvera här. Funktionerna som kommer besättas är verksamhetsledning, projekthandläggning, projektutveckling, ekonomi, administration och kommunikation. Vissa av dessa funktioner kan komma att utföras som extern tjänst eventuellt i samverkan med andra leaderområden.

Effektivitet kommer vara ett ledord där strikta enkla rutiner med väl fördelat ansvar och delegation kommer ta bort tidsslöserier. Går det att göra direkt ska det göras. Kontroll och status på respektive process och projekt kommer automatiskt uppdateras i det gemensamma verksamhetssystemet. Det kommer också göra kontoret mindre sårbart då fler kommer ha insikt och kunna täcka upp vid eventuella sjukskrivningar, arbetsbyten eller extraordinära händelser.

7 Uppföljning och utvärdering

Årligen (april/maj) kommer en digital enkät skickas till styrelsen, projektägare, partners och finansörer. Enkäten sammanställs av kontoret, skickas ut till styrelsen som har den som ett av underlagen för det årliga utvärderingsmötet. Frågorna hanterar måluppfyllelse, arbetssätt, effekter, samt ett antal justerbara frågor runt exempelvis varumärke, övergripande principer och kommunikation.

Vid mötet bestäms vilken justering av riktningen för arbete som behöver göras. Metoden är utprovad i samarbetsprojektet Lärande och Innovation.



Figur Utvärderingscykel för Leader Bohuslän

Mot slutet av perioden görs en utvärdering av resultat, mervärden och effekter. Effektutvärderingen görs endast på de avslutade projekten. Under nuvarande period har Leader Bohuskust gjort en sådan utvärdering med hjälp av två studenter från Sveriges Lantbruksuniversitet samt med stöd av Lärande och Innovationsprojektet och Mats Holmquist, Högskolan i Halmstad med goda resultat.

Beviljade projekt ska uppmanas att planera för att delta på ett visst antal workshoppar och nätverksmöten samt att de kommer få utvärderingsfrågor även efter projektslut.

Vid behov kommer även strategin revideras efter beslut på utvärderingsmötet.

Utvärderingscykeln harmonierar med tanken om en lärande organisation som kan arbeta med kontinuerlig förbättring och följa utvecklingen av sitt arbete.

Den årliga utvärderingen inklusive inriktningsjustering kommer kommuniceras med främst partnerskapet men också förmedlas i sammanfattad form för allmänheten på hemsidan.