**Sendes til:** [**postmottak@kmd.dep.no**](mailto:postmottak@kmd.dep.no)

|  |
| --- |
|  |

Årlig rapport BOLYST

|  |  |
| --- | --- |
| Til: | KMD |
| Fra: | Marit Valla, Hemnes Kommune |
| Dato: | 15.11. 2016 |
|  |  |
|  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **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) | 1. Styringsgruppe 2. Forankring i befolkningen X 3. 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?** | Målet med hovedprosjektet «Bygda mi – kommunen vår!» er at alle kommunens innbyggere, og i særlig grad ungdommen, innvandrere (arbeidsinnvandrere og flykninger) 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.  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.  Prosjektet er delt inn i 4 deler: 1) Omdømmebygging 2) Velkomstpakken 3) Ambassadørskole  4) Internasjonale Temakvelder  Det er gjennomført mange aktiviteter i alle delprosjektene, men det har vært noen endringer underveis i forhold til opprinnelige planer. Disse har vært fortløpende avklart med KMD. |
| **Målgrupper for prosjektet, når prosjektet frem til disse?** | 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.  Vi nådde i første del av prosjektperioden i høy grad fram til gruppen flyktninger og innvandrere og bidro til at det ble mer kontakt mellom lokalbefolkning og flyktninger/innvandrere. Også i siste fase av prosjektet har det vært et par vellykkede arrangement for disse gruppene. Det arrangeres også faste møtekvelder for lokalbefolkningen og innbyggerne på Hemnesberget på det lokal Mat og Vinhuset. Dette ble initiert av Frivilligsentralen inspirert av arbeidet de gjorde i forbindelse med Bygdekveldene.  Andre nyinnflyttere når vi i høy grad fram til ved at vi sender ut Velkomstpakker til alle som registrerer flytting til kommunen via Folkeregisteret.   Flere av bygdas ungdommer som jobbet på servicebedrifter i sommerferien 2014, 2015 og 2016, ble gjennom prosjektet bedre kjent med bygda si og hvilke kvaliteter og tilbud som finnes. Særlig gjelder dette de som har jobbet på kommunens Turistinformasjon.  Lokale bedrifter har gjennom prosjektet deltatt på to Vertskapskurs og fått økt forståelse for hva det vil si å være et godt vertskap.  Det har i perioden 2014 – 2016 vært flere oppslag i lokalavisa hvor man viser til kommunens visjon «Hemnes – skaperglede mellom smul sjø og evig snø!». Det er fremdeles mye igjen før visjonen er «under huden» på alle, men det er blitt et mer kjent begrep som flere og flere innbyggere viser til og assosierer seg med. Nå som kommunen er i mål med profilprogrammet og bruker det mer og mer aktivt, er det lettere å kommunisere ut visjonen.  Uten at vi har statistikk på det, tørr vi å si at kommunens innbyggere i.l.a. de tre siste årene har blitt mer bevisst på egne særegenheter og har blitt mer stolte av hva vi har å by på i kommunen.  Da kommunen ble tildelt to etapper i Arctic Race of Norway 2016, fikk vi en unik mulighet til å bygge omdømme og vise oss fram for regionen, og for hele verden via Tv-sendinger til 180 land. Gjennom forberedelsene oppnådde vi også å spre mye god informasjon om Hemnes til alle ARNs samarbeidspartnere i Norge og Frankrike. Sammen med resten av Helgeland og Nord-Norge ble vi satt på verdenskartet og spredte budskapet om Skaperglede mellom smul sjø og evig snø. |
|  |  |
| **Resultat som er oppnådd i form av aktiviteter eller tiltak** | **For aktiviteter i 2014, se rapport sendt 28.08.2014. For aktiviteter i 2015, se rapport sendt 20.11.2015**  **Status på aktiviteter gjennomført i 2016 (her nevnes også noen andre relevante aktiviteter enn de som er belasta Bolyst-prosjektet):**  **1) Omdømmebygging** Profilprogram for Hemnes kommune  Profilprogrammet for kommunen, basert på visjonen «Hemnes – skaperglede mellom smul sjø og evig snø» ble ferdig i slutten av 2015. Malene er i løpet av 2016 i stor grad tatt i bruk, selv om det gjenstår full implementering på bl.a. Internetsider (vil bli gjort når disse bygges om).  Bygdemøte og Arctic Race of Norway  Det ble arrangert et stort bygdemøte 15. januar 2016 hvor det var fokus på at kommunen skulle være vertskap for Arctic Race og hvordan vi skulle utnytte denne muligheten for å kommunisere vår visjon «Skaperglede mellom smul sjø og evig snø». Kommunens nye profil ble for første gang brukt i presentasjoner denne kvelden. Roger Fagerheim fra ARN var tilstede og holdt et inspirerende foredrag om hvordan man hadde gått fra «hårete idé» til suksessfullt sykkelritt med direkte tv-sending til 180 land. Omtrent 100 personer møtte opp.  Dette bygdemøtet be startskuddet for den største omdømmebyggings-muligheten vi noen gang har hatt i Hemnes. Løypene ble offentliggjort den 6. januar under Nord i Sør arrangementet i Oslo, og Hemnes fikk full uttelling med rittet gjennom kommunen både fredag den 12. og lørdag den 13. august. Det ble til og med målgang på Korgfjellet den 13. august og Hemnes ble satt på kartet med Kongeetappen opp Korgfjellet. Arctic Race of Norway er en folkefest langs løypa, og vi så på dette som en glimrende anledning til å vise fram «Skaperglede mellom smul sjø og evig snø», samt å få bygdene til å samarbeide om å profilere det unike vi ønsker å vise fram til verden.  Det ble brukt 9.800 kroner i forbindelse med Bygdemøtet den 15. januar.  Vi fikk grønt lys til å bruke noe av bolystmidlene til lokale initiativ som støtter opp under kommunens visjon, og derigjennom gi gode ideer drahjelp til realisering. Det kom mange gode idéer og mange av dem ble realisert. Dette bidro til at det ble gjennomført «animations» langs løypa som støttet opp om de verdiene vi ønsker at Hemnes kommune skal assosieres med. Flere av tiltakene ble vist på Tv-sendingene og er brukt i ARNs egne videoer fra arrangementet. Totalt ble det brukt kr. 38.657,83 av Bolystmidlene til slike tiltak og det ble lagt ned en formidabel egeninnsats i planlegging og gjennomføring.   Følgende tiltak fikk støtte, se vedlegg for mer utfyllende informasjon om hvert enkelt tiltak:   * Korgen Sentralskole: Støtte til å lage et skilt med informasjon om Klemethelleren og Klemet. Skiltet ble satt opp i forbindelse med at skolen viste fram en miniutgave av Klemethelleren langs løypa. * Klemetspelet: Støtte til å samle lokale skuespillerer og musikere for å underholde med sanger og kostymer langs løypa og på Korgfjellet. * Lokale kunstnere: Støtte til å trykke kunstverk på lerret som ble hengt opp som lokal kunstutstilling i trærne langs løypa. * Inderdalen gård: Støtte til å trykke informasjon om kamkakebaking og gamle gårdstradisjoner på lerret som ble utstilt på Korgfjellet. * Hemnesberget patrioter: Støtte til å bygge kulisser inspirert av Lapphella på Hemnesberget, til eget arrangement med musikere langs løypa. * Bjerka Statlige mottak for enslige mindreårige: Støtte til å kjøpe spraymaling til bruk for å dekorere gamle sykler som pynt langs løypa.   Det ble laget en egen video fra Arctic Race of Norway i Hemnes, og denne er med på å bygge opp om Skapergleden vi ønsker å formidle. Mer informasjon og video på [www.hemnes.kommune.no/arn](http://www.hemnes.kommune.no/arn)   For å implementere den helt nye kommuneprofilen og visjonen inn i Arctic Race arbeidet, ga vi grafikeren Hilde Sletten i oppdrag å lage en tilpasset Kongeetappelogo (etappen med målgang på Korgfjellet) som kunne brukes som Hemnes kommunes profil under Arctic Race og som næringslivet også kunne bruke sammen med egen profilering. Løsningen ble en leken strek med en plystrende sykelist, med gullkrone på hodet, som sykler på «profilstreken». Denne logoen ble flittig brukt i flere varianter både i annonser, plakater, bannere langs E6, på t-skjorter og i media, samt at lokalt næringsliv lagde egne t-skjorter med Kongeetappelogoen i tilknytning til sin egen bedriftslogo (se <http://www.hemnes.kommune.no/sponsorpakken.381956.no.html>). Utvikling av Kongeetappelogoen og tilpasninger av den kostet 10.000 kroner.  Hemnesbok: Den franske fotografen Fabrice Milochau har vært på besøk i Hemnes i august måned de tre siste årene, og har tatt flere tusen bilder av noe av det mest spennende som har skjedd i kommunen disse årene. Han var med på Rabothytteåpninga i 2014 og har siden vært flere ganger i Okstindan. Han var med flere dager under Klemetspelet i 2015 og han deltok begge dagene da Arctic Race of Norway gikk gjennom Hemnes. I tillegg har han vært med på Hemnesjazz et par år og han har besøkt festivaler, gårder, bedrifter, bygdene og fjellene våre. I år tok han også detaljerte bilder av det nye ordførerkjedet som ble tatt i bruk for første gang under Arctic Race of Norway.  I samarbeid med Fabrice Milochau har kommunen laget en 96 siders bok som presenterer Hemnes gjennom fokus på de tre store «happeningene» i 2014, 2015 og 2016 (Rabothytta, Klemetspelet og Arctic Race), samt at kommunen er presentert i ord og bilder ut fra temaene i det nye ordførerkjedet. Kjedet er laget av den lokale gullsmeden Merete Mattson og illustrerer 10 tema som er mer eller mindre unike for Hemnes. Boka har både norske og engelske tekster.  Boka vil bli brukt av kommunen som gave, og den vil også bli lagt ut for salg til tilnærmet kostpris. For at kommunens barn og ungdom skal lære om, og bli stolt av, sitt eget nærmiljø, blir det også kjøpt bøker som skal være tilgjengelige i barnehagene og skolene i kommunen. Boka vil også bli lagt ut på alle avdelingene på kommunen, på de to aldersheimene i kommunen, samt på venteværelsene hos kommunens leger, tannleger, helsesøstre, på Flyktningeskolen og på de fire DNT-hyttene. Totalt 114 bøker istedenfor 100, siden den ble litt rimeligere enn opprinnelig antatt. I tillegg til denne boka, lager Fabrice Milochau en egen praktbok med bilder fra Hemnes som blir til salgs internasjonalt via Internet.   Det er brukt 30.457 kr. av Bolystmidlene til de ovennevnte tiltakene.  Boka blir oversendt KMD i.l.a desember.  Hemnesbrosjyre:  En 14 siders profilbrosjyre med fokus på det særegne i kommunen, rettet mot nye innbyggere og tilreisende, ble produsert i juni 2016, både på norsk og engelsk. Den nye profilen er brukt i brosjyren, og bildene som er brukt, er bilder tatt i forbindelse med Okstindan natur- og kulturpark prosjektet av den franske fotografen Fabrice Milochau. Brosjyren brukes i Velkomstpakkene, og blir også distribuert bredt hos alle servicebedriftene i kommunen, på nærliggende by-hotell og ved alle turistinformasjonene på Helgeland, inkludert vår egen turistinformasjon, som også i år var lagt til den lokale Statoil-stasjonen ved E6. Brosjyren var også tilgjengelig under Arctic Race of Norway, og ble brukt i forbindelse med at en delegasjon fra Hemnes deltok på Europarc-konferansen i Sveits i oktober 2016. Den vil også bli delt ut under den nordiske finalen i Lego League, der Korgen Sentralskole deltar.  Totale produksjonsutgifter til brosjyren på engelsk og norsk i 2016 er  kr. 41.200,- og kr. 14.350,- av Bolystmidlene er brukt til dette tiltaket.  **2) Velkomstpakken** Det ble i begynnelsen av 2015 opprettet et abonnement hos EVRY for å få tilsendt månedlige lister med kontaktinformasjon for nytilflyttere til Hemnes kommune. Det var en del problemer med listene hos EVRY og Skatt Nord, og vi kom ikke helt i rute før i juni 2015. Da ble det sendt ut Velkomstbrev til alle som var nyinflyttere siden januar. Siden har vi fått oppdaterte datalister og sendt Velkomstbrev til nyinnflyttere hver måned. Velkomstbrevet blir lagt i en profilfolder sammen med den kommunale brosjyren og siste nummer av lokalavisa. Fram til og med august 2016 ble det også lagt med en Hemnes-cd, men denne er ikke lenger tilgjengelig. Velkomstbrevet er oversatt til engelsk, slik at vi kan sende både engelsk brev og engelsk brosjyre til innflyttere som kommer fra utlandet. Det er hittil i 2016 sendt ut Velkomstpakker til 161 husstander.  Profilmappen brukes også for å gi en Velkomstpakke til nyansatte i kommunen. Vi kommer til å videreføre dette tiltaket også etter endt prosjektperiode.  Websiden [www.visit.hemnes.kommune.no](http://www.visit.hemnes.kommune.no) skulle blitt oppgradert med ny profil, og med et utvidet menyvalg i tråd med tankene bak «Velkomstpakken», slik at den ikke har like stort «turistfokus» som i dag. Det skulle også vært opprettet en engelsk versjon av siden, men selv om noen tekster allerede er oversatt, har det ikke vært kapasitet til å jobbe med dette i år. Vi vil fortløpende jobbe med å videreutvikle denne siden. Tanken er at denne siden etter hvert skal være bare Bolystrettet, mens Okstindan natur- og kulturpark etter hvert skal opprette en webside som skal møte behovet hos de besøkende.  Totalt kr. 10.641,66 er belastet Bolystprosjektet i forbindelse med Velkomstpakken og Websiden i år-  **3) Ambassadørskole**  Det ble dessverre ikke tid til å avvikle vertskapskurs i vår pga. hektisk møtevirksomhet og planlegging på alle kanter i.f.m. Arctic Race, så vi har valgt å utsette vertskapskurset og ta det på egen regning senere.  Det er avviklet en Bli-kjent-tur i hele kommunen for nye bosatte innvandrere og flyktninger i samarbeid med Hemnes Voksenopplæring og Bjerka Statlige Mottak. 40 personer deltok på denne heldagsturen. Se egen rapport vedlagt. Bidrag fra Bolystmidler til denne turen er på kr. 9348,-  Kommunen hadde også sommeren 2016 et samarbeid om Turistinformasjon med Statoil/Circle K i Korgen, og hadde turistverter (lokal ungdom) der i perioden 02. juli – 15. august. Dette prosjektet finansieres over kommunens egne budsjett, og er med på å heve bevisstheten og stoltheten over hva vi har å by på. Turistvertene må gjennomgå opplæring og skulle ha vært med på Verskapskurs og Bli-kjent tur, men dette ble i år organisert på individuell basis kun for de to turistvertene.  Turistinformasjonen, sammen med profilbrosjyren for 2016 med high-lights fra kommunen og signaturen «Hemnes - skaperglede mellom smul sjø og evig snø», websiden [www.visit.hemnes.kommune.no](http://www.visit.hemnes.kommune.no) og den nye Hemnesboka er med på å skape en bevissthet hos lokalbefolkningen om at vi faktisk har noe å være stolte av og vise fram.    **4) Internasjonale Temakvelder**  I 2015 ble det opprettet et Flyktningemottak på Bjerka og det har siden den gang vært +/- 50 enslige mindreårige gutter på dette mottaket. 10 flyktninger ble bosatt i kommunen i.l.a. 2015 og det bosettes nå i november og desember 2016 ytterligere 15 personer. Fra før var det bosatt 20 flyktninger i kommunen.  Den tredje Internasjonale Bygdekvelden ble avholdt i Aulaen på Hemnesberget den 25. oktober.  Fokuset på kvelden var å bli kjent med hverandre og gjøre våre nye sambygdinger kjent med norsk mat og muligheten for å bruke fjorden som spiskammer.  Noen dager før Bygdekvelden ble det arrangert fisketur for innvandrerne med den hemnesbygde fiskeskøyta Remi Ketil.  Deltagerne ble meldt inn i andelslaget til Remi Ketil hvor midlene brukes av frivillige til videre restaurering av båten. Deltagerne er nå medlemmer for livet og kan være med på flere turer senere.  Det ble kjøpt fiskestenger/fiskeutstyr til deltagerne, som Hemnes Voksenopplæring fikk til odel og eie etterpå.  Sammen med frivillig lokalbefolkning ble det tilberedt fiskesuppe til 70 personer med selvfiska fisk og andre ingredienser dekt av prosjektet. Flyktningmottaket fikk støtte til buss t/r Bjerka - Hemnesberget for sine beboere, og med støtte fra prosjektet, bakte de boller og rundstykker som de hadde med seg på kvelden. Alle innbyggere i Hemnes var invitert og ble oppfordret til å ta med matfat til en stor felles buffet, der rundstykkene og fiskesuppen var en del av buffeten.  Prosjektet betalte for kaffe og saft + nødvendig utstyr.  Ordfører innledet med velkomsttale, og det var underholdning av Hemnes mannskor og Hemnes skolemusikk.  Den Internasjonal Bygdekveld ble annonsert i Avisa Hemnes og avisa hadde i etterkant et oppslag på fisketuren og på selve kvelden. |
| **Vurdering av framdrift i forhold til opprinnelig plan** | Prosjektet ble en del forsinket i forhold til opprinnelig framdriftsplan, og en del aktiviteter er blitt endret. De justeringene som er foretatt er på forhånd avklart med KMD. |
| **Oppnådde resultater**  **Hvor geografisk konsentrert har prosjektet hatt/vil ha effekt?**  (Kryss av) | 1. Helt lokal effekt X 2. Effekten kommer innen flere kommuner i regionen. 3. Effekten kommer i hele fylket 4. Effekten kommer i eget og andre fylker 5. Effekten kommer i eget fylke, samt andre fylker og/eller utenfor Norge X (omdømmemessig) 6. Vet ikke/ikke relevant |
| **Kort beskrivelse av metodikk i prosjektet**  (max 250 ord) | Prosjektleder har vært Bygdeutvikler i Hemnes kommune.  I Omdømmeprosjektet ble det i 2014 leid inn ekstern kompetanse på Omdømmebygging, Harald Espeland fra Tibe PR.  I prosjektet Ambassadørskolen var det i 2014 et samarbeid med Kunnskapsparken Helgeland og Innovasjon Norge for å arrangere Vertskapskurs. Märit Torkelson fra Vertskapet Utvikling ble brukt som kursleder.  I 2015 har vi leid inn foredragsholder i forbindelse med Vertskapssamlingen i juni: Nina Rødahl Friis fra Havblikk Camping/Høyskolen i Nesna.   Internasjonale Temakvelder ble arrangert i samarbeid med Frivilligsentralen, Flyktningetjenesten i NAV og med underholdning fra lokale kulturkrefter.   I forbindelse med brosjyrer og Hemnesbok er det brukt profesjonell fotograf fra Frankrike. |
| **Overføringsverdi** for eksempel til andre lokalsamfunn | Vi håper at noen av tiltakene våre kan inspirere andre lokalsamfunn til å gjøre tilsvarende – og vil gjerne dele våre erfaringer med andre kommuner. |
| **Ekstern kommunikasjon og deltakelse på samlinger med utgangspunkt i prosjektet** | Hvilke samlinger har dere deltatt på i forbindelse med prosjektet?  Bygdeutvikler deltok på Bolystseminaret i regi av Nordland Fylkeskommune den 1. og 2. september 2014 i Saltstraumen.  Både Bygdeutvikler og Ass. Rådmann deltok på Omdømmeskolen høsten 2012/vinteren 2013. Rådmann og Ordfører var også med på en av disse samlingene.   Kommunen jobber også med prosjektet «Okstindan natur- og kulturpark» og har deltatt på flere Parkmøter fra høsten 2013 og fram til nå (Mosjøen, Hamar, Skien, Island, Oslo, Eidsverket). Vi ser at mye av Bolystjobbingen er relevant for Parkjobbingen, og at visjonen «Skaperglede mellom smul sjø og evig snø» er en veldig passende visjon for utviklingen også i parkprosjektet. |
| **Regnskap** (satt opp slik at det kan sammenlignes med budsjettpostene) |  |
| **Hvilke målsettinger i distrikts- og regionalpolitikken hører prosjektet inn under?** (Sett kryss ved svaret, flere svar er mulig) | 1. Stabilisere eller øke befolkningen X 2. Styrke, sikre eller etablere arbeidsplasser X 3. Opprettholde/videreutvikle eksisterende virksomhet eller bidra til nyetableringer X 4. Økt innovasjon eller innovasjonsevne X 5. Økt kompetanse (både realkompetanse og formalkompetanse) for målgruppen X 6. Økt tilgjengelighet (bedre veier, havner, andre transporttiltak og breibånd) 7. Styrke regionale sentra 8. Å gjøre stedet/kommunen/området mer attraktivt som bosted eller lokaliseringssted for bedrifter? X 9. 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) | 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.  Velkomstpakken vil bli gjennomført kontinuerlig, også etter prosjektperioden. Omdømmebygging er en kontinuerlig prosess som vil kjøres videre uavhengig av Bolyst og Parkprosjektet. |