

Summary

The overall goal of project Gränslös Fiskedestination (Borderless Fishing Destination) is to establish the cross-border sport fishing destination in the geographical area of Dalsland/Årjäng in Sweden and Akershus/Östfold in Norway (also known as the common brand of Fiskeland).

The project has focused on four main activities:

1. The completion of a Norwegian / Swedish joint web-based marketing, sales and booking function for the destination "Fiskeland" under a common brand.
2. The pursuit of an active development of both business and products in order to create a broader and more attractive range of angling products in an expanded geographic area.
3. The work towards common policies and regulations regarding the management and operation of the resource angling waters.
4. The Compilation of a documentation and model for the development of cross-border angling tourism.

Efforts to develop a commercial sales platform that is both regional and cross-border proved to be far more extensive than expected. Since there was no existing system to build upon, which corresponded to the specifications of the project, and because all existing systems were clearly locked within the geographical and administrative boundaries, all work literally had to be started from scratch. Despite these difficulties, it is estimated that the project has developed a sales platform for angling tourism, which is one of the best on the market. The future of the operational service of the sales platform has been secured by an agreement with Dalslands Turist AB and discussions are now being conducted on how to develop and use the sales platform to sell more types of tourism products from the border region. The testing of the system is still being done and the platform is expected to become fully operational sometime in March 2013.

As a part of the business and product development of the project, two different inventories were completed. First, the offering of new base products within the destination was investigated, and, second, the number of foreign tour operators and other actors focused on sport fishing tourism were mapped out.

In connection with the inventory, a quality document regarding cottage accommodation, rental boats and fishing was completed as a support for local tourism businesses and cottage owners / hosts. The work resulted in a new range of base products being added to the product offering. This work resulted in a range of new base products being added to the product offering, and most of the new products were from parts not previously represented within the destination.

Besides trying to establish new and strengthen existing contacts with foreign tour operators, the work with business related media was important. During the project, the destination was

visited by tour operators and news media from several European countries, which resulted in concrete business activities as well as strong media coverage.

Within the framework of the projects, proposals for a joint cross border fish policy were developed and investigations of the natural fish reproduction versus introduction of fish were conducted. What is more, development plans for sport fishing were initiated, and the project managers started up and participated in various collaborative projects related to common resource management and joint fishing rules.

1. Sammanfattning

Här nedan finns en sammanfattande beskrivning av projektet: verksamhet, resultat, erfarenheter och kostnad m.m.

Se även bifogat dokument "Sammandrag av aktiviteter & bilagor".

Projekt Gränslös Fiskedestination har haft en tydlig övergripande målsättning, nämligen "att i alla delar etablera den gränsöverskridande sportfiskedestinationen Fiskeland". I arbetet har ingått fyra huvudsakliga verksamheter:

- Färdigställa en norsk/svensk gemensam webbaserad marknadsförings-, sälj- och bokningsfunktion för destinationen "Fiskeland" under ett gemensamt varumärke.
- Bedriva ett aktivt affärs- och produktutvecklingsarbete i syfte att skapa ett bredare och attraktivare utbud av sportfiskeprodukter i ett utvidgat geografiskt område.
- Arbeta fram gemensamma strategier och regelverk gällande förvaltning och drift av resursen sportfiskevattnen.
- Sammanställa en dokumentation och arbetsmodell för utveckling av gränsregional sportfisketurism.

Arbetet med att utveckla en kommersiell säljplattform som är såväl regions- och landsgränsöverskridande, visade sig vara betydligt mer omfattande än beräknat. Eftersom det inte fanns befintliga system att utgå ifrån som motsvarade de kravspecifikationer som projektet hade, i kombination med det faktum att alla befintliga system var tydligt låsta inom geografiska och administrativa gränser, måste allt arbete bokstavligen starta "från noll". Trots dessa svårigheter är bedömningen att projektet nu tagit fram en säljplattform för sportfisketurism som är en av de absolut bästa på marknaden. Via ett avtal med Dalslands Turist AB (DTAB) har också den framtida driften av säljplattformen säkerställts och diskussioner förs nu om att inom en snar framtid utveckla och använda säljplattformen till fler typer av turistprodukter från gränsregionen. Testkörningar av systemet pågår fortfarande i DTAB:s regi och plattformen beräknas kunna vara i full drift någon gång under mars månad 2013.

Inom ramen för projektets affärs- och produktutvecklingsarbete har två olika inventeringsarbeten genomförts. Dels har utbudet av nya så kallade basprodukter (stuga-båtfiske) inom destinationen undersökts. Dels har det gjorts en ny inventering av utländska researrangörer och liknande aktörer med inriktning på sportfisketurism.

I samband med produktinventeringen togs också ett kvalitetsdokument för stugboende, uthyrningsbåtar och fiske fram som ett utvecklingsstöd för lokala turistföretag och stugägare/vårdskap (bilaga 1). Arbetet har resulterat i att ett stötte antal nya basprodukter har kunnat läggas till produktutbudet. Flertalet av de nya produkterna är också från geografier som inte tidigare varit representerade inom destinationen.

Arbetet i projekt "Gränslös Fiskedestination" har också kontinuerligt dokumenterats och sammanställts i en sammanfattande tiostegs modell för utveckling av gränsregional sportfisketurism (bilaga 6). Det affärs- och produktutvecklingsarbete som bedrivits har i många delar utgått från denna arbetsmodell.

Förutom att försöka etablera nya och förstärka de befintliga kontakterna med utländska researrangörer, har även bearbetningen av branschrelaterad media varit viktigt. Under projekttiden har destination Fiskeland besökts av researrangörer och media från flera europeiska länder vilket resulterat i både konkreta affärer samt massmedial uppmärksamhet.

Inom ramen för Fiskelandsprojekten har tagits fram förslag på gemensam gränsöverskridande fiskepolicy, genomförts utredningar kring naturlig fiskereproduktion kontra inplantering av fisk samt initierat och tagits fram sportfiskeutvecklingsplaner. Projektet har också startat upp och medverkat i olika samarbetsprojekt med inriktningen att samverka kring gemensam resursförvaltning och gemensamma fiskeregler.

2. Projektets bakgrund

Det här avsnittet visar hur projektet uppstått, problembakgrund, huvudmän, finansiering, tidplan m.m.

Projekt "Gränslös Fiskedestination" har på ett mycket tydligt och naturligt sätt varit både en fortsättning och en avslutning på de så kallade Fiskelandsprojekt som bedrivits i Östfold/Akershus och Dalsland åren 2003-2008. Projekten, två större projekt och en förstudie, har varit inriktade på att stegvis, via lokala aktörer, från grunden bygga upp en sportfisketurism i de geografiska områdena kring Dalslands kanals sjösystem och vassdragene i Östfold och Akershus. På norsk sida har Utmarksavdelningen för Akershus og Østfold varit projektägare och huvudman på svensk sida har varit Bengtsfors kommun.

I utgångsläget konstaterades att de stora fiskrika sjösystem som finns på båda sidor av gränsen innebar goda förutsättningar för att utveckla fisketuristiskt företagande och därmed på sikt en attraktiv sportfiskedestination. Fisketurismen ansågs vara en näringsgren som i framtiden hade betydande potential att bidra till ökad sysselsättning och bättre ekonomi i gränsområdet.

I det första Fiskelandsprojektet gjordes bland annat flera grundläggande inventeringsarbeten. Produktinnehåll i form av fiskevatten, stugor, båtar och guider inventerades. Därutöver identifierades ett antal värdskap/entreprenörer/företag med potential att arbeta med fisketurism. Dessa fick sedan ta del av anpassade utbildningar i form av skeppar- och språkutbildningar, samt utbildningar i värdskap och kundvård. Grundinvesteringar i form av bryggor, sjösättningsramper, djupkartor, grundmarkeringar och skyltning genomfördes också. En paketerings- och kvalitetssäkringsprocess startade och kontakter och marknadsföringsinsatser riktade mot i första hand utländska agenter/återförsäljare påbörjades. Arbetena intensifierades och vidareutvecklades sedan i de kommande projekten.

Från 2006 och framåt låg tyngdpunkten i projektarbetena i större utsträckning på affärs- och produktutveckling samt på uppbyggnad av mottagningsfunktioner. Allt fler produkter färdigställdes och såldes på båda sidor gränsen. Inför projektstarten av projekt "Gränslös Fiskedestination" 2008 noterades över 10 000 gästnätter kopplade till stugpaket och andra fiskeprodukter och utvecklingen har fortsatt att vara positiv på båda sidor gränsen. Idag säljs norska och svenska fiskeprodukter av åtta researrangörer i fem länder.

I förstudien "Här nappar det" 2006-2007 skulle också förutsättningarna för att under det gemensamma varumärket "Fiskeland" bygga en gemensam utvecklings-, marknadsförings-, sälj- och bokningsfunktion för den gränsregionala fisketurismen undersökas. Förutom att kraftfullt förbättra destinationens tillgänglighet skulle detta arbete också vara det sista steget för att fullt ut och i alla delar etablera den gemensamma sportfiskedestinationen. Förstudien visade att detta var fullt möjligt och projekt "Gränslös Fiskedestination" startade.

3. Projektbeskrivning, målgrupp, resultat, och resultatindikatorer samt effekter

3.1 Projektbeskrivning:

Här nedan beskrivs de verksamheter/aktiviteter som bedrivits och finansierats inom ramen för projektet.

Inom ramen för projektet skulle **fyra huvudsakliga verksamheter** och aktiviteter genomföras.

Verksamhet/aktivitet 1

Färdigstille en felles norsk/svensk, markeds- salgs- og bokingsfunksjon. Et felles varemerke skal bygges opp.

Färdigställa en norsk/svensk gemensam marknadsförings-, sälj- och bokningsfunktion för destinationen "Fiskeland" under ett gemensamt varumärke.

Arbetet med att skapa av en gemensam norsk/svensk marknadsförings- försäljning- och bokningsfunktion kopplat till det gemensamma varumärket "Fiskeland" startade upp tidigt i projektet. Inledningsvis arbetades det fram olika typer av innehålls-, krav- och funktionsbeskrivningar för säljplattformen. Avstämningar och kontroller gjordes sedan med olika teknikleverantörer och andra aktörer med relevanta kunskaper. Frågeställningar gällande ansvar/drift, juridik, organisationsformer/ägande, verksamhetsbeskrivningar, ekonomi och tidsplaner behandlades. Initialt ansågs följande frågor vara extra viktiga att klargöra:

- Finns befintliga säljplattformslösningar att använda eller bygga vidare på, exempelvis via organisationer såsom Västsvenska Turistrådet, Halden Turism eller liknande aktörer?
- Var ska investeringen landa, det vill säga vem/vilka har möjligheten att driva säljplattformen efter projektets genomförande? Och vilken typ av organisation kan driva säljplattformen utifrån ett konkurrenslagsperspektiv?

Det visade sig att alla de befintliga informations- och bokningssystem som fanns i Västra Götaland, Värmland eller på norsk sida var "stängda" genom administrativa och/eller geografiska gränser. Systemen hade väldigt tydligt byggts upp och finansierats för att fungera inom respektive administrativ och geografisk gräns. Det fanns heller inga befintliga organisationer eller strukturer som kunde äga, driva eller fortsätta att utveckla en kommersiell säljplattform som är såväl regions- som landsgränsöverskridande. Det största problemet här var att den organisation som i framtiden skulle driva den kommersiella säljplattformen måste vara till mer än hälften privatägd för att inte bryta mot konkurrenslagstiftningen.

Sammantaget innebar detta att arbetet med att skapa säljplattformen blev betydligt mer omfattande än beräknat. Även andra saker gjorde att arbetet med säljplattformen drog ut på tiden och att en förlängning av projekttiden blev nödvändig.

Ett slutligt upphandlingsunderlag för säljplattformen färdigställdes under hösten 2010 och upphandlingen genomfördes via Dalslands Turist AB i månadskiftet november/december 2010. Visit Technology Group med säte i Göteborg valdes av projektet som leverantör av säljplattformens teknikdel. Upphandlingen överklagades dock av annan anbudsgivare och Förvaltningsdomstolen i Göteborg beslutade i mars 2011 att upphandlingen måste göras om.

Efter framtagning av nytt upphandlingsmaterial genomfördes en ny upphandling i juni månad 2011. Åter valdes Visit Technology Group som leverantör och upphandlingen vann laga kraft. Först nu kunde arbetet med att färdigställa plattformen starta upp fullt ut.

Samtidigt gjordes också ett avtal med Dalslands Turist AB (DTAB) om den framtida driften av säljplattformen. Sammanfattningsvis innebär avtalet att DTAB efter genomförd upphandling formellt äger säljplattformen och har fullt ansvar för drift och ekonomi under en avtalstid som sträcker sig till 2016-12-31. I driftsansvaret ingår också att före 2013-12-31 skapa en för ändamålet väl fungerande organisation där också nuvarande projektägare ska ha ett deläggande och inflytande.

Trots de förseningar och fördyringar som uppstått i samband med utveckling och upphandling av säljplattformen har arbetet kunnat slutföras på ett bra sätt. Bedömningen är att projektet tagit fram en säljplattform för sportfisketurism som är en av de absolut bästa på marknaden. Besparingar i säljplattformen har dock fått göras eftersom projektekonomin med tiden blev mycket ansträngd, speciellt på svensk sida. Detta eftersom man av olika skäl fick ta merparten av kostnaderna för såväl upphandling som utveckling av säljplattformen. En norsk ansökan om tilläggsmedel gjordes för att kompensera detta, men denna ansökan avslogs.

Verksamhet/aktivitet 2

Et aktivt forretnings- og produktutviklingsarbeide skal utføres der hensikten er å skape et bredere og mer attraktivt tilbud av sportsfiskeprodukter i et større geografisk område enn tidligere.

Bedriva ett aktivt affärs- och produktutvecklingsarbete i syfte att skapa ett bredare och attraktivare utbud av sportfiskeprodukter i ett större geografiskt område än tidigare (norsk sida Östfold och Akershus – svensk sida Dalsland samt Årjängs kommun).

Ett stort produktinventeringsarbete gällande basprodukten (stuga-båt-fiske) har under projekttiden genomförts i hela destinationen Fiskeland. Totalt har 220 fiskeboenden inventerats och kategoriserats. Ett stort antal informationsmöten har i samband med detta hållits med stugägare, fiskevårdsföreningar, turistföretagare och andra intressenter. I samband med produktinventeringen togs också ett kvalitetsdokument för stugboende, uthyrningsbåtar och fiske fram som ett utvecklingsstöd för lokala turistföretag och stugägare/värdskap. Dokumentet behandlar även områdena fiskevård/fiskeguide, fiskepolicyförslag, försäkringar samt värdskap och service (bilaga 1). Arbetet har resulterat i att ett stort antal nya basprodukter har kunnat läggas till det befintliga produktutbudet. Flertalet av produkterna är också från geografier som tidigare inte varit representerade inom destinationen.

I produktutvecklings syfte, och i samarbete med lokala fiskevårdföreningar, har projektet även genomfört så kallade tillgänglighetsinvesteringar. I fyra delprojekt har fiskevårdområden med stöd från projektet genomfört tillgänglighetsinvesteringar i form av båtramp, bryggor, vindskydd, körväg för handikappsfordon samt informationsskyltning.

Övrigt affärs- och produktutvecklingsarbete har i många delar utgått från den arbetsmodell – ”Utveckling av en gränsregional fiskedestination” – som tagits fram utifrån tidigare och nuvarande projektet (bilaga 6). Ett aktivt försäljnings- och marknadsföringsarbete har bedrivits i syfte att öka kännedomen om och försäljningen av destinationens olika sportfiskeprodukter. En ny inventering av utländska researrangörer och liknande aktörer med inriktning på sportfisketurism har gjorts. Förutom att försöka etablera nya kontakter och förstärka de befintliga kontakterna med utländska researrangörer, har också bearbetningen av branschrelaterad media varit viktigt.

Under projekttiden har destinationen besökts av researrangörer från bland annat Polen, Tyskland, Holland och Ungern. Researrangörer har också besökts på plats i Holland och Belgien. Aktiviteterna har både lett till konkreta affärer och nya långsiktigt värdefulla kontakter.

Destination Fiskeland har besökts av media från flera europeiska länder vilket resulterat i ett stort antal tidningsartiklar och olika Tv-reportage och program från och om destinationen. Några exempel. Tyska TV-bolaget N3 har besökt och gjort ett längre reportage från destinationen. Den brittiska TV-produktionen ”A perfect day” med fokus på gäddfiske som upplevelse och mat har spelats in i området. TV-kanalen TV4 Sport har spelat in ett program om Dalslands Kanal och destinationen Fiskeland med fokus på det fiskevårdsarbete som bedrivits via interregprojektet och andra aktörer. Därutöver har dansk, tysk, schweizisk och holländsk media besökt destinationen vilket medfört ett stort antal reportage och artiklar i facktidsskrifter.

Inom ramen för marknadsföringsarbetet har projektet också varit representerat på en nederländsk och en dansk mässa, på norsk Reiselivsmesse i Lillestrøm, Grüne Woche i Berlin, TUR-mässan i Göteborg samt på Swedish Workshop i Köpenhamn.

Det marknadsföringsarbete som bedrivits och de kontakter som skapats har också resulterat i en del oförutsedda effekter. Arrangörerna av den internationella sportfisketävlingen ”Predator Tour” beslutade efter kontakter med projektet och besök/testfiske att arrangera 2012 års upplaga av ”catch and release” tävlingen i Sverige och sjön Laxsjön i Dalsland. Fiskare från Sverige, Holland, Tyskland, Belgien och Frankrike deltog i tävlingen som genomfördes 7-10 maj. Efter tävlingen togs beslutet att låta Sverige och Dalsland vara permanent arrangör av tävlingen. Tävlingen genererade också en stor mängd reportage och artiklar om destinationen Fiskeland, främst i holländsk sportfiskemedier (bilaga 5).

Genom de kontakter som skapades på den holländska marknaden etablerades också ett samarbete med sportfiskeakademien Gorcum i Holland. Åtta elever från skolan genomförde under två veckor i maj månad 2012 sin praktik i Edsleskog, Dalsland, och arbetade bland annat med insamling av information till sjöbeskrivningar samt uppstädning/rensning av bäckar. Praktikverksamheten kommer att permanentas och utökas kommande år.

Därutöver har ett samarbete med ett fiskebåtuthyrningsföretag från Holland etablerats. De första speciellt framtagna uthyrningsbåtarna från Holland började hyras ut i Dalsland under 2012.

Verksamhet/aktivitet 3

Felles grenseoverskridende strategier og regler for forvaltning og drift av fiskevann skal tas fram.

Arbeta fram gemensamma strategier och regelverk gällande förvaltning och drift av resursen sportfiskevatten.

Ett förslag på ett gemensamt och gränsöverskridande policydokument gällande fiskeförvaltning, sportfiskares agerande, behandling av fångster samt fångstrektioner för fiskearten Gädda togs fram tidigt i projektet (bilaga 1).

I projektet ingick även inplantering av fisk för att långsiktigt säkerställa fisketillgången i vissa strategiska/betydelsefulla sportfiskevatten på svensk sida. För att förankra insatserna togs initialt kontakter med Länsstyrelsen i Västra Götaland och de fiskevårdsområden som berördes av planerade insatser. En koordinator för fiskeutsättningsinsatser upphandlades av Hushållningssällskapet i Värmland. En plan för utplantering av fisk arbetades fram och en utsättning av Klarälvslox genomfördes i två dalsländska sjöar. Parallellt gjordes en utredning avseende effekter av fiskeutplanteringar kontra insatser för en ökad naturlig reproduktion (bilaga 2). Dessa arbeten fungerade sedan som underlag för det fortsatta arbetet med ”skarpa” fiske- och förvaltningsplaner.

Nästa steg var att i samverkan med Hushållningssällskapet Värmland ta fram ett program för framtagning av sportfiskeutvecklingsplaner, inklusive fiskevårdsplaner. Cirka 20 fiskevårdsområden deltog sedan på de informationsmöten/seminarier som projektet arrangerade. Arbetet med fiskevårdsplanerna startade upp hösten 2010 och omfattade initialt sex fiskevårdsområden på svensk sida (exempel på färdig fiskevårdsplan bilaga 4).

Utöver ovanstående har projektet initierat och medverkat i olika samverkansprojekt med inriktningen att samverka kring gemensam förvaltning och gemensamma fiskeregler. Bland annat togs ett gemensamt fiskekort fram för Dalslands Kanal fram, innefattande 13 olika fiskevårdsområden (bilaga 3).

Ett samarbete mellan de fiskevårdsföreningar som förvaltar sjön Stora Lee på svensk respektive norsk sida har etablerats. Et innsjølag (grunneierlag) på norsk side har samordnat

arbetet med to fiskevårdsområder på svensk side. Målsättningen har varit att få till gemensamma regler och på sikt få samordnade gränsöverskridande fiskevårdsinsatser i sjön. Driftsplan er etablert, fiskekort og fiskeregler er etablert på hver side men i samarbeid.

Se även punkt 5.2 – Bättre miljö

Verksamhet/aktivitet 4

Ferdigstille en generell arbeidsmodell for utvikling av grenseregionale sportsfiskedestinasjoner.

Sammanställa en dokumentation och arbetsmodell för utveckling av gränsregional sportfisketurism.

De verksamheter som genomförts i tidigare Fiskelandsprosjekt och i projekt ”Gränslös Fiskedestination” har sammanställts i en sammanfattande tiostegs modell för utveckling av gränsregional sportfisketurism (bilaga 6).

3.2 Målgrupp:

Här beskrivs målgruppen for verksamheten och hur projektet nått sin målgrupp.

Interesserte innen sportsfiskeproduktet har varit:

- Entreprenører/vertskap
- Stugägare
- Besøkere/gjester
- Fiskevattenägare/ rettighetshavere av fiskevann:
- Reiseagenter/återförsäljare m.fl.

De företag som varit intressenter i projektet kan delas opp i følgende undergrupper:

- Anleggningsforetag: Foretag vars verksamhet i huvudsak utgår från en anläggning till exempel stugby, camping, vandrarhem, hotell, værdshus. På norsk side er det i hovedsak gårdbruk med ledige husvær og hytter.
- Aktivitetsforetag: Foretag vars verksamhet i huvudsak är uppbyggd kring ulike typer av arrangemang. Dessa foretag kan benåmnas aktivitets- eller opplevelseforetag.
- Anleggnings-/Aktivitetsforetag: Foretag som kan kallas både anleggningsforetag og aktivitets-/opplevelseforetag. Dessa förfogar över egne anleggninger, men det är foretagets arrangørroll som utgör tyngdepunktet i verksamheten.

- Guide- och turföretag: Företag vars verksamhet främst är inriktad på guidning av fiskare
- Övriga företag: Det kan vara redskapsbutiker, transportföretag, serveringssted, ekonomiska föreningar, eller andra som i någon del bidrar till totalprodukten.

3.3 Resultat och resultatindikatorer samt effekter:

Här beskrivs projektets resultat, samt om hur målen nåtts.

När projektet "Gränslös Fiskedestination" nu avslutas kan konstateras att projektets målsättningar uppfyllts i alla delar. Den gränsregionala sportfiskedestinationen "Fiskeland" har etablerats på ett mycket tydligt sätt. Idag säljs norska och svenska sportfiskeprodukter på ett stort antal utländska marknader och enbart destinationens stugpaketen genererar över 15 000 gästnätter/år.

Destinationen har också gemensamt tagit fram och ska driva en säljplattform innehållande funktioner för information, försäljning, bokning och ekonomi. Detta kommer att säkerställa en hög tillgänglighet och en fortsatt positiv utveckling av den gränsregionala fisketurismen.

Projektet har i alla delar drivits inom ramen för beviljad projektbudget.

4. Indikatorer

Notera att indikatorer både för A (Ekonomisk tillväxt) och B (Attraktiv livsmiljö) kan förekomma i ett projekt.	Antal enligt projektbeslut	Resultat vid projektslut	Kommentarer
Antal kvinnor 15- 24 år som deltar i projektet.	3	0	
Antal kvinnor yngre än 15 eller äldre än 24 år som deltar i projektet.	27	38	
Antal män 15- 24 år som deltar i projektet.	4	2	
Antal män yngre än 15 eller äldre än 24 år som deltar i projektet.	36	128	
Antal deltagande företag med kvinnligt ägande som deltar i projektaktiviteter.	5	26	
Antal deltagande företag med manligt ägande som deltar i projektaktiviteter.	10	116	
Antal deltagande företag med mixat ägande som deltar i projektaktiviteter.	15	12	
Resultat indikatorer			
(A) Antal formella gränshinder som projektet bidrar till att undanröja.	1	1	Se gemensam säljplattform punkt 3.1
(A) Antal kvinnor som deltar i gemensamma utbildningar och praktik.	10	12	
(A) Antal män som deltar i gemensamma utbildningar och praktik	30	90	
(A) Antal nyetablerade och vidareutvecklade gränsöverskridande kluster.	1	1	

5. Projektets påverkan på de genomgående (horisontella) kriterierna

5.1 Gränsregionalt mervärde

Projektets gränsregionala mervärde:

Se punkt 3.3.

5.2 Bättre miljö

Här beskrivs projektets verksamhet och resultat inom miljöområdet.

Det er utarbeidet en felles politikk for fiskeforvaltningen.

- Fokus har vært å få til en forvaltning av fisket som er langsiktig og bærekraftig.

- Felles fiskeregler har blitt utformet i samarbeid med rettighetshavere, salgsselskaper og fiskere. Dette er gjort likt for mange vassdrag. Det bidrar til å kunne kommunisere disse lettere til fiskerne.
- Videre arbeider vi med de opprinnelige fiskearter. Det har vært lagt vekt på tiltak for disse.
- Gjestene har fått informasjon før de kommer om hvilke krav som er til fisket i området.
- Det er etablert et samarbeid over landegrensen om forvaltning av fisken i Store Le.

5.3 Jämställdhet mellan kvinnor och män

Här beskrivs projektets verksamhet och resultat kring förbättring av jämställdheten.

Mange kvinnelige entreprenører har vist interesse for prosjektet. Vi har også noen som har engasjert seg i fiskeforvaltningen. Prosjektet har i sine kurs og informasjon tatt utgangspunkt i at alle skal kunne delta. I forhold til antall interesserte, er kvinner overrepresentert i deltagelse. Dette betyr at vi har hatt riktig vinkling på vår informasjon i forhold til likestilling.

6. Informationsinsatser og skyltning av projektet

Avsnittet beskriver tillvägagångssätt för erfarenhetsspridning.

Information om projektet og prosjektresultat har i första hand spridits via ett stort antal möten med projektets olika intressenter og i samband med informationsträffar arrangerade av projektägarna.

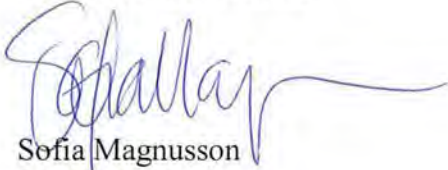
På tryckt material som projektet använt sig av har EU-flaggan med texten "Europeiska regionala utvecklingsfonden" även Interregs logotyp funnits med.

På og i de lokaler som projektet använt har dekalor med flagga og text funnits.

Vid kontakter med media har det alltid nämnts att projektet delfinansierats av Interreg Sverige-Norge.

7. Underskrifter

Bengtsfors 2013-02-25



Sofia Magnusson
Projektledare