

KLUNK

(Visit Svartådalen och kluster för Natur- och Kulturturism)



Bussturen "Svartåturen" skapades av projektet och lever nu vidare med egen ekonomi.

Projektägare:	Svartådalens Bygdeutveckling, ekonomisk förening
Projektledare:	Camilla Örnberg, Titti Norling
Kommun:	Sala
Dnr:	25
Jnr:	2009-813
Projektid:	2008-11-10 – 2014-03-31

Beviljade stödmedel:	1 342 482 kr	Använda stödmedel:	1 307 861 kr
-----------------------------	--------------	---------------------------	--------------

Totalt använda resurser i projektet:	2 435 043 kr
---------------------------------------------	--------------

"Företagare och föreningar ser varandra som hjälp och stöttning istället för som tidigare, konkurrenter. Håller inte lika hårt på sitt, kan dela med sig av information och gör gemensamma arrangemang."

Camilla Örnberg, projektledare
Titti Norling, projektledare

Verksamhet enligt projektplanen

BAKGRUND

Under de senaste åren har Svartådalens bygdeutveckling, Sala Silvergruva och Sätra brunn var för sig gjort insatser för att utveckla sina respektive verksamheter. Inom Svartådalens bygdeutveckling har hittills fokus i första hand legat på att utveckla områdets infrastruktur. Jämsides har aktiviteter och entreprenörskap utvecklats. Flera av entreprenörerna är nu redo att påbörja ett bredare samarbete för att nå en större kundkrets. En förstudie har genomförts under 2008 och ett affärsnätverk för turism har bildats.

SYFTE

- att utveckla en affärsmässig organisation för Svartådalens entreprenörer som kan ingå i klustret
- att bilda ett kluster för samverkan mellan Svartådalen, Sätra brunn och Sala Silvergruva
- att skapa grunden för säljstöd för Svartådalens entreprenörer
- att mobilisera bygden för en ökad hållbar turism
- att stimulera utvecklade verksamhetsområden t.ex. alternativa boendeformer
- att utveckla en hållbar infrastruktur avseende transporter
- att öka antalet certifierade besöksmål enligt idag etablerade kvalitetsmärken
- att öka exportmognaden för dem som känner sig redo

MÅLGRUPP

- Etablerade entreprenörer inom Svartådalen
- Nya och blivande entreprenörer inom Svartådalen
- Aktörer intresserade av att ingå i klustersamverkan
- Boende i bygden

VERKSAMHETER

- Framtagande av affärsplan
- Klusterbildning
- Hemsida med säljstöd
- Mobilisering av bygden
- Utvecklingsbehov inom identifierade områden
- Utveckling av miljövänliga transportlösningar
- Utbildning

PROJEKTAVGRÄNSNINGAR

I projektet ingår inte

- investeringen av licens för bokningsfunktionen
- marknadsföring av enskilda företag
- kostnader för utbildningar som enskilda entreprenörer väljer att genomgå för egen del



Projektets kommentarer om eventuella skillnader mellan planerad och genomförd verksamhet

Destinationstanken har tagits bort eftersom det inte finns ekonomisk bärighet i den. Majoriteten av områdets entreprenörer är mycket små och har inte ekonomiskt utrymme att kunna finansiera en administrativ organisation kring en destination. Om en sådan ska kunna bildas behöver även den kommunala turismfunktionen ingå. Dock är målet delvis uppfyllt då projektledaren Titti Norling även arbetar som Sala kommuns turismstrateg och därför genom den nyinrättade funktionen med branschråd för turismnäringen lyfter Svartådalens turismstrategiska frågor till ett beslutande plan.

Samverkan mellan Svartådalen, Sätra Brunn och Sala Silvergruva har upprättats genom gemensam marknadsföring i olika sammanhang, förmedlande av kunder och paketlösningar.

Ursprungstanken att bilda kluster med Sätra Brunn och Sala Silvergruva har vidareutvecklats till att omfatta företagare utefter hela Svartåns sträckning.



Sammanfattning av svar i utvärderingen

Uppgiftslämnare: Camilla Örnberg och Titti Norling

Första kontakten med Leader

Färnbo Byalag engagerade sig i bygdeutveckling i lite vidare kretsar och fick genom Länsbygderådet i Västmanland vetskap och info. om ett tänkt LEADER+ område där delar av Sala kommun skulle ingå. Efter kontakt med LAG för att framföra intresse att tillhöra området Nedre Dalälven fick man efter en tid positivt besked. Svartådalens Bygdeutveckling ek. för. bildades och första leaderprojektet drevs 2001.

Leader som metod

Upplever att metoden att engagera flera delar i samhället ger en bred förankring. Bygdens engagemang genom olika aktiviteter och ideellt arbete i kombination med att både kommun och näringsliv är med från början i projektarbetet ger en bredd och starkare grund, vilket man tror ger större chanser till att arbetet lever vidare. Upplever en svårighet i rekvisitionsarbetet. Långa ledtider, mycket pappersarbete och sena utbetalningar. Menar att den administrativa byråkratin gör att projektarbetet går på knäna, att mycket av den tid som skulle kunna satsats på aktiviteter i projektet går till pappersarbete. Ser också ett problem i att projekten ligger ute med pengar under så lång tid.

Leaders betydelse för projektet

Tror inte att projektet skulle ha blivit av utan Leader.

Genomförande

Tycker att projektet blev lyckat. Uppger att vissa förändringar har gjorts från den ursprungliga projektidén (se föregående sida och nedan).

Grunden för säljstöd för Svartådalens entreprenörer finns genom Visit Svartådalen. Att mobilisera bygden för ökad hållbar turism har uppnåtts genom utvecklande av guider, samverkan mellan olika föreningar och grupper och fokus på naturvärdena i området.

Stimulering av outvecklade verksamhetsområden. Genom projektet har bland annat boende i lada utvecklats, bussguidningar, släktforskningsgrupper och historiska guider.

Hållbar infrastruktur avseende transporter, har inte etablerats. Däremot ses möjligheter efter projektet att sätta upp laddstolpar strategiskt för att öka möjligheter till elbilsanvändning.

Att öka antalet certifierade besöksmål enligt idag etablerade kvalitetsmärken. Flera boendeaktörer har bl.a. genomgått Naturens Bästa certifiering.

Att öka exportmognaden för dem som känner sig redo. Projektet har i samarbete med VKL stimulerat till att aktörer skall följa VKL:s riktlinjer för exportmognad.

Ett flertal utbildningar har genomförts i projektet inom guideområdet, släktforskning, att skapa paket och att prissätta korrekt.



Innovation

Tycker att projektet blev innovativt. I arbetet för att göra området tillgängligt för besökare hittades flaskhalsar som t.ex. svårigheter med öppettider och tillgänglighet. Här har nya kontaktvägar hittats.

Samverkan och nätverkande

Samverkan mellan olika föreningar i området upprättades för att samlas kring gemensamma aktiviteter och erbjudanden, som marknader, sportaktiviteter, ”Kom till gården” m.m. Samarbete med Skultuna Företagarförening och Norbergs turism för att knyta ihop hela Svartån med alla dess aktörer ledde till samverkansprojektet UPPIS. Guideföreningen Västmannaguides etablerande.

Ökad affärsmässighet

Projektet har bidragit till ökade affärsmässiga tjänster. Bussturen ”Svartåturen” har kommit till under projektet. Föreningen ”Västmannaguide” har bildats, med medlemmar från Sala och Norberg. Nya boendeaktörer med bland annat ladboende. Boende och aktiviteter för funktionsnedsatta har etablerats.

Långsiktighet

Bussturen ”Svartåturen” inom Västmannaguide och evenemanget ”Kom till gården” lever vidare med egen ekonomi. ”Västmannaguide” som förening och de nya boendeanläggningarna lever vidare på egen hand.

Ett Bygdecenter har förenat olika grupper kring arrangemang. Julmarknad 2013 och vårmaknad 2014 hölls i samarbete mellan Svartådalens Bygdeutveckling, Västerfärnebo Byalag, Västerfärnebo Hembygdsförening, Kyrkan och Handelsboden. Nya boendeanläggningar har tillkommit utefter Svartådalen.

Framtidsutsikter för projektet

Det närmaste året ska Visit Svartådalen utvecklas med sin hemsida i samarbete med UPPIS och nätverk utefter Svartådalen. På sikt är förhoppningen att Visit Svartådalen lever kvar och har förstärkts.

Spridning

Upplever att vetskapen om projektet är god i närområdet. Genom evenemanget ”Kom till Gården” finns det en viss kunskap om projektet även utanför närområdet. Projektet har förekommit i media vid flertalet tillfällen, både enskilda anläggningar och projektet. Intervju i radio vid projektets start. Vid evenemang skickar man ut pressrelease från projektet och man har spridit information via broschyrer, hemsida, deltagande på mässor och personliga besök. Projektet har blivit inbjudna till olika organisationer för att berätta om sin verksamhet.

Attitydförändring

Upplever att projektet har bidragit till attitydförändring i och med att högstadieläverna fick genomföra en tävling som gick ut på att göra en film om bygden. Detta genomfördes i samarbete med VKL Turism och Film i Västmanland. Resultatet blev att ungdomarna fick en större kunskap och en annan syn på sin hembygd.



Försörjningsmöjligheter

Uppger att projektet har bidragit till försörjningsmöjligheter genom att det skapats nya boenden. Ett företag har startat inom guide och ekonomi. En guideutbildning har hållits vilket bidragit till att fler guider idag kan visa trakten och ta betalt för detta.

Koppling till andra projekt

KLUNK är en bidragande orsak till att UPPIS startade, detta projekt drivs i leaderområdena Norra Mälarstranden och Bergslagen. Projektet "Bo i Svartådalen" startade upp "Kom till Gården", som resulterade i ett ur besöksnäringens synvinkel intressant evenemang.

Leaderprojekt

Kan tänka sig att driva leaderprojekt igen, men tycker att en förenkling av rekvisition och administration för projekten behövs. Önskar snabbare utbetalning av pengar vid rekvisition. Menar att med den långa handläggningstid som varit har likviditeten blivit en bromsande faktor.

Uppnådda huvudmål och delmål, kvantitativa

Nya försörjningsmöjligheter , uttryckta som helårsarbeten	1,5
Antal personer som fått del av nya försörjningsmöjligheter	6
Bevarade försörjningsmöjligheter , uttryckta som helårsarbeten	0,5
Antal personer som fått del av bevarade försörjningsmöjligheter	2
Nystartade företag	4
Bevarade företag	2
Antal nya nätverk	4

Nya eller förstärkta varumärken:

"Västmannaguide", "Visit Svartådalen", "Svartåturen", "Fallängetorp för få och folk" och "Skinnarbo gård" är nya varumärken. "Svartådalen" förstärkt varumärke.

Efterlämnade fysiska resurser:

Uppdaterad ledkarta. Förnyad hemsida www.svartadalen.nu med egen avdelning för Visit Svartådalen. Visit Svartådalen. Västmannaguide. Behovsanalys bland Svartådalens företagare. Register på boenden, aktiviteter, evenemang och sevärdheter i Svartådalen. Anslagstavla. 2-minuters reklamfilmer för Svartådalen gjorda i tävling av högstadiel elever.

Uppnådda mål, kvalitativa

Affärsmässighet/ Entreprenöranda:	<i>Viss förbättring</i>
Exempel:	Flera som tidigare haft sådana tankar, har tack vare projektet vågat ta steget att bli egna företagare. Det entreprenöriella tänkandet har ökat. Mer nytänkande, t.ex. Konsert i kohagen.

Samarbetsklimat:	<i>Stor förbättring</i>
Exempel:	Företagare och föreningar ser varandra som hjälp och stöttning istället för som tidigare, konkurrenter. Håller inte lika hårt på sitt och kan dela med sig av information. Gör gemensamma arrangemang.

Jämställdhet:	<i>Viss förbättring</i>
Exempel:	Arbetet med besöksnäringen ger möjlighet för kvinnligt företagande.