

Frist: 24. april

Sendes til: postmottak@kmd.dep.no

Årlig rapport BOLYST

Til: KMD

Fra: Marit Valla, Hemnes Kommune

Dato: 28.08.2014

Kommune:	Hemnes
Prosjektnavn:	Bygda mi – kommunen vår
Prosjektleder:	Marit Valla
Leder i styringsgruppen:	
Kontaktperson i fylkeskommunen:	Ole Bernt Skarstein
Forankring av prosjektet (flere kryss er mulig)	a) Styringsgruppe b) Forankring i befolkningen X c) Samarbeid med andre aktører lokalt, regionalt eller nasjonalt X
Mål og eventuelle delmål med prosjektet. I hvilken grad har prosjektet nådd eller er prosjektet på vei til å nå sine mål?	<p>Målet med hovedprosjektet «Bygda mi – kommunen vår!» er at alle kommunens innbyggere, og i særlig grad ungdommen, innvandrere (arbeidsinnvandrere og flyknings) og andre nye tilflyttere, skal føle seg som en del av et større fellesskap og ha god kjennskap til både folk, muligheter og stedskvaliteter i hele kommunen.</p> <p>Vi ønsker oss stolte innbyggere som utad kan opptre som gode ambassadører, som innad ser hverandre, og dermed kan spille på flere strenger for å skape både arbeidsplasser, fritidstilbud og bolyst. Vi ønsker at ungdommen føler en slik tilknytning at de ønsker seg tilbake etter endte studier, og at innvandrere og nye innbyggere føler seg så velkommen og inkludert at de velger å bli boende.</p> <p>Prosjektet er delt inn i 4 deler:</p> <ol style="list-style-type: none">1) Omdømmebygging2) Velkomstpakken3) Ambassadørskole4) Internasjonale Temakvelder <p>Det er gjennomført aktiviteter i alle delprosjektene, men minst i prosjektet Velkomstpakken. Både Omdømmebygging, Ambassadørskolen og Internasjonale Temakvelder er godt i gang, med gode tilbakemeldinger.</p>

<p>Målgrupper for prosjektet, når prosjektet frem til disse?</p>	<p>Målgruppen for prosjektet er både på kort og lang sikt alle kommunens innbyggere, inkludert både innvandrere og ungdom. Alle skal inkluderes i identitetsarbeidet og føle seg som en del av en større helhet. På lang sikt skal omdømmebyggingen bidra til at vi kan være mer synlige og attraktive for definerte målgrupper utenfor kommunen.</p> <p>Vi har i høy grad nådd fram til gruppen flyktninger og innvandrere gjennom prosjektet og bidratt til at det er blitt mer kontakt mellom lokalbefolkning og flyktninger/innvandrere. Flere av bygdas ungdommer som har jobbet på servicebedrifter i sommerferien, har gjennom prosjektet blitt bedre kjent med bygda si og hvilke kvaliteter og tilbud som finnes.</p> <p>Det har vært mange oppslag i lokalavisa og de kreative aktørene i kommunen har begynt å identifisere seg med visjonen «Hemnes – skaperglede mellom smul sjø og evig snø!». Men det er enda mye igjen før den er «under huden» på alle. Når vi er i mål med profilprogrammet vil dette bli lettere å kommunisere ut.</p>
<p>Resultat som er oppnådd i form av aktiviteter eller tiltak</p>	<p>Det har vært holdt Kick-Off og workshop om Omdømmebygging og bruk av visjonen «Hemnes - skaperglede mellom smul sjø og evig snø», både for Formannskap, administrasjon og befolkningen generelt. Harald Espeland fra Tibe PR, som var faglig ansvarlig på Distriktssenterets «Omdømmeskole», var foredragsholder.</p> <p>Vi har, i samarbeid med Frivilligsentralen, arrangert to av tre Internasjonale Bydekvalder.</p> <p>Vi har, i samarbeid med Innovasjon Norge og Kunnskapsparken Helgeland, arrangert et Vertskapskurs spesielt rettet mot servicenæringen i kommunen, dette som en del av Ambassadørskolen. I tillegg er det arrangert to «Bli kjent turer» i kommunen, for servicenæringen, flykninger, innvandrere, andre tilflyttere og ungdommer som skal ut i sommerjobb i kommunen.</p> <p>Vi er i gang med å jobbe fram et profilprogram for kommunen, basert på visjonen «Hemnes – skaperglede mellom smul sjø og evig snø». Arbeidet med websiden er i gang, og den delen av sidene som omhandler informasjon for besøkende og turister er lansert (www.visit.hemnes.kommune.no). Websiden vil bli oppgradert med ny profil så snart den foreligger, og det vil bli et utvidet menyvalg i tråd med tankene bak «Velkomstpakken».</p> <p>Sommeren 2014 hadde kommunen, i samarbeid med Hemnes Turistforening (HTF), åpen Turistinformatjon i HTF's lokaler i Korgen. Her vekslet tre unge turistverter (10.klassinger) på jobben. En liten informasjonsfolder med high-lights fra kommunen og signaturen «Hemnes - skaperglede mellom smul sjø og evig snø», ble i tillegg lagt ut på alle kommunens servicebedrifter og ved større arrangement, se vedlegg. Dette i tillegg til websiden, er med på å skape en bevissthet hos lokalbefolkningen om at vi faktisk har noe å være stolte av og vise fram.</p> <p>I forbindelse med at Rabothytta, som er oppkalt etter en franskmann, åpnet den 16. august, arrangerte kommunen, i samarbeid med HTF,</p>

	<p>Kulturskolen og Frivilligsentralen, en «Fransk Aften» den 15. august. Dette var et påmeldingsarrangement med mat, taler og underholdning. Kun lokale aktører ble brukt og det var stort fokus på «skaperglede mellom smul sjø og evig snø». Blant de 85 fremmøtte, var også arkitektene Jarmund/Vignæs fra Oslo, samt lokal og internasjonal presse. Her fikk publikum også smakebiter av den lokalhistoriske oppsetningen «Klemetspelet» - igjen et tydelig resultat av «skaperglede». Maten var «lokale delikatesser med fransk touch» og en ung, kvinnelig kokk som nylig har startet eget cateringfirma fra sin gård i Bleikvasslia, fikk oppdraget.</p>
<p>Vurdering av framdrift i forhold til opprinnelig plan</p>	<p>Prosjektet er en del forsinket pga. at prosjektleder var helt eller delvis sykemeldt i perioden mars – juni og at det deretter var ferietid. Det vil bli foretatt en del justering ut fra fremdriftsplanen som ble presentert for KMD v/Judith Kortgård i januar 2014. Disse justeringene vil bli foretatt etter at prosjektleder har deltatt på Bolystseminar i Saltstraumen den 1. og 2. september 2014. Vi håper på forståelse for dette.</p>
<p>Oppnådde resultater Hvor geografisk konsentrert har prosjektet hatt/vil ha effekt? (Kryss av)</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Helt lokal effekt X b) Effekten kommer innen flere kommune 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>Kort beskrivelse av metodikk i prosjektet (max 250 ord)</p>	<p>Prosjektleder har vært Bygdeutvikler i Hemnes kommune. I Omdømmeprosjektet er det leid inn ekstern kompetanse på Omdømmebygging, Harald Espeland fra Tibe PR. Det har vært holdt arrangement i samarbeid med HTF, Kulturskolen og Frivilligsentralen.</p> <p>I prosjektet Ambassadørskolen har det vært et samarbeid med Kunnskapsparken Helgeland og Innovasjon Norge for å arrangere Vertskapskurs.</p> <p>Internasjonale Temakvelder har vært arrangert i samarbeid med Frivilligsentralen og Flyktningetjenesten i NAV.</p>
<p>Overføringsverdi for eksempel til andre lokalsamfunn</p>	<p>Vi håper at noen av tiltakene våre kan inspirere andre lokalsamfunn til å gjøre tilsvarende – og vil derfor beskrive delprosjektene mer detaljert i en endelig rapport etter endt prosjektperiode.</p>
<p>Ekstern kommunikasjon og deltakelse på samlinger med utgangspunkt i prosjektet</p>	<p>Hvilke samlinger har dere deltatt på i forbindelse med prosjektet?</p> <p>Ingen foreløpig, men både Bygdeutvikler og ass. Rådmann deltok på Omdømmeskolen høsten 2012/vinteren 2013. Rådmann og Ordfører var også med på en av disse samlingene.</p> <p>Kommunen jobber også med prosjektet «Okstindan natur- og kulturpark» og har deltatt på flere Parkmøter (Mosjøen, Hamar, Skien) – og ser at mye av Bolystjobbingen er relevant for Parkjobbingen.</p> <p>Bygdeutvikler skal delta på Bolystseminaret i regi av Nordland Fylkeskommune den 1. og 2. september 2014 i Saltstraumen.</p>

Regnskap (satt opp slik at det kan sammenlignes med budsjettpostene)	Ettersendes
Hvilke målsettinger i distrikts- og regionalpolitikken hører prosjektet inn under? (Sett kryss ved svaret, flere svar er mulig)	<ul style="list-style-type: none"> a) Stabilisere eller øke befolkningen X b) Styrke, sikre eller etablere arbeidsplasser c) Opprettholde/videreutvikle eksisterende virksomhet eller bidra til nyetableringer d) Økt innovasjon eller innovasjonsevne X e) Økt kompetanse (både realkompetanse (både realkompetanse og formalkompetanse) for målgruppen X f) Økt tilgjengelighet (bedre veier, havner, andre transporttiltak og breibånd) g) Styrke regionale sentra h) Å gjøre stedet/kommunen/området mer attraktivt som bosted eller lokaliseringssted for bedrifter? X i) Å gjøre stedet/kommunen/området mer attraktivt som reisemål? X
Gi en kort omtale av hvordan arbeidet er tenkt videreført etter prosjektets slutt (maks 250 ord)	<p>Bygd på erfaringene i Bolystprosjektet, vil vi etter hvert legge deler av det videre arbeid inn i Parkprosjektet og muligens gjenta og videreutvikle en del av tiltakene.</p> <p>Velkomstpakken vil bli gjennomført kontinuerlig, også etter prosjektperioden. Omdømmebygging er en kontinuerlig prosess som vil kjøres videre uavhengig av Bolyst og Parkprosjektet.</p>