

Frist: 24. april

Sendes til: postmottak@krd.dep.no

Årlig rapport BOLYST

Til: KRD

Fra: Sauda Vekst AS v/ dagleg leiar Inge Løyning

Dato: 24.04.2014

Kommune:	1135 Sauda
Prosjektnavn:	Adresse Sauda – mennesker til muligheter i Sauda.
Prosjektleder:	Espen Thompson, INOSA as
Leder i styringsgruppen:	Inge Løyning, dagleg leiar Sauda Vekst AS.
Kontaktperson i fylkeskommunen:	
Forankring av prosjektet (flere kryss er mulig)	a) Styringsgruppe b) Samarbeid med andre aktører lokalt, regionalt eller nasjonalt
Mål og eventuelle delmål med prosjektet. I hvilken grad har prosjektet nådd eller er prosjektet på vei til å nå sine mål?	<p>«Hovedmål:</p> <ul style="list-style-type: none">• Fleire vil velge adresse i Sauda fordi samfunnet fremstår som et attraktivt og unikt samfunn å leve i - vi får befolkningsvekst.• Rette personer rekrutteres til muligheter i Sauda til rett tid. <p>Delmål:</p> <ul style="list-style-type: none">• Flere tar med seg sin arbeidsplass til Sauda• Flere etablerer sin egen virksomhet for å realisere jobb 1 eller 2.• Adresse Sauda bidrar til nødvendig rekruttering av rett kompetanse• Adresse Sauda bidrar til profilering av muligheter og prospekter i Sauda på en tydelig og god måte.• Adresse Sauda bidrar til rekruttering av 10 eksterne personer til ledige stillinger pr. år• Adresse Sauda bidrar til bedriftsetableringer• Adresse Sauda bidrar til fem avstandsuavhengige arbeidstakere pr. år• Adresse Sauda bidrar til fem pendle-litt arbeidstakere pr. år» <p>Prosjektet er godt forankra i Sauda, både i næringslivet og i kommunen. Bulystprosjektet samarbeider med det regionale omstillingprogrammet og måla er overlappende og støttar opp om kvarandre. Se omstillingplan m.m. på: www.saudaomstilling.no. Bulystprosjektet er godt i grep med måla.</p>

	<p>Prosjektet har allereie bidratt til rekruttering av fagpersonell til verksemder i Sauda. Romjulslaget 2013 (arrangement) samlet 40 lokale verksemder og meir enn 70 gjester til nettverksbygging ved Sauda Fjord Hotell 28. desember 2013. Det har blitt registerert 2-3 tilsettingar og 3-4 heimflyttingar etter dette (det vil seie av deltakarar på laget).</p>
<p>Målgrupper for prosjektet, når prosjektet frem til disse?</p>	<p>Prosjektet har ei brei målgruppe. Me har nådd ei viktig målgruppe gjennom romjulslaget og den kontakten me har med denne gruppa i etterkant. Me er litt forsinka med nettløysinga som er skissert i handlingsplanen, men denne vil sikre betre kontakt med den definerte målgruppa. Me reknar med å lansere denne etter sommaren 2014. Dette gjer også at me er litt forsinka med ein del utgifter. Desse vil komma i siste halvdel av 2014.</p>
<p>Resultat som er oppnådd i form av aktiviteter eller tiltak</p>	<p>Gjennomførte tiltak:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gjennomført nettverkstiltaket «Romjulslaget 2013». - Utarbeidd profil, bodskap og visuelt uttrykk (Sauda 365) www.sauda365.no - Påbegynt arbeidet med materiell for profilering av jobbar, bustader, barnehage og skuletilbod (m.a. skuleomtalar) - Samarbeid med lokale og regionale aktørar: <ul style="list-style-type: none"> o Hovlandsnuten Opp 2014 (Konkurransar, og topp-tur for heile familien, fokus på folkehelse og tur-kultur i Sauda). o Saudadagane 2014 (Aktivitatar for store og små i sentrum av Sauda) o Introduksjonstenesta i Sauda: Saudavert-tiltak (vennskapstiltak) o Ryfylkealliansen: «Profilering av bukvalitetar i Ryfylke» o NAV Sauda: Trivselstiltak for barn og ungdom (tiltak mot barnefattigdom). - Arbeid med nett- og portalløysing godt i gang. - Etablert eit eige rekrutteringsprosjekt med deltakarar som til saman representerer 75% av alle arbeidsplassane i Sauda.
<p>Vurdering av framdrift i forhold til opprinnelig plan</p>	<p>a) Følger opprinnelig plan b) Noe forsinket pga: Treng meir tid til å forma nettløysingane og portalløysingane i handlingsplanen samt å iverksetta tiltak knytta til rekrutteringsarbeidet. Elles er det meste av arbeidet i tråd med plan.</p>
<p>Oppnådde resultater Hvor geografisk konsentrert har prosjektet hatt/vil ha effekt? (Kryss av)</p>	<p>a) Helt lokal effekt b) Effekten kommer innen flere kommune i regionen.</p>

<p>Kort beskrivelse av metodikk i prosjektet (max 250 ord)</p>	<p>I prosjektet er det viktig å forme ei sterk merkevare som aktørar i Sauda kan samla seg bak.</p> <p>Metodikken og strategien i prosjekter er ikkje å erstatte eller ta over arbeidet til nokon, men å forsterke det som allereie finst. Det vil seie at prosjektet styrker initiativ og ressursar som finst frå før slik at desse vert forsterka. Denne metodikken har fått god forankring og viser seg å fungere godt. Det føreset at nokon (samarbeidspartnarar – både enkeltpersonar, frivillige, private og offentlege) har idear og ambisjonar som me kan forsterka gjennom prosjektet.</p> <p>Om merkevara: Sauda 365 er valt fordi kvalitetane til Sauda er det som finst her og det me har og skaper kvar dag. Sauda 365 er eit rameverk som alle kan nytta for å engasjera seg og profilera seg positivt gjennom bulystprosjektet. Det passar for alle – både store og små. Sjå meir på www.sauda365.no</p>																											
<p>Overføringsverdi for eksempel til andre lokalsamfunn</p>	<p>Bulystprosjektet i Sauda har blitt kopla saman med eit tiltak i Ryfylke i regi av Ryfylkealliansen. «Bukvalitetar i Ryfylke» kjem til å spela på ressursane og erfaringane frå bulyst-prosjektet i Sauda.</p>																											
<p>Ekstern kommunikasjon og deltakelse på samlinger med utgangspunkt i prosjektet</p>	<p>Prosjektleiari og prosjektmedarbeidarar har delteke på Ryfylkealliansen sine arrangement i 2013 og 2014. Det er planar om å delta på desse framover. (http://www.ryfylke.no/om-alliansen)</p> <p>Prosjektleiari og leiari av styringsgruppa har delteke på temamøte «Ryfylke etter Ryfast» i regi av Stavangerregionens næringsforening 30.1.14. (http://suldalvekst.no/arrangement/ryfylkekonferansen-ryfylke-etter-ryfast)</p> <p>Leiari av styringsgruppa og representantar frå Sauda har delteke på omdømmeskulen i regi av Distriktssenteret hausten 2013 / vinteren 2014: (http://distriktssenteret.no/2013/10/17/omdommeskule-2013)</p>																											
<p>Regnskap (satt opp slik at det kan sammenlignes med budsjettpostene)</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">Budsjett</th> </tr> <tr> <th></th> <th>Budsjett 2013-2015</th> <th>Regnskap pr. 22.04.2014</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Arrangementsutgifter</td> <td>1.000.000,-</td> <td>166.200</td> </tr> <tr> <td>Kompetanseheving</td> <td>200.000,-</td> <td>10.000</td> </tr> <tr> <td>Utvikle prospekt med Adresse Sauda</td> <td>600.000,-</td> <td>144.000</td> </tr> <tr> <td>Prosjektledelse</td> <td>1.100.000,-</td> <td>322.000</td> </tr> <tr> <td>Reise- og transportutgifter</td> <td>150.000,-</td> <td>1.200</td> </tr> <tr> <td>Utvikle nett-portal Adresse Sauda</td> <td>250.000,-</td> <td>57.200</td> </tr> <tr> <td>Sum kostnader</td> <td>3.300.000,-</td> <td>700.600,-</td> </tr> </tbody> </table>	Budsjett				Budsjett 2013-2015	Regnskap pr. 22.04.2014	Arrangementsutgifter	1.000.000,-	166.200	Kompetanseheving	200.000,-	10.000	Utvikle prospekt med Adresse Sauda	600.000,-	144.000	Prosjektledelse	1.100.000,-	322.000	Reise- og transportutgifter	150.000,-	1.200	Utvikle nett-portal Adresse Sauda	250.000,-	57.200	Sum kostnader	3.300.000,-	700.600,-
Budsjett																												
	Budsjett 2013-2015	Regnskap pr. 22.04.2014																										
Arrangementsutgifter	1.000.000,-	166.200																										
Kompetanseheving	200.000,-	10.000																										
Utvikle prospekt med Adresse Sauda	600.000,-	144.000																										
Prosjektledelse	1.100.000,-	322.000																										
Reise- og transportutgifter	150.000,-	1.200																										
Utvikle nett-portal Adresse Sauda	250.000,-	57.200																										
Sum kostnader	3.300.000,-	700.600,-																										

<p>Hvilke målsettinger i distrikts- og regionalpolitikken hører prosjektet inn under? (Sett kryss ved svaret, flere svar er mulig)</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Stabilisere eller øke befolkningen b) Styrke, sikre eller etablere arbeidsplasser c) Opprettholde/videreutvikle eksisterende virksomhet eller bidra til nyetableringer d) Styrke regionale sentra e) Å gjøre stedet/kommunen/området mer attraktivt som bosted eller lokaliseringssted for bedrifter? f) Å gjøre stedet/kommunen/området mer attraktivt som reisemål?
<p>Gi en kort omtale av hvordan arbeidet er tenkt videreført etter prosjektets slutt (maks 250 ord)</p>	<p>Sauda Vekst AS har arbeidd med rekrutterings- og omdømmearbeid sidan 2007. Selskapet har og vil og i ettertid ha fokus på dette.</p> <p>Saud Vekst AS er prosjekteigar. Saman med partnerane Sauda kommune, Sauda vidaregåande skule, Eramet Norway, Weldone, og NAV Sauda vil det bli forma ein arbeidsmåte som gjer det mogleg og halda fram med fleire av prosjektaktivitetane. Sauda Vekst AS vil og ta ansvar for at nettsider og portalløysingar vert drive vidare, enten sjølve eller i samarbeid med andre (for eksempel Sauda kommune).</p> <p>Det vil også bli lagt opp til at fleire verksemder og partnarar kan bli med i det vidare arbeid med Sauda 365, til dømes gjennom eigeninnsats eller ved å bruka profileringsmateriellet som er utvikla for Sauda 365. Det vil gi grunnlag for å driva særleg rekrutterings- og identitetsarbeidet vidare.</p>