Resultatpresentasjon parkverksted 18. og 19. Juni 2013
Forprosjekt –«Vefsna regionalpark»

TIRSDAG 18. JUNI	ONSDAG 19. JUNI
0930 Åpning - Hvorfor samles nå? Hvordan jobbe? - Hvem er vi? Hva forventer vi?	0900 Tilbakeblikk og organisering
1045 HVA ER EN REGIONALPARK? Hva "kan" en regionalpark (ikke)?	0930 HVORDAN KAN VI ... BE SOM REGIONA... ppgavene? ... lse..... ... lag til løsninger) ... arbeid og caférunder
1100 ERFARINGER FRA PARKARBEID og – organisering andre steder	
1145 Hva lurer vi på nå?	
1200 Lunsj	1200 Lunsj
1245 Svar ...	1245 Presentasjon av forslagene
1315 Hva ...	1430 Oppstart av parkplanlegging på aktuelle tema/tiltak
1400 Hvorfor vi har blitt med i dette?	1530 Kort plenumspresentasjon av 1 skritt
1430 HVA SKAL VEFSNA REGIONALPARK VÆRE? Oppgaver = ...? Rolle = ...?	1550 Avslutning – Hva skjer videre?
1600 Strek er satt for i dag	1600 Strek er satt

Skal vi planlegge videre
- eller skal vi snakke litt om mobilisering?

Asle Farner – Strategi og samspill

33

Prosessleder Asle Farner ledet prosessen i de to dagene

Telemarkskanalene ved Per Espeli bidro med sin parkkompetanse

Mål for dagen-informere/drøfte:

-Hva er regionalpark, hvorfor her?

-eksempler på hva og hvordan

Hva skal regionalpark være for oss?

Eksempler på hva vi allerede gjør som kan inngå…

-konkrete innspill til Vefsna regionalpark

-hvordan kan vi arbeide?

Jobbet i grupper i 1 og en halv dag med å avklare:

-hva man håper og frykter ved parkjobbing

- interesse for park

- eventuelt innhold i park, hva skal man samarbeide om og hva bør man ikke jobbe med i park

-hvordan arbeodet kan organiseres og

-hvordan man kan fremme eller motarbeide park

-fikk foredrag fra Telemarkskanalen ved Per Espeli og Telemarkskanalen og om rydding langs Telemarkskanalen.

Her var det anledning til å stille avklarende spørsmål:

Det ble stilt en del spørsmål om organisering.

-Hvordan finansiere fellesgoder

-Er det lettere å få gjennomslag for slik finansiering hos myndighetene med parkorganisering

-hvor mange ansatte er det i Telemarkskanalen

-hvem må ville for å få til park?: politikere, admi og næringsliv

-Hvortdan få med bedrifter og frivillige organisasjoner? Hvordan er forankringen?

-Beskriv forholdet mellom offentlig forvaltning og grunneiere

-vurderes det om næring som tjener på kanal skal bidra til vedlikehol?

-

GRUPPEARBEID:

PRESENTASJON OG AVKLARING AV HÅP-FRYKT med «Vefsna regionalpark»

Deltagerne ble delt inn i grupper. Presentasjonsrunde ved bordene:

-Hvem er jeg?

-Mine forventninger: jeg håper at…. Og jeg frykter at:

-Felles for oss ved dette bordet….

-Vår felles forventning….. Presentasjon i plenum

Frykt:

"På toppen av" arbeidet man har fra før, og at det blir en ekstrabelastning. At park kan føre til byråkrati og ikke drahjelp…. Det fryktes at arbeidet skal koke bort i kålen og bli resultatløst. Det er frykt for at kostnader ikke står i forhold til nytten. Ekstra byråkrati og ikke ekstra drahjelp

Håp:
Det er håp om at man skal satse på særpreget i området og at man skal se felles muligheter. Det er håp om at man kan utvikle samarbeid og at det er langsiktig og forpliktende samarbeid basert på konkrete ressurser, og føre til handling og tiltak. Det vil være viktig meg god organisering av en eventuell organisasjon, der samordning er et hovedpoeng. Det er håp om at man skal få til noe. Kanskje arealplanlegging kan være felles og markedsføring av området. Vi må være fryktløse

INFORMASJON OG SPØRSMÅL TIL TELEMARKSKANALEN:
Orientering om hvordan park er ivaretatt i Telemark, med anledning til å stille avklarende spørsmål.

OPPGAVE 1- HVA SKAL VEFSNA REGIONALPARK VÆRE?

Oppgaver=? Rolle=?

-Dette bør en regionalpark holde på med…..

-Dette bør vi drive på med på en annen måte….

(Arbeidsmetodikk:

-Individuelle tenkning, post-it lapper(røde/gule lapper)

-runde med presentasjon i gruppa, alle presenterer og momenter noteres på storark, marked det viktigste, overblikk i plenum

Det man ønsker at en park skal jobbe med:

Bygdeutvikling og mobilisering:
En park kan være en motor i samfunnsutviklingen. Arbeid med tilflytting og bolystarbeid er viktig(X)
Viktig å støtte opp om aktivitet i bygdelag(markedsføring, søknader,…)
Diverse:
Det skal jobbes med næringsgrunnlaget, deriblant fisk og scene/location

Nettverk:
Det er viktig å bruke hverandre i kommunene og bygge nettverk også ellers mellom bedrifter, lag/foreninger og Institusjoner

Finansiering:

En park kan jobbe med søknader om midler fra ulike instanser. En park kan ha oversikt over finansieringsinstanser og gi råd om hvor man kan søke om midler til prosjekter, tiltak.

Forvaltning:
Det kan jobbes med enkelte deler av arealplanleggingen

Identitet generelt:
Det kan jobbes med å skape og fremme identitet (identitetsbygging), fellesskap, stolthet over egen region både i skole og ellers, lokal forankring, info om området. Fremme særtrekk ved regionen med landskap, tradisjoner m.m.
Holdningsskapende arbeid, spesielt for barn/unge(felles ungdomsråd???)
Felles krigshistorie. Behov for å sette kommunenes særkjennetegn inn i en regional sammenheng. Det er behov for å utvikle opplegg for skolene innen naturkunnskap, museum og historie, samt kultur. Formidling av verdier og kultur er viktig. Her er samhandling og erfaringsutveksling viktig.
Det er behov for å øke lokalkunnskapen hos bedrifter og befolkningen, samhandling om alt dette.
Det må jobbes med omdømme og gode fellesnevnere innen natur, kultur og historie

Identitet konkret:
Ta vare på elvebåttradisjonen.

Identitet konkret barn/unge:
Det kan lages en krigshistorieplanfor skolene a la skolen i Grane.
Holdningsskapende arbeid, spesielt for barn/unge(felles ungdomsråd???)
Erfaringsutveksling og deling av resultat er viktig og arbeidsbesparende

Kompetanse:
Viktig å samle, bygge og beholde kompetanse om området innen ulike tema(friluftsliv)og samordne dette. Opplegg for kunnskapsformidling

Kompetanse konkret:
Kurs i vertskap, samarbeide med Helgeland Reiseliv

Landskapspleie:
Rydding av skog(i samråd med en arealplan), Starte enkle og synlige tiltak med rydding av skog langs enkelte vann og vassdrag, med vekt på siktrydding og utkikkspunkt. Det må jobbes aktivt mot skogeiere for å få til rydding langs elva.
Tilrettelegging for turstier.

Landskapsleie konkret:
Få i gang siktrydding langs Svenningdalselva og synligjøre Vefsna fra E6.(Dette gjelder egentlig for hele området).

Markedsføring:
Felles og helhetlig markedsføring, og felles infosider på nett og brosjyrer. Felles portal
Markedsføring av parkområdet generelt(regionalpark)
Intern og ekstern markedsføring(egen befolkning og utad)
Jobbe med felles markedsføring av hele områdets tilbud og arrangement/reisemålsutvikling og merkevare, destinationsutvikling
Markedsføre turmuligheter, små bedrifter,… felles
Felles turistinformasjon for Vefsnaregionen

Markedsføring konkret:
Markedsføre fiskeressursene om sommeren og vinteren, fiskeplasser og elvestier
Markedsføring av lokale ressurser som rafting og padlingsmuligheter(dette er ikke tilrettelagt ennå) og matretter av innlandsfisk.
Markedsføre «spissede tiltak» som er fantasifulle og lette å markedsføre

Næringsutvikling:
Tilrettelegg for næring Regionalpark kan samhandle om naturbasert og kulturbasert næring. En park kan gi en oversikt over og gi råd om behov for ulike tiltak(overnatting, bespisning, matprod) og anbefale aktiviteter(ha oversikt over hvem som gjør hva), og være en motor og støtte i opplevelsesbasert reiseliv og for småskala reiselivsutøvere. Døråpner mot byråkrati og forvaltning og gi drahjelp.
Skaffe penger til gode fellesprosjekt og lette tilgang til gode enkeltprosjekt. Ha kompetanse på å skaffe eksterne midler
Hjelpe grundere med søknader og regnskap
Småskala vannkraft i sidevassdrag, utrede mulighetene.
Utvikle tilbud i samarbeid med aktører

Organisatoriske forhold:
Felles Identitet/Lim for regionen kan effektivisere forvaltningen. Samarbveid om felles utfordringer. Være brobygger.
Kontaktorgan for interregionalt og nasjonalt samarbeid
Finne felles mål og bygge nettverk for å arbeide mot felles mål.
Være et skjæringspunkt mellom næringsliv, reiseliv, skole/læring og landbruk
Være et overbyggende organ. Sørge for kontinuitet i prosjekter. Være mulighetskoordinator.
Jobbe for kultur og opplevelsesbasert næring
Samarbeid om finansiering av utviklingsoppgaver
Samordne prosjekter og drive prosjektorganisasjon av ulike tema:
Et samarbeidsorgan for planlegging, organisering av naturbasert næringsutvikling, kommuneovergripende oppgaver som Vefsna, jernbane, E6, snøscooterleder, og problemstillinger som gjelder fler kommuner.
Ha en koordineringsrolle, samle og systematisere, gi råd.
Være en paraply for området, natur: vern og bruk.
Ikke gjennomføre men koordinere prosjekter

Tilrettelegging:
Planlegge og utføre tilrettelegging i «fellesareal», infrastruktur friluftsliv, jakt og fiske
Tilrettelegge langs Vefsna på en estetisk god og samordnet måte(gapahuker, merking, skilting, stier)
Merking av turstier
Koordineringsarbeid. Næring, areal og kultur
Samordne tilretteleggingsarbeid innen friluftsliv, næring og kultur og naturressurser i området
-ivareta regionale kulturminner, inklusive krigshistorie og engelskbruktida, samiske kulturminner

Felles forvaltning, planarbeid? Samkjøre arealplaner og næringsplaner

Organisere tilrettelegging både i planlegging og gjennomføring(friluftsråd)!!
Tilrettelegge for utbedring av turløyper, både eksisterende og nye i regionen

Offentlig logistikk
Rydding skog, salg/markedsføring, nærings og kulturprosjekt,
Organisere alle aktiviteter som tilbys i dag(reiseliv, friluftsliv?)
Avklare forholdet mellom grunneiere/rettighetshavere

Hva bør park ikke gjøre/holde seg unna:

Ikke drive med politikk. Strategier bør lages av politikere først.
Må ikke forhaste seg og ta seg vann over hodet i parksammenheng
Ikke kopiere andre regionalparker, finne eget særpreg
Ikke drive med myndighetsutøvelse og rene forvaltningsoppgaver. Ikke jobbe med konkret forvaltning, f.eks av fiskeressursen.
Ikke jobbe med saker av kun lokal interesse
Ikke bidra til mer byråkrati. Enda en byråkratisk instans.
Ikke oppgaver som f.eks: Forvaltning etter kommuneloven(lovfestet til andre)Saksbehandling, utdeling av midler, "Tunge" oppgaver knyttet til kommunens ansvarsområder, forvaltningsoppgaver som boplikt, motorferdsel i utmark m.v
Ikke drive næringsvirksomhet. Ikke drive med praktisk gjennomføring av fysiske tiltak
Ikke drive med spisset markedsføring og salg
Spisset salg og markedsføring

Oppsummering av oppgaven :
Mobilisering: forankring almen og politisk
-Bli park inne 2014
-park kan organisere eksisterende prosjekter
-det er viktig å få avklart finansiering i prosjektperioden
-utarbeide ferdig handlingsplan
-utarbeide organisasjonsmodell med finansiering
-felles skilt og bygningsprofil

Oppgave 2.

Gruppe A jobbet med : å etablere et sekretariat som kan organisere, samordne, jobbe med finansiering osv:

Finansiering:

-økonomi

-Det bør kartlegges hva man bruker penger på i dag.

Kvalitet:

-Samordne planer for krigsminner, tilrettelegging for skoler og turister

-

Landskapspleie:

-rydding langs vassdraget, plan for landskapsforvaltning, samordning

-rydde skog for «vegsyn», (Fylkesmannen, Vegvesen, Fylkeskommunen)

Mobilisering:

-skape interesse med lokal representant

-Få med lokale og litt store aktører

-Er vi med? Hattfjelldal?

Organisering:

-Kutte ut oppgaver eller samordne?

-Prioritere hva vi skal satse på-økonomi?

-«Rydding» eller oppgavegjennomgang i budsjettprosess, i den enkelte kommune

-kartlegge kommunenes ressursgrunnlag for deltagelse i park

-Kommunelovens § 28, 1 E er en ok organisasjonsform for en park i en startfase(råd fra Telemark)

-Hva skal inn og hvordan, dersom park etableres

-Alle kommuner må med i et sekretariat

-kompetanse i sekretariatet

-størrelse på sekretariatet og hvilke oppgaver man skal jobbe med

-Hva skal kommunene «avgi» (av oppgaver og ressurser)?

-Telemarkskanalen(2012) 2 ansatte+0,25 i hver kommune=til sammen 1,5 fra kommunene

-«ryddeaksjon» : regionaråd, friluftsaråd, Vefsnlaks, Fjelltjenesten,….

Oppsummering i fem punkter fra gruppe A a som jobbet med sekretariat, organisering…..

-(1)«rydde» for å finansiere park

-(2)Gå på for å få statlige midler, også erstatning for gyro

-(3) Handlingsplan behandles i styringsgruppa

-(4)Avklare fordelingsnøkkel på økonomi, mellom kommunene i en organisasjon

-Greit med KL, §28, 1 e

Råd/spørsmål til gruppa:

-koordinere søknader og finansiering

-sikre kvalitet på produkter

-være et ansikt utad, kvalitet

-permanent organisasjon krever motiverte medarbeidere

-engasjement hos medarbeidere og deltagere

-kutte ut organisasjoner eller samordne?

-samordne bygdearrangement

OPPGAVE 2, gruppe B, synliggjøring av Vefsna , landskapspleie,…

Diverse:

-Strengere regler, muligheter for utnyttelse kraft er borte

-Potensiale kraft og økonomi er ikke tilstede

-Inngrep for bruk av vassdraget og tilstøtende områder er vanskeliggjort

-Forskjellige motiv og interesser: privat/offentlig, samhandling/styring

Finansiering:

-kommunale driftstilskudd(års og langtidsbudsjett)

-Andre offentlige støtteordninger: vegvesen, NSB

-grunneiere/rettighetshaver

-eksterne midler landskapspleie

-Hva skal finansieres og hvilke instanser kan søkes?

-Grunneiere?: har de ansvar for noe? Dugnad?-Inntekt grunneiere?

-kommuner/fylke

-Undersøke mulige tilskudds og støtteordninger for offentlig og private

Forvaltning:

-Sjekk alle restriksjoner og begrensninger og alle mulighetene.

-Delta aktivt i prosess med regional plan for Vefsna

-Vernet vassdrag: sjekk lover og regler, hvordan få tillatelse til rydding

-lag en helhetlig plan

-arealplan som legaliserer rydding og søke rette instans for tillatelse til rydding

Landskapspleie:

-vedrørende gjengroing så må det ryddes kontinuerlig og det må velges områder hvor du skal ha innsyn. Plan med hvem, hvor, hvordan og finansiering. Avtale med grunneiere, bruk motorsaga

-plan, la det stå igjen vegetasjon noen steder

-er ressursen utnyttbar. helhetlig Plan for hvor det skal ryddes. Hvor skal det åpnes

-organiserepraktisk arbeid og ansvarliggjøre myndigheter, organisere rydding og vedlikehold

-differensierte hensyn: bilturister, fiske, naturmangfold

-vernet vassdrag: gode godkjente areqalplaner, der alle naturkvaliteter er ivaretatt

-Mulig å tilby hogging for organisasjoner og private?

-Bruk fagfolk og fagfolk fra skogbruksmiljø

-Bruk arbeidsledige, flyktninger til arbeidet sammen med fagmiljøet

-Fagfolk kan gjøre det praktiske arbeidet

-viktig med overordnet langsiktig plan, felles koordinering

-Vedlikehold av anlegg og tilrettelegging, noen må ha ansvaret.

-felles interkommunal plan med avklaringer(fylkesdelplan+arealplanene i 100 meters beltet)

-etablere interkommunal arbeidsgruppe for organisering og prioritering

Mobilisering:

-god informasjon til grunneiere

-få grunneiere og interesserte til å delta.

-ta kontakt, diskuter problemer og utfordringer og mulige fordeler etter rydding

-synliggjøre behov

-Få turistnæringa på lag

-Få frem gode eksempler

Organisering:

-forskjellige motiv og interesser: økonomi, forvaltning, helhetstenkning

-Grunneiere og rettighetshavere: samordning: privat, stat, kommune, Brodkorb, vefsnlaks

-ta grunneiernes innspill på alvor

-Grunneierlag må være ønsket av eierne. Sammenslutning og samkjøring

Tilrettelegging:

-Felles saker: utleie, fiskekort,….

-Grunneiere. Kart(oversikt) over grunneiere, ta kontakt i god tid, ikke overkjør

Utfordring 1: Gjengroing

Utfordring 2: Vernet vassdrag

Utfordring 3: Myndigheter, lover, regler, arealplaner

Utfordring 4: Grunneier

Utfordring 5: Finansiering

Utfordring 6: praktisk gjennomføring

Utfordring 7: Organisering plan

Utfordring 8: Jernbane-veg

Utfordring 9: Vedlikehold

Oppgave 2, C-branding, identitet, markedsføring

A:

-hva er vår felles identitet

-gjenkjennelse, utvikle logo(laks, elv, fjell-vi har en logo), logokonkurranse

-helhet, layout(skilt, infotavler,…)

-utarbeide skiltplan

-kurs i merking og skilting

-finne signalprodukter(mat, kultur,…)

-brosjyre for området m kart over parken med severdigheter, overnatting, opplevelser

-bygge videre på gode, eksisterende produkter(gapahuker, kåter, fiskeplasser)

-tilrettelegging for å ta i bruk området, binde sammen krigshistorie, opplevelser og beskrivelse dette

B:

-skape tilhørighet/stolthet

-B/C opprettholde bygdearrangement og samordne store arrangement(med felles arrangementskalender for store arrangement)

-B/C informere om regionale muligheter, fast avisspalte

-B/C videreutvikle eksisterende undervisningsopplegg for skole og barnehage(lokalt+regionalt). Utvikle nye opplegg

-B/C: sikre fortellerkunst og nedskriving av gamle historier

-B/C: Vefsnas kvaliteter som elv(7 kriterier)

-

C: felles historie, få frem det spesielle

D: Identifisering

E: Markedsføre og få frem natur, kultur og historiske verdier, Vefsna som bindeledd for treforedling

F:Sikre kvalitet i alle ledd

G: ivareta mangfold

OPPGAVE 2, Gruppe D:Komme i gang med markedsføring, markedstiltak, merkevarebygging

Markedsføring:

-Felles markedsføring for Vefsna-regionen med Vefsn, Grane og Hattfjelldal

-Hva skal man markedsføre? Fiske, kultur, aktiviteter sommer/vinter

-Hvordan markedsføre?(standard, «park-stempel»)

Hvor skal man markedsføre?

-samordne gjennom www.vefsna.com

-samordne/samarbeide med eksisterende markedsføringskanaler

Identitet:

Råd til gruppa:

-Også rom for lokal informasjon /lokale hjemmesider

-Viktig å fremheve områdets og Vefsna kvaliteter(branding)

-Felles logo? (identitet)

«Vefsnastempel»=god kvalitet(kvalitet)

-Definere hva som skal være på siden, relevant info(kvalitet)

-fast spalte/anno0nse fra «parken» i lokalavisa(markedsføring), artikler

-kartlegge informasjon om bedrifter

«standard»/kvalitet med eksempel «den gyldne omvei»

-kartlegge informasjon om arrangement(samordning)

-

Advarsel til gruppa:

Hvor mye skal markedsføres? Markedsføring/kvalitet

Skal det settes krav til produktene? (kvalitet)

Arbeidsopplegg for oppgave 3 :

Tiltak 1

Tiltak 2

Målgrupper

Organisering

Fremdrift/tidsramme

Finansiering

Lokalisering/utforming

OPPGAVE 3

Gruppe A: Etablere et sekretariat som kan organisere(samordning, finansiering,..)

Tiltak 1: referat fra verksted-styringsgruppe –« ryddeplan» i kommunen

Tiltak 1: Handlingsplan behandles i styringsgruppe – økonomi, oppgaver(org, Finans)

Tiltak 1:»ryddeplan»(eller sortering av oppgaver) i kommunen(org)

Råd, advarsler og spørsmål til Tiltak 1:

- Kan man leie inn en entusiast for å dra dette arbeidet i kommunen?(mobilisering)

-Ordet ryddeplan må ikke brukes . Kan oppfattes negativt, og at noe/noen har vært unyttig tidligere

- Mangler forankring og ressurser til å «rydde» i vår kommune

-Bra! Men det må skapes felles vilje og forståelse i adm og hos politikere(mobilisering)

-Med mål om at VI VIL!

-Notat viktig for å komme videre/motivasjon

-Hvem skal ha beslutningsmyndighet?

-Hvem skal lese referatet?

-Forankring! I kommuneorganisasjonen, både politisk og administrativt

-«ryddeaksjon», skape behov også, og(forståelse)

Tiltak 2: Kartlegge mulig statlig finansiering og legge en slagplan

Råd, advarsler og spørsmål til Tiltak 2:

-Ansvarliggjøre Statskog som største grunneier i området til aktivt engasjement

-Statskog: fysisk tilrettelegging og økonomisk: strategi

-Statskog: strategi for området fra Statskog

Tiltak 3: Avklare fordelingsnøkkel for lokal finansiering, kommunene

Råd/advarsel og spørsmål til Tiltak 3:

-Viktig! For beslutning etter forprosjekt og for å unngå senere uenighet

Tiltak 4: § 28, 1 e i kommuneloven er en bra start på organisasjonen

Råd/advarsel og spørsmål til Tiltak 4:

-Skape forankring i kommunen(mobilisering)

Oppgave 3

Gruppe B: synliggjøre Vefsna, drive landskapspleie(organisere)

Tiltak 1:

-Finansiering: grunneiere, rettighetshavere og offentlige instanser(Vefsnafondet, Statskog, NFK,…)

-synliggjøre Vefsna: rydding av vegetasjon for å se, bading, fiske, gå

-organisering, plan-oppgave for kommunene

-Gjennomføring: profesjonelle fagfolk, kurs i landskapspleie

-Målgruppe: lokalbefolkning, turister, næring og grunneiere

-Fremdrift: mest mulig klart til 2018

Advarsel, råd og spørsmål T1:

-Viktig å ha alle tillatelser på plass før rydding

-klargjøre ansvar for å ta det første steg

-Få frem noen eksempler før man lager en plan

-Positivt å utarbeide en skjøtselsplan, Bioforsk har kompetansen

-Når skjøtselsplan foreligger er det det enklere for grunneiere å søke shmil midler

-Haster: aktuelle tiltak bygges inn i kommunenes arealplaner

-Bra med langsiktig plan men husk at delmål må gjennomføres underveis

-Tilrettelegging av badeplasser

-kan brukes som opplæringsarena for ungdom, sommerjobber

-Rydding: flyktninger, arbeidstrening. Opplæring i bruk av skog/vedfyring

-Frivillighetgssentral, Hag Vekst: ved, sosialt i ryddearbeid

Oppgave 3,

Gruppe C: drive branding, identitetsutviklings arbeid, skilting, skape grafisk profil

Tiltak 1:

-Utarbeide pedagogiske opplegg for skole og barnehage(identitet)

-Guidekurs(kompetanse)

-Utarbeide presentasjon av elvas historie

- Utarbeide presentasjon/trykksaker krigshistorie

- Utarbeide presentasjon/trykksaker Børgefjell og Losdal/Visten og landskasvernomr

-Opplegg for reiselivet med krigshistorie

-identitet, kunnskap, kompetanse, historie

Tiltak 1: Advarsler, råd, spørsmål:

-Viktig å satse på oppvoksende slekt: skoler og barnehager med opplegg krigshistorie, uteskole,

-Brosjyrere på være lettleste og med gode bilder

Tiltak 2:

-Skiltplan(tilrettelegging)

-Finansiere drift og vedlikehold av skilt

-Fremdrift: høst 2014 ferdigstilt

-involvere kommuneplanleggere, private næringsaktører, grunneiere

-involvere frivillige org, friluftsorg/råd, andre lokale aktører

-involvere Statens Vegvesen, godkjenning og delfinansiering

-arbeide presentasjon/trykksaker

Advarsler, råd, spørsmål til tiltak 2:

-Store infotavler ved alle innganger til Vefsnaområdet

-Skiltpunkt sentralt i alle kommuner, med avstand og retning til attraksjoner

-skilt kan gjerne ha QR-koder

-Skriftlig forpliktende avtaler om langsiktig oppfølging

- Viktig!: Helhetlig og gjenkjennelig profil/utseende for skilting av alle attraksjoner

-OBS!Sammenheng/ oppfølging på skiltplan og vedlikehold/rydding av det som skiltes

Oppgave 3,

Gruppe D: Komme i gang med markedsføring, markedstiltak, merkevarebygging osv

Tiltak 1:

-Nettportal

-Målgruppe: fjern og nærmarked

-www.Vefsna.com

-Etablere en samarbeidsgruppe for aktører: organiseres av sekretariatet

-Fremdrift: snarest og helst i går(innen 1.1.2015)

-Finansiering: egenandel fra aktørene+ «parken»

-Drift av nettside: parksekretariat

Råd, advarsler, spørsmål Tiltak 1:

-Nettportal: vær obs på nye trender i reiselivet i Europa

-Facebook og sosiale medier.

Tiltak 2:

-logo

-Målgruppe: hele regionen

-Organisering: parksekretariat

-fremdrift 2015: logokonkurranse

-Finansiering av utforming: Innovasjon Norge(bruk av design)

Råd, advarsler, spørsmål Tiltak 2:

-kan vi få et virvar av logoer(kommuner, div, prosjekt og arrangement)

-Bruk logo fra Vefsna sportsfiskefestival, større fokus på dager og arrangement

-Velge løsning på nett og samordne eksisterende markedsføring

Endringsanalyse "Hva fremmer eller hemmer.....:

	+	÷
Jeg		
Organisasjon Prosjekt		
Omverden		

1) Hvordan hente ut " + " ?
2) Hvordan overvinne/omgå " ÷ " ?

Asle Farner– Strategi og samspill

36