

KRD**KOMMUNAL- OG REGIONALDEPARTEMENTET****Søknadsskjema for Bolyst, Søknadsfrist: 3. mai 2010.**

1. Hva er navnet på prosjektet?	GNEST - Godt, Nyskapende Engasjement Skaper Trivsel i Snåsa
2. I hvilken fase er prosjektet? (sett x)	a) Forprosjekt b) Hovedprosjekt <input checked="" type="checkbox"/> X c) Videreføring av eksisterende prosjekt
3. Hvem er juridisk eier av prosjektet?	Snåsa kommune (org. 964982031)
4. Søknadsbeløp:	1 200 000,-
5. Gi en kort omtale av prosjektet. Maks 250 ord. Forsök å være så operativ som mulig.	<p>GNEST - Godt, Nyskapende Engasjement Skaper Trivsel i Snåsa</p> <p>GNEST er et 3årig utviklingsprosjekt som skal sette regionens omdømme i fokus og hvor økt tilflytting og bo-kraft i Snåsa er målet. Ut fra at både Snåsa og regionen Indre Namdal har skåret lav på attraktivitetsbarometeret (Næringsanalyse for Nord-Trøndelag, TF-notat nr.29/2008) antas behovet for attraktivitetsutvikling i stor grad å være til stede. Næringslivet etterspør i økende grad et fokus på tilrettelegging for økt tilflytting og bo-kraft. Videre har kommuneplan for Snåsa et bolyst, livskvalitet og oppvekstmiljø som eget innsatsområde.</p> <p>Prosjektet har en varighet på 3 år med oppstart høsten 2010 og avslutning våren 2013. Det legges opp til en trinnvis prosjektgjennomføring</p> <ol style="list-style-type: none">1. Utviklingsprosess med omdømmeanalyse høsten 2010.2. Attraktivitetsutvikling for å fremme rekruttering og tilflytting 2011 – 2013.3. Omdømmeanalyse høsten 2013 <p>Prosjekteier er Snåsa kommune. Det skal opprettes en styringsgruppe og/eller referansegruppe med representanter fra kommunen, fylkeskommunen, næringslivet, ungdommen i Snåsa, det samiske miljøet, lokale lag og</p>

	<p>foreninger og "Natur og kulturbasert nyskapning" – NAKU Snåsa.</p> <p>Prosjektet har et budsjett 2,4 mill. kr. som søkes finansiert 50 % fra Bo-lystprogrammet til Kommunal- og Regionaldepartementet, 25 % fra Nord-Trøndelag Fylkeskommune og 25 % fra Snåsa Kommune.</p>
6. Hva er mål og eventuelt delmål for prosjektet?	<p>Hovedmål:</p> <p>Gi økt tilflytting og bo-kraft</p> <p>Delmål</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Utvikle Snåsa som attraktivt bosted når det gjelder infrastruktur, service tilbud, sosiale og kulturelle betingelser. 2. Utvikle vår stedsidentitet for økt bo-kraft både hos dem som er født eller oppvokst i området, hos dem som har flyttet og de som kan tenke seg å flytte hit. 3. Kartlegge hvor vi står, muligheter for positiv omdommebygging og hva som skal til for å jobbe offensivt med Snåsa sitt omdømme. 4. Legge grunnlag for og iverksette en offensiv natur- og kulturbasert steds- og næringsutvikling
7. Hva slags resultatindikatorer har prosjektet for måloppnåelse?	<ol style="list-style-type: none"> 1. En konkret forbedring av vårt eget selvbilde og vårt omdømme – både fra egne innbyggere og fra folk utenfor bygda. Dette skal dokumenteres gjennom analyse ved oppstart og i etterkant av prosessen. 2. Økt netto tilflytting fra år 2012. 3. Et opplegg for tilrettelegging og oppfølging av tilflytttere. 4. Et større og mer variert tomte- og boligtilbud. 5. Utvikling av flere attraksjoner, og bedre koordinering og markedsføring av reiselivet. 6. Plan for og iverksette av konkrete stedsutviklingstiltak i sentrum og i grindene.
8. Hvem er målgrupper for prosjektet?	<p>Folk i Snåsa, med spesiell fokus på ungdom og samisk befolkning.</p> <p>Næringslivet</p> <p>Frivillige lag og organisasjoner</p>
9. Hvilken forankring har prosjektet lokalt, eventuelt også på	Prosjektet er utarbeidet etter innspill fra næringslivet gjennom et pågående nyskapningsprosjekt i Snåsa. En har innarbeidet innspill fra 2 åpne mobiliseringsmøter i Snåsa.

andre nivåer?	<p>Prosjektet er forankret i kommuneplanens samfunnsdel under kapittel 4-Innatsområde 2 – Bolyst, livskvalitet og oppvekstmiljø.</p> <p>Prosjektets innhold er droftet med Nord-Trøndelag Fylkeskommune, og vedtatt av Formannskapet i Snåsa.</p>
10. Når skal prosjektet gjennomføres (fra-til)?	<p>Prosjektet har planlagt oppstart i august 2010. Prosjektet er planlagt avsluttet i august 2013</p>
11. Hvor geografisk konsentrert vil prosjektet ha effekt? (sett x)	<p>a) Heilt lokal effekt b) Effekten kommer innen flere kommuner i regionen X c) Effekten kommer i hele fylket d) Effekten kommer i eget og andre fylker e) Effekten kommer i eget fylke, samt andre fylker og/eller utenfor Norge f) Vet ikke/ikke relevant</p>
12. Gi en kort omtale over hvordan arbeidet eventuelt er tenkt videreført etter prosjektets slutt. Maks 250 ord.	<p>Arbeidet er tenkt videreført gjennom å implementere kunnskapen prosjektet frambringer i kommunalt planverk og organisasjon, samt å fokusere mer av arbeidet på de konkrete resultater som analysen/undersøkelsen avdekker. I tillegg ønsker vi en dyp forankring i kommunal organisasjonen, de frivillige organisasjonene og bedriftene, slik at en kan dra lasset sammen i stedet for å dra i forskjellige retninger.</p>
13. Fylkeskommunens vurdering av prosjektet.	
14. Hvilke målsettinger i distrikts- og regionalpolitikken hører prosjektet inn under? (Sett kryss ved svaret. Flere svar er mulig).	<p>a) Stabilisere eller øke befolkningen X b) Styrke, sikre eller etablere arbeidsplasser X c) Opprettholde/videreutvikle eksisterende virksomhet eller bidra til nytablinger X d) Økt innovasjon eller innovasjonsevne e) Økt kompetanse (både realkompetanse og formalkompetanse) for målgruppen f) Økt tilgjengelighet (bedre veier, havner, andre transporttiltak og bredbånd) g) Styrke regionale sentra h) Å gjøre stedet/kommunen/området mer attraktivt som bosted eller lokaliseringstiltak for bedrifter? X i) Å gjøre stedet/kommunen/området mer attraktivt som reisemål? X</p>

15. Hvem er kontaktperson(er)? Navn, adresse, telefonnummer og e-post.	Vigdis Hjulstad Belbo, ordfører Sentrum, 7760 Snåsa tlf. 74138205, e-post ordforer@snasa.kommune.no Truls Eggen, rådmann sentrum, 7760 Snåsa tlf. 74138204, epost truls.eggen@snasa.kommune.no Erlend Seljelid, næringskonsulent sentrum, 7760 Snåsa tlf. 74138273, epost erlend.seljelid@snasa.kommune.no

I tillegg til dette skjemaet, må søker legge ved:

- Budsjett med kostnadsoverslag
- Finansieringsplan
- Framdriftsplan og milepælsplan



Nord-Trøndelag Fylkeskommune

7735 STEINKJER

N-T FYLKESKOMMUNE SENTRALARKIVET			
Arkivsaknr.:	<u>10/00899-11</u>		
Fstat/Avd.:	<u>RUA</u>	Saksbeh.:	<u>JB</u>
Mottatt:	<u>16.03.10</u>	T.lett.:	
Arkiv:	<u>719</u>		

Vår ref:
10/213-5-ESE

L.nr.
1133/10

Arkiv:
L05

Deres ref:

Dato:
12.03.2010

**SVAR - UTLYSING BOLYST 2010 - STEDSUTVIKLING, ATTRAKTIVITET,
KULTUR FRA KOMMUNAL- OG REGIONALDEPARTEMENTET**

Oversender med dette søknad til Kommunal- og Regionaldepartementet om støtte til gjennomføring av prosjektet GNEST – Godt, Nyskapende Engasjement Skaper Trivsel i Snåsa.

Jijnjh heelsegh / Vennlig hilsen

Vigdis Hjulstad Belbo
Tjelten æjvie/Ordfører

Vedlegg: Søknadsskjema Bolyst 2010
 Prosjektplan "GNEST"

Postadresse: Sentrum 7760 Snåsa E-post: postmottak@snasa.kommune.no	Sentralbord: Telefaks: Saksbehandler tlf:	74 13 82 00 74 13 82 60 74 13 82 73	Postgiro: Bankgiro: Org. nr:	0835 94 4301 4476 06 00129 NO 00964982031 www.snasa.kommune.no
--	---	---	------------------------------------	---

GNEST

- GODT, NYSKAPENDE
ENGASJEMENT SKAPER TRIVSEL
I SNÅSA

2010 - 2013

Snåsa kommune
15.03.2010

GNEST

- GODT, NYSKAPENDE ENGASJEMENT SKAPER TRIVEL

MÅL OG RAMMER

Bakgrunn og begrunnelse for prosjektet

I forbindelse med prosjektet Nyskaping i Snåsa – NYSS er det jobbet fram et delprosjekt som skal se på økt tilflytting og bo-kraft i Snåsa. NYSS er et 2årig nyskapings- og omstillingsprosjekt eid av Snåsa kommune i felles finansiering med Nord-Trøndelag Fylkeskommune og Indre Namdal Regionråd. Gjennom NYSS ønsker en blant annet å styrke utviklingsorienteringen i regionen og holdningen til at det er mulig og vanlig å få til ting/lykkes i Snåsa. I henhold til prosjektplan for NYSS har hovedprosjektet blant annet satt som mål å bidra til netto tilflytting for å snu befolkningsutviklingen (mål 3). Som et ledd i dette arbeidet ønsker vi nå å dra i gang et eget delprosjekt *GNEST*, hvor regionens omdømme settes i fokus og økt tilflytting og bo-kraft i Snåsa er målet.

Både Snåsa og regionen Indre Namdal har skåret lav på attraktivetsbarometeret (Næringsanalyse for Nord-Trøndelag, TF-notat nr.29/2008). Videre viser HUNT 1.2 og 3 at Snåsa skårer forholdsvis lavt på opplevd trivsel og positiv utvikling i disse undersøkelsene. Behovet for attraktivetsutvikling antas derfor i stor grad å være til stede i regionen. For Snåsa sin del viser Næringslivsanalysen for Nord-Trøndelag 2009 imidlertid en positiv utvikling på flere områder. Snåsa er i denne undersøkelsen den kommunen i fylket som skårer nest høyest på vekstindikatorene for næringslivet. Det er også vårt inntrykk gjennom den omfattende næringslivskontakten som gjennomføres i regi av Nyskaping i Snåsa at vi har nå har et næringsliv som er både offensivt og dynamisk. Dette næringslivet etterspor i økende grad et fokus på tilrettelegging for økt tilflytting og bo-kraft i Snåsa, for blant annet å sikre nok kompetent og stabil arbeidskraft for sine virksomheter. Konkurransen om arbeidskraft og talenter skjerpes i samfunnet vårt. Rekruttering av nok stabil arbeidskraft med den riktige kompetansen er en utfordring for næringslivet i regionen i dag, og vi er i økende grad avhengig av arbeidsinnvandring både nasjonalt og regionalt. *GNEST* er derfor et ledd i arbeidet med å sikre næringslivet rekrutteringsmuligheter av den riktige kompetansen. Dette er også et prioritert satsingsområde i Regionalt Utviklingsprogram for Nord-Trøndelag 2010.

GNEST har ambisjoner om å iverksette aktiviteter og prosesser for å styrke bo-lyst, livskvalitet og oppvekstmiljøet i Snåsa. I kommuneplan for Snåsa er Bolyst, livskvalitet og oppvekstmiljø et eget prioritert innsatsområde. Her er det blant annet prioritert strategier for å støtte opp om aktiviteter og tiltak både i de ulike gruppene og som fremmer samarbeid og utvikling i sentrum. Det er videre lagt strategier for en aktiv tilrettelegging for idrett, friluftsliv og kulturaktiviteter med sikte på fysisk aktivitet, opplevelser og bo-lyst i hverdagen. Barn og ungdom er viet særlig oppmerksomhet og prioritert i dette arbeidet. I tillegg er det prioritert strategier for å videreutvikle Snåsa som et inkluderende og flerkulturelt samfunn. Planen er å starte et omfattende arbeid knyttet til disse satsingsområdene i kommuneplanen i regi av prosjektet. Aktiviteter som er nevnt i prosjektplanen er eksempler på tiltak som vil bli jobbet med i prosjektet. I løpet av prosessen vil også andre tiltak som foreslås bli viet oppmerksomhet.

Natur og Kulturbasert Nyskaping - NAKU har i samarbeid med Snåsa kommune igangsatt en mobiliseringsprosess. Förste åpne arrangement "Det e itj nok å várå bærre vakker" ble holdt 26.januar med stor oppslutning fra over 100 snåsninger og med mange gode ideer til hva som er viktig for å utvikle Snåsa positivt. Også her ble behovet for å fokusere på tilflytting, attraktivitet, omdommebygging tatt fram. NAKU og NYSS samarbeider nå med å sette trokk på ulike deler av dette arbeidet gjennom to ulike arrangementer nå i mars. 10. Mars gjennomførte vi nok et "folkemøte" - "Open Space". 16.mars arrangerer vi videre et inspirasjonsseminar i samarbeid med Distriktsenteret som skal gi snåsningene et forsmak på omdommebygging i praksis og motivere for deltagelse og slik legge et grunnlag for utviklingsprosjektet GNEST.

Hovedmål; Gi økt tilflytting og bo-kraft

Delmål

1. Utvikle Snåsa som **attraktivt bosted** når det gjelder infrastruktur, servicetilbud, sosiale og kulturelle betingelser.

Prosjektet skal bidra til å utvikle Snåsa til et sted hvor det både er attraktivt å bo og etablere seg. Målet er blant annet å synliggjøre regionen som et attraktivt bostedsalternativ både når det gjelder infrastruktur, servicetilbud, sosiale og kulturelle betingelser.

2. Utvikle vår **stedsidentitet for økt bo-kraft** både hos dem som er født eller oppvokst i området, hos dem som har flyttet og de som kan tenke seg å flytte hit.

Prosjektet skal bidra til å utvikle Snåsa og regionen sin stedsidentitet og økt bo-kraft. Bo-kraft avspeiles i den innsats og den glod som vi individuelt og kollektivt legger for dagen i det å skape, bygge og beho et sosialt og materielt bosted sammen på. Vi ønsker å utvikle bo-kraft både hos dem som er født eller oppvokst i området, hos dem som har flyttet og de som kan tenke seg å flytte hit.

3. Kartlegge hvor vi står, muligheter for positiv omdommebygging og hva som skal til for å jobbe offensivt med Snåsa sitt **omdomme**.

Omdomme defineres som summen av forventninger omverdenen har til et sted eller en virksomhet. Omdommet påvirkes og utvikles uansett – enten vi har et aktivt forhold til det eller ikke. Gjennom en konsentrert og måhrettet prosess ønsker vi å vurdere hvor var kommunen/regionen står, hvilke muligheter vi har for positiv omdommebygging og hva som skal til for å jobbe offensivt med kommunen/regionens omdomme.

4. Legge grunnlag for og iverksette en offensiv **natur- og kulturbasert steds- og næringsutvikling**

Snåsa har både i den samiske og norske kulturen mye som i dag er lite benyttet for å skape verdier. Snåsa som flerkulturelt samfunn skal videreutvikles, og vi ser for oss et arbeid både med utvikling av nye attraksjoner og videreutvikling av eksisterende.

Videre ser vi for oss nettverksbygging og styrking av felles markedsføring og profilering som en del av dette.

Forventede resultater

Prosjektet skal geografisk gjennomføres i Snåsa, og en forventer direkte effekter av prosjektet hovedsakelig i nabokommunene. Indirekte effekter forventes i Indre-Namdal for øvrig, samt resten av Innherred.

Vi ønsker at prosjektet blant annet skal føre til følgende konkrete resultater:

- En konkret forbedring av vårt eget selvbilde og vårt omdomme – både fra egne innbyggere og fra folk utenfor bygda. Dette skal dokumenteres gjennom analyse ved oppstart og i etterkant av prosessen.
- Økt netto tilflytting fra år 2012.
- Et opplegg for tilrettelegging og oppfolging av tilflyttere.
- Et større og mer variert bolig- og tomtetilbud.
- Utvikling av flere attraksjoner, og bedre koordinering og markedsføring av reiselivet.
- Plan for og iverksettelse av konkrete stedsutviklingstiltak i sentrum og i grendene.

Prosjektpериode

Prosjektet har en varighet på 3 år med oppstart høsten 2010 og avslutning våren 2013.

Det legges opp til en trinnvis prosjektgjennomføring:

1. Utviklingsprosess med omdommeanalyse høsten 2010
2. Attraktivitsutvikling for å fremme rekruttering og tilflytting 2011 - 2013
3. Omdommeanalyse høsten 2013

Prosjektets innhold med hovedaktiviteter og tiltak

Trinn 1: Utviklingsprosess med omdommeanalyse

Prosjektet ønsker å se på behovet for attraktivitetsutvikling og hvilke faktorer det er størst behov for å fokusere på. Her vil lokalsamfunnet involveres gjennom en utviklingsprosess.

Hensikten med en omdommeanalyse er å analysere behovet for attraktivitetsutvikling nærmere og for å få frem hvilke trivselsfaktorer det er både viktigst å prioritere og størst behov for å fokusere på.

Det gjennomføres en analyse av stedets omdomme posisjon pr. dato, hvor en ser på hvor Snåsa/regionen står i dag omdommemessig både internt og utenfor bygda/regionen. Her vil det gjøres en vurdering av våre muligheter og utfordringer innen omdommebygging, både hvordan vi oppfattes, hva som er våre viktigste utfordringer som vi må løse og våre viktigste ressurser å spille på i omdommebyggingen.

Vi vil gjennomføre en vurdering av eksisterende kommunikasjonsplattform, både hvilken visjon, hvilke verdier, historier og slagord vi har og hvordan denne plattformen anvendes internt og eksternt. Videre vil vi gå gjennom og evaluere eksisterende visuelle profilplattform, hvordan denne ser ut i dag; herunder hvordan profilen kommuniseres, merke og profilelementer.

Prosesssen skal stake ut en ønsket posisjon for Snåsa og "Snåsamerket" hvor det er viktig at bygdefolket involveres i arbeidet med å finne en felles plattform og retning. Vi ønsker å bekrefte eventuelt revidere eller nyutvikle både kommunikasjonsplattform og visuell plattform, herunder;

- Er visjonen noe å strekke seg etter?
- Er verdiene våre noe å stå for
- Er historiene av interesse og noe å være stolt over?
- Er slagordet noe å være kjent for?
- Et tydelig og moderne merke, som forteller vår historie
- En profil som signaliserer de ønskede verdiene og som presenteres gjennom de tidsriktige visuelle uttrykkene.

Hva ønsker Snåsa å stå fram med (var skryteliste)? Snåsa har etablert "i samspill med naturen" som et slagord for bygda. Hvordan kan dette føredres videre, tydeliggjøres og manifesteres? Det er gjennomført noen satsinger og aktiviteter for å gi dette slagordet et konkret innhold, blant annet gjennom satsinga på Snåsa som nasjonalparkkommune og satsinga på Snåsa som sorsamisk senter og to-språklig/flerkulturell kommune. Det gjenstår imidlertid et betydelig arbeid med merkevarebygging. Det nye nå vil blant annet være "Joralf-effekten", og det blir viktig å benytte seg av den. Snåsa-navnet har blitt satt på dagsordenen i forbindelse med det store salget av boka til Joralf Gjerstad og anerkjennelsen av hans evner som helbreder. Her har en fått en oppmerksomhetsgave som det er en utfordring å ta vare på.

Trinn 2: Attraktivitetsutvikling og omdømmebygging

Her vil vi se på hvordan vi kan implementere den ønskede posisjonen til Snåsa og markedsfore den. Konkrete tiltak for å fremme attraktivitet og omdømme vil bli gjennomført. Vi ser for oss en prosess for attraktivitetsutvikling som blant annet inneholder følgende tiltak:

a. Attraktivitetsutvikling i henhold til forslag fra utviklingsprosess

I løpet av utviklingsprosessen i første del av prosjektet vil ulike tiltak foreslås. 10.mars ble det gjennomført et "Open Space" – møte på Snåsa. Open Space-modellen er en effektiv metode for utviklingsarbeid som gir en opplevelse av læring i samarbeidsprosessen, til nytte for organisasjonen/bygda. Her ble det jobbet med konkrete tema i grupper, hvor aktiviteter, tiltak, framdrift og ansvar ble skissert av grupper. Resultatene fra dette seminaret vil bli tatt med i utviklingsprosjektet GNEST (Kompendium fra prosessen ligger vedlagt).

Disse vil bli gjenstand for oppmerksamhet i løpet av resten av prosjektperioden. Dette vil for eksempel kunne være tiltak knyttet til attraktivitetsutvikling/stedsutvikling både i sentrum og i grendene. Særlig effektfullt vurderes det her å få fram tiltak som styrker

ungdommen til tilhørighet og positive opplevelse av Snåsa. Og involvering av ungdom i første del av prosessen vurderes derfor som veldig viktig.

b. "Aksjon arbeidsplass for to" - markedsføring mot ulike grupper

Vi vil gjøre en kartlegging av rekrutteringsbehov både hos næringsliv og i det offentlige. Gjennom å utarbeide en oversikt over alle stillinger vi ser for oss skal tilsettes i Snåsa kommende 10 år kan vi lage grunnlag for en oppsiktsteknende annonse. Tanken er å gjennomføre *aktuelle markedsførings- og rekrutteringstiltak* for næringsliv og kommune med bakgrunn i denne behovskartlegginga. Dette kan også omfatte konkrete rekrutteringsprosesser.

c. GNEST-seminarer

Utflytta snåsninger med gode relasjoner til heimbygda er interessante i forhold til en satsing på økt tilflytting. Det vil være aktuelt med ulike kontaktskapende aktiviteter, herunder et eget hjemflytterseminar. Vi har planer om å invitere til ulike typer ideutveksling/brainstorming blant både bygdefolk og utflyttede Snåsninger.

d. Tilrettelegging for inkludering av utenlandsk arbeidskraft

Tilrettelegging for inkludering av utenlandsk arbeidskraft kan også være en aktuell strategi. Her har kommunen fått på plass et eget kursopplegg finansiering gjennom integreringsmidler i 2009, og vi vil se på hvordan vi kan videreføre denne satsinga.

e. Økt boligbygging – herunder etablering av et eget boligselskap

Uansett hvilke grupper vi ønsker å trekke til Snåsa, vil tilrettelegging for disse være viktig for å kunne lykkes. Her vil det være aktuelt å se på tiltak for å bedre bolig- og tomtetilbuddet i bygda. Det kan være interessant å se på måten en støtter boligbygging i andre kommuner hvor en har fått til gode prosesser i tilknytning til etablering av gjennomgangsboliger.

f. Kultur- og naturbasert steds- og næringsutvikling

Snåsa har både i den samiske og norske kulturen mye som i dag er lite benyttet for å skape verdier. Snåsa som flerkulturelt samskunn skal videreutvikles, og vi ser for oss et arbeid både med utvikling av nye attraksjoner og videreutvikling av eksisterende. Videre ser vi for oss nettverksbygging og styrking av felles markedsføring og profilering som en del av dette.

ORGANISERING

Prosjektet har status som et delprosjekt under prosjektet Nyskaping i Snåsa så lenge dette pågår (fram til 01.02.2011).

Prosjekteier er Snåsa kommune med Rådmannen i Snåsa ved næringskonsulent (NK) Erlend Seljelid som prosjektansvarlig. Prosjektleader for NYSS vil bistå arbeidet. Det søkes om finansiering som skal sikret en egen prosjektleidelse på delprosjektet.

Styringsgruppe og/eller referansegruppe med representanter fra:

- Snåsa kommune

- Nord-Trøndelag Fylkeskommune
- Bedrifter i Snåsa
- Ungdommen i Snåsa
- Representanter fra det samiske miljøet
- Lokale lag, foreninger
- Natur og kulturbasert nyskaping – NAKU Snåsa

Det vil videre bli en samhandling og koordinering med prosjektet *Kunnskapsbasert regional utvikling i Indre Namdal* i regi av Indre Namdal Regionråd.

Det vil være viktig med deltagelse og eierskap i prosessen, og at arbeidet implementeres i konkrete planer for framtida. Dette innebærer blant annet plassering av ansvar og eierskap til kommunens og bedriftenes omdommearbeit, produksjon av ideer, etablering av en plan for og strukturer for oppfølging av omdommearbeitet.

Suksesskriterier

Ressursene i lokalsamfunnet finnes hos folkene i bygda, så et viktig suksesskriterium blir å klare å mobilisere snåsningen. Her er det allerede lagt et grunnlag gjennom to inspirasjonsmøter og et "Open-Space"-møte våren 2010 hvor mange enkeltpersoner, bedrifter og organisasjoner i bygda har mott opp og engasjert seg.

Innvolvering integrering av ungdom i prosjektet vil være viktig. Vi ønsker å få til aldersblanda arenaer som også appellerer til ungdommen.

Styring og god organisering av engasjementet til folk blir et suksesskriterium. For å sikre dette vil vi vil blant annet benytte spisskompetanse på prosessledelse og "nedenfra og opp"-prosesser.

Holdningsutvikling tar tid, og det blir viktig å ha fokus på hvordan en mulig prosess for merkevare- og omdommebygging kan bidra til dette. Nokkelen ligger i forandringsarbeidet, men kulturendring må skje samtidig. Kulturendring vil en gjerne få gjennom nettopp å vise at det går an å oppnå suksess på Snåsa.

Tidsplaner og milepæler

Prosjektet har en varighet på 3 år med oppstart høsten 2010.

Trinnvis prosjektgjennomføring:

4. Utviklingsprosess med omdommeanalyse høsten 2010
5. Attraktivitsutvikling for å fremme rekruttering og tilflytting 2011 – 2013

Gant diagram med tidsplaner pr aktivitet.

Hovedaktivitet	Tidsplan 2010/2011 (mnd)											
	aug	sept	okt	nov	des	jan	febr	mars	april	mai	juni	juli
Omdommeanalyser		X	X	X								
Utviklingsprosess for omdomme- og attraktivitetsutvikling		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
GNEST-seminar				X								X
Aksjon "arbeidsplass for to"						X	X	X	X	X	X	X
Kultur- og naturbasert steds- og næringsutvikling						X	X	X	X	X	X	X
Tilrettelegging for inkludering av utenlandsk arbeidskraft						X	X	X	X	X	X	X
Opprettelse av boligselskap						X	X	X				
Tilrettelegging for økt boligbygging									X	X	X	X

Hovedaktivitet	Tidsplan 2011/2012 (mnd)											
	aug	sept	okt	nov	des	jan	febr	mars	april	mai	juni	juli
Omdommeanalyser												
Attraktivitetsutvikling		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
GNEST-seminarer				X								X
Aksjon "arbeidsplass for to"	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Kultur- og naturbasert steds- og næringsutvikling	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Tilrettelegging for inkludering av utenlandsk arbeidskraft	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Tilrettelegging for økt boligbygging	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Hovedaktivitet	Tidsplan 2012/2013 (mnd)											
	aug	sept	okt	nov	des	jan	febr	mars	april	mai	juni	juli
Omdommeanalyser							X	X	X	X		
Attraktivitetsutvikling		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
GNEST-seminarer				X								X
Aksjon "arbeidsplass for to"	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Tilrettelegging for inkludering av utenlandsk arbeidskraft	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Kultur- og naturbasert steds- og næringsutvikling	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Tilrettelegging for økt boligbygging	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

KOSTNADOVERSLAG OG FINANSIERING

Kostnadsoverslag

Omdommeanalyser	kr. 200.000
Utviklingsprosess omdommebygging og attraktivitetsutvikling	kr. 150.000
Profil og markedstiltak	kr. 150.000
Kontorhold	kr. 150.000
Prosjektledelse	kr. 1.250 000

Aktiviteter for attraktivitetsutvikling og omdommebygging:

Aksjon Arbeidsplass for to	kr. 100.000
Kultur- og naturbasert steds- og næringsutvikling	kr. 100.000
Eventyrseminarer (prosjektseminar) 6 stk	kr. 100.000
Tilrettelegging for inkludering av utenlandsk arbeidskraft	kr. 100.000
Okt boligbygging - herunder etablering av et eget boligselskap	kr. 100.000
Sum	kr. 2.400 000

Finansiering

Nord-Trøndelag Fylkeskommune	kr. 600.000
Kommunal- og Regionaldepartementet	kr. 1 200.000
<u>Egeninnsatsmidler Snasa kommune</u>	<u>kr. 600.000</u>
<u>Sum</u>	<u>kr. 2.400.000</u>

"De e itj nok å
berre vårrå
vakker"

Rapport fra Open Space 10.03.2010



INNHOLD

DELTAKERE	4
VERDENS VAKRESTE BYGD	5
Ansvarlig.....	5
Deltagere.....	5
Diskusjon.....	5
Anbefalinger.....	5
TRIVELIG SENTRUM.....	6
Ansvarlig.....	6
Deltagere.....	6
Diskusjon.....	6
Anbefalinger.....	6
KULTURTRADISJON – NESTE GENERASJON.....	7
Ansvarlig.....	7
Deltagere.....	7
Diskusjon.....	7
Anbefalinger.....	7
BYGDASENTRAL, KROGSGÅRDEN.....	9
Ansvarlig.....	9
Deltagere.....	9
Diskusjon.....	9
Anbefalinger.....	10
SNÅSA I VERDEN – VERDEN I SNÅSA.....	11
Ansvarlig.....	11
Deltagere.....	11
Diskusjon.....	11
Anbefalinger.....	11
START BOLIGER – LIV I TOMME HUS HELE ÅRET	12
Ansvarlig.....	12
Deltagere.....	12
Diskusjon.....	12
Anbefalinger.....	12
RYDDING LANGS VEIER.....	13
Ansvarlig.....	13
Deltagere.....	13
Diskusjon.....	13
Anbefalinger.....	13
HEIMFLØTTARHÆLG	14
Ansvarlig.....	14
Deltagere.....	14
Diskusjon.....	14
Anbefalinger.....	14
SNÅSA BYGDA – "SNÅSA SÄMMÅR" – FELLES MARKEDSFØRING.....	15
Ansvarlig.....	15

Deltagere.....	15
Diskusjon.....	15
Anbefalinger.....	15

DELTAKERE

Prosessleder:

Psykolog Truls Paulsen 909 45 743 trulsp@mac.com

Arbeidsgruppe:

Anne Britt Eggen	482 96 029	abeggen@gmail.com
Siv Beate Eggen	481 02 785	sbeeggen@msn.com
Bodil Klev Urstad	948 25 362	bodil@snasa-akv.no
Kristin Landsem	414 72 568	kristin.landsem@tou.no
Aud Sandnes	906 39 890	sandnes@skartnes.no
Sigrid Marie Berg	482 32 007	sigrid.berg@snasa.kommune.no
Heidi Rohde	928 36 685	heidi.rohde@lr.no
Hilde Østvik	489 95 284	arild.ostvik@ntebb.no
Irma Jørstad	908 11 624	irma-jd@hotmail.com
Britt Martha Johannessen	988 45 421	britt.johannessen@snasa.kommune.no
Vigdis Hulstad Bello	951 45 852	0rdtorer@snasa.kommune.no
Ingrid Lysberg Mølnvik	915 16 058	pmlnvik@start.no
Tove Rohde	915 51 746	trohde@online.no
Erlend Seljelid	74 13 82 73	erlend.seljelid@snasa.kommune.no
Erik Gran	917 46 351	erik.gran@ebbbmail.no
Turid Skavlan	938 75 810	tskavlan@online.no
Møyfrid Skavlan	950 53 872	moyfrid.skavlan@ntebb.no
Truls Eggen		truls.eggen@snasa.kommune.no
Solvær Alise Østgård		solvare.alise.ostgard@grong.kommune
Kristin Østgård		kristin.ostgard@snasa.kommune.no
Anne Marie Lyngberg		anne.marie.lyngberg@snasa.kommune.no
Audun Austli		audun@tonemakeriet.no
Elsiabéth Rohde		bitte.rohde@live.no
Guri Brede		guri.moum.brede@smn.no
Ole M. Eggen		omeggente@frisurf.no
Liv Synnøve Gåsmo		liv.gasmo@snas.kommune.no
Helle Holberg Bergli		kgbergli@online.no
Bjørn Inge Ånonli		

VERDENS VAKRESTE BYGD

Ansvarlig

Anne Marie Lyngberg

Deltagere

Kristin Østgård

Anne Britt Eggen

Solvår Alise Østgård

Erik Gran

Guri Brede

Møyfrid Skavlan

Audun Austli

Diskusjon

- Søppledunker/postkasser – "kamuflere" som melkerampe?
- Bruk "Grenda-tilhørighet" – motivere hverandre i grenda til å lage det fint
- Hva er fint?
- Utvikle/vedlikeholde gårdstun. Kompetanse?

Vi må få skape engasjement og plante tanken om å vill ha det fint rundt oss hos innbyggerne.

Trivsel for oss sjøl, attraktivt å flytte hjem og turistattraktivitet.

Anbefalinger

- Få vist frem de allerede fine plassen på Snåsa, eksempel Jørn Sagmo
- Bruke Coopen – de kan kjøre "malekampanje" eller "Hagekampanje"
- Konkurranse

TRIVELIG SENTRUM

Ansvarlig

Vigdis Hjulstad Belbo
Turid Skavlan

Deltagere

Vigdis Hjulstad Belbo
Britt Martha Johannessen
Tove Rohde
Irma Jørstad
Brit Martha Johannessen
Bodil Klev Urstad
Kristin Landsem

Diskusjon

Ikke bare kommunen bør ha ansvar, også næringsliv. Bygdekvinnelaget har ideer til en start, med blomsterkassa plassert på strategiske plasser. Øverbygg / Bæri-Saga kan lage kassen. Div gartnere kan plante i plastkar tidlig på våren. Snåsa-produkter passer og vatner. Rydd opp i kratt i sentrum. Bedre skilting. Rydd i skilting. Lage parkeringsplass for campingvogner / biler. Mulighet for søppel (søppeldunker)

Anbefalinger

- Fine bilder fra Nasjonalparken i vinduene på Coop i stedet for reklame som er der nå.
- Pynte opp ved begge innkjørslene til sentrum
- Rydde opp i vestveggen på stasjonsbygningen.
- Harmonisk fargesetting på bygningene i sentrum.
- Utvikle torget. Mer blomster. Klipping av hekken
- Benker og blomster ved Coop marked. Tunge benker ved blomster arrangement.
- Åpne torget fra veien.
- Fontene på torget!
- Faste blomsterurner passer kanskje best på torget?

KULTURTRADISJON – NESTE GENERASJON

Ansvarlig

Heidi Rohde
Sigrid Marie Berg

Deltagere

Aud Sandnes
Hilde Østvik
Helle Bergli
Bjørn Inge Ånonli
Elisabeth Rohde

Diskusjon

Noen ansvar for å samle info ->bygdesentral? m/klasserom
Vinje skole? Tradisjoner og handverk – skape næring.

Skaperverksted

Smiing
Skinn/lær
Buntmakeri
Kunst
Bakst
Snåsalabba
Lafting

Ta med elever som trenger praktisk opplæring o.a. -> kurs
Felles salgsmesse.

Krogsgård – arena for læring og kurs,
Levendegjøring av historier – Fortellerkunst
Samarbeid: næring, skole, Nav
Bank -> m/info om tradisjon.

Anbefalinger

- Målet må være å spre noe som gjør at ungdom har lyst til vende tilbake.
Kunnskap om tradisjon.
- Kultur inn i skolen. Kulturskole = kurs
- Bygdesentral kan romme tradisjonsbank Ressursbank
- Må organiseres – systematisering
- Noe fysisk – konkret.
 - En fysisk Snåsasekk når de er ferdig
 - Bilder, opplevelser
 - Dialekt ordbok

- Matoppskrifter
- Handverkkultur
- Kulturskole på arenaen m/engasjement. Skoleledelse må ha eierskap -> inkludert politiker.
- Selge inn i skolene -> lage plan
- Noen kan inn i "gården som ped. Ressurs"
 - Bygda som ped. Ressurs
- Kan arbeide med dette i mange fag.

BYGDASENTRAL, KROGSGÅRDEN

Direktør:

Anne Britt Eggen
Helle Holberg Bergli

Medarbeidere:

Audun Austli
Heidi Rohode
Aud Sandnes
Liv Gåsmo
Kristin Landsem
Sigrid Marie Berg
Elisabeth Rohde
Solvår Østgård
Anne Britt Eggen
Ingrid L Mølnvik
Siv B Eggen.
Ole M. Eggen

Diskusjon:

Bygdasentral , felles kontorfunksjoner, felles stilling(er)

- Samordne aktiviteter/oversikt over aktiviteter
- Ansette person som kan være behjelplig for lag og organisasjoner - søknader om tilskudd
- Organisering og planlegging av aktiviteter i frivillige lag og organisasjoner.
- Tittel på sekretær -> "Bygdabaron". Alle lag og foreninger og frivillige organisasjoner "Opporganiseres og samorganiseres.
- Ha oversikt over ressurspersoner i bygda som kan brukes ved ulike anledninger.
Aktive internetsider (felles) for presentasjoner
- Bruke "Sentralen" til å skap i lag
- Til å samle Snåsingene om felles prosjekt
- Vise innbyggerne i bygds og folk utenfor bygda aktiviteter og prosjekter
- Aktivitet bruke internett
- Ta kontakt med næringskonsulenten

Krogsgården

Aktivitet i Krogsgården for lag og organisasjoner

Turistinformasjon, tradisjonsbank (kulturformidling til barn og ungdom)

Fjøset gir uante muligheter, kulturskolens lokaler, natur og kulturbaserte aktiviteter, julemarked, bondens marked.

Diskusjon om bruk av husene. Det koster penger å restaurere opp husene til helårsdrift.

Diskusjon om å flytte museet (deler av) til Krogsgården.

Oppisilering av husene

Samle samarbeidspartnere (flere), styret tar ansvar.

Anbefalinger

Se diskusjon.

SNÅSA I VERDEN – VERDEN I SNÅSA

Ansvarlig

Erik Gran

Deltagere

Bjørn Ivar Ånonlie

Diskusjon

- Hvordan ser verden på oss?
- Turister
- Det sørsamiske – Samien Selje
- Rom for å være annerledes
- Toleranse
- Viktig med bedre kommunikasjon og transport

Anbefalinger

- Synliggjøre internasjonale forbindelser
- Fokuser f.eks på antall nasjonaliteter
- Kartlegg språkkompetanse, for f.eks guiding.

START BOLIGER – LIV I TOMME HUS HELE ÅRET

Ansvarlig

Vigdis B
Møyfrid Skavlan

Deltagere

Britt Martha Johannessen
Guri Brede
Bodil Klev Urstad
Vigdis Hjulstad Bello

Diskusjon

- Vi trenger startleiligheter
- Meieriet – utredes
- Boplikt?

Guri

Overhallahus
Leiligheter
Hybler
Event + næring

Anbefalinger

Vi etablerer en arbeidsgruppe

1. Snåsa Bygg & Bo som har som mål å bygge/restaurere 10 stk leiligheter i nærheten av sentrum
2. Anbefale folk som eier tomme his å restaurere/leie ut. Boplikt?

RYDDING LANGS VEIER

Ansvarlig

Turid Skavlan

Deltagere

Erik Gran

Møyfrid Skavlan

Vigdis H Bello

Erlend Seljelid

Tove Rohde

Diskusjon

- Gjengroing.
- Størst ryddebehov, utsiktspunkt.
- Skjøtselsplaner (område ved Kirka / Prestegården)
- Hvem må kontaktes for å starte en prosess som kan motivere de som kan gjøre noe med saken i praksis?

Anbefalinger

- Utfordre skogeierlaget, velforeningene, Statens skoger, Vegvesenet m.fl (Allskog) Publiseres i Snåsningen, ev. Pr. Brev.
- Undersøk om det finnes midler for å gjennomføre det. Finne ut hvem som kan søke hvor.

HEIMFLØTTARHÆLG

Ansvarlig

Liv Synnøve Gåsmo
Kristin Landsem

Deltagere

Møyfrid Skavlan
Helle Holberg Bergli
Siv Beate Eggen

Diskusjon

- Marked. Krogsgården har søkt om støtte til festivalutvikling
- Midnattskonsert.
- Slutten av august 20-21 og 22 august.
- Flytte heim fra setra, flytte heim / tilbake til Snåsa
- Salgsdag -> kortreistmat og handverk
- Baksteroven settes i stand. Baking

Anbefalinger

- Workshop – drahjelp til de som vil stå på
- Åpen scene – jaming
- Tema -> f.eks folkrock, køntry, pop, osv.

Mat

- Rakfeskeparty
- Snåsaklubbparty
- Seterost -> Tradisjonsmat -> Bygdekvinnelaget, Seterlaget
- Fesksup
- Quduka øl -> akevitt

SNÅSA BYGDA – "SNÅSA SÅMMÅR" – FELLES MARKEDSFØRING

Brosjyre, film, nettside, reiseliv & næringslivsportal
Helhetlig markedsføring - skilt.

Leiesvarer

Deltakere

Heidi Rohde
Kristin Østgård
Aud Sandnes
Siv Beate Eggen
Bodil Klev Urstad
Sigrid Marie Berg
Anne Britt Eggen

Diskusjon

- Samarbeid, utvikle nettverk
- Samle arr., aktiviteter i evt. brosjyre/nettside.
- Internett som brukes mest i dag - det visuelle og estetiske viktig.
- Attraksjoner, aktiviteter og næring
- Vi må sjøl bli bevisste på hva vi har på Snåsa
- Bevisstgjøre aktører på hva som finnes, hva de andre tilbyr, at samarbeid er riktig for alle.

Ambisjonene

- Guiding – valgfag – kulturguide
 - Avtale om sommer jobb
 - Teater, dialekt, språk
 - Levende historieformidling
- Skape en arena for treff, diskusjoner +++ rundt temaet nærings- og reiseliv.

SYNLIGGJØRING AV DET SOM FOREGÅR

- Samarbeide med det samiske miljøet.
- Tilgjengeliggjøring av informasjon er viktig
- Mang ressurser i Snåsa for å lage film, brosjyre - kolbe ressurser
- Stiplet E6 skilt -> 763 -> Route 763

VIKTIG MED SPENNENDE NAVN PÅ PROSJEKTET -!!

!!

"Er himmelsk sidesprang" er oppbrukt.

ANSVARLIG

- NYSS inviterer til "kick off" møte for å dra i gang fellestiltak reiseliv
- Samarbeid, nettverksbygging, markedsføring.