



LEVANDE LESJA:

Årsrapport 2018

Nordveggen har et engasjement tilsvarende 60% stilling i Lesja. Det er forbrukte timer som faktureres, så kommunen betaler for de timene de får. Anbudet startet 01.02.2017, og anbudet gjelder i utgangspunktet til 31.01.2021. Det vil si at når denne årsrapporten skrives er vi kommet halvveis.

DET ER UTROLIG MANGE ENGASJERTE LESJINGER

Noen ganger må vi i Nordveggen minne oss selv om at Lesja har vel 2.000 innbyggere. For det skjer så mye her. Det er så mange engasjerte personer som vil starte opp bedrift, som vil utvikle videre eller som ser nytten i fellestiltak for utvikling.

Nordveggen har fått informasjon om utflytta lesjinger som flytter heim igjen for å delta i næringsutvikling. Det er tøft! Vi må fortsette å trekke fram alt det positive som skjer, så er det mulighet for flere å flytte tilbake.

Lesja gjør det også bra i nasjonale kåringer. I NHO sin kommunekåring som rangerer landets kommuner etter attraktivitet og lokal vekstkraft for næringslivet, så utmerker Lesja seg. Lesja har bedret seg med hele 68 plasser de siste fem år og ligger nå på en 242 plass.

I Kommunal rapport sin rangering gjør Lesja det best av Nord-dals kommunene. Mens de andre ligger fra 250. plass og oppover, så ligger Lesja på 141 plass.

Det er også gledelig for oss i Nordveggen å se at tiltak som Lesja prøver ut, nå også tas i bruk i andre kommuner.

For å få til næringsutvikling i en kommune er det viktig at vi alle spiller på lag og ser på det felles ansvaret som vi har. Vi opplever at ledelsen og kommunestyret i Lesja ønsker utvikling og legger til rette for det. Et eksempel er endringer i næringsfondet og opprettelsen av næringspris. Levande Lesja har ikke ansvar for tradisjonelt landbruk, men det er også en flott optimisme og sterke utviklingskrefter gjennom landbrukskontoret og fagorganisasjoner.

Dette vil vi trekke fram som de viktigste seirene i næringsarbeidet i Lesja i 2018:

- Det kommunale kraftfondet utvikles til å bli mer næringsretta med større ramme og med løpende søknadsfrist.
- Det opprettes en næringspris til utdeling til bedrifter.
- Flere bedrifter har fått tilskudd fra Innovasjon Norge til oppstart av ny virksomhet eller til videreutvikling.
- Eksterne midler er henta inn for å realisere flere prosjekter.
- Nettverket Bjorlipakka og Reiselivstun i Lesja etablerer fastere samarbeid.
- Lesja kommune godkjennes til å markedsføre seg som Nasjonalparkkommune.
- Tussheimprosjektet går mot en realisering.

Nordveggen har nå blitt en tydelig aktør i utviklingsarbeidet i Lesja.

Vi gleder oss til fortsettelsen!

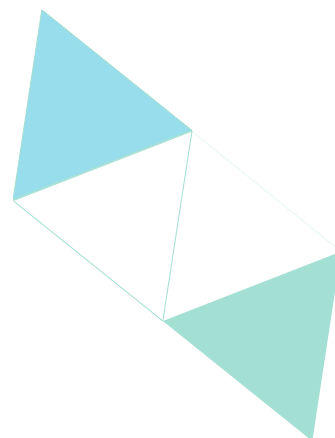
Solveig Brøste Sletta
Daglig leder Nordveggen AS



1: PROFILERING LEVANDE LESJA

Mål 2018:

- Utgi bedriftsbrosjyre med 30 bedrifter
- Gjennomføre stand på Fritidsmessa i Ålesund
- Vurdering av aktuelle messer i 2019
- Materiell utvikla og være tilgjengelig på alle publikumssteder
- Heimesider og sosiale medier med oppdatert informasjon
- Lesja synlig i kanalene til Nasjonalparkriket
- Oversikt over overnatting i Lesja



1.1 Levande Lesja

Nordveggen AS er leid inn av Lesja kommune til næringsarbeid. Likevel var det viktig å markedsføre at næringsarbeidet nå ble utført av en ekstern aktør. Det ble derfor gjennomført en navnedugnad i ressursgruppa, og alle likte forslaget om Levande Lesja da navnet kom opp.

Levande Lesja er blitt så populært at kommunen vurderer å bruke det i større utstrekning.

1.2 Facebook-side

Facebooksiden har blitt den primære kommunikasjonskanalen for prosjektet. Her når vi mange, og kan formidle prosjektene vi jobber med, aktører vi møter og satsninger som kommer.

Antall følgere: 1 084

Antall likerklikk: 1 428

Lengste rekkevidde på innlegg: 20 245

Antall innlegg lagt ut i 2017: 84

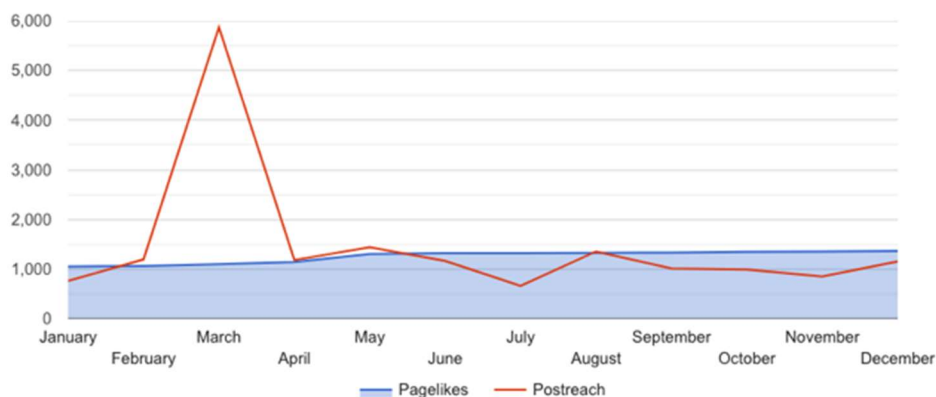
Siden har spredt seg godt, og flere engasjerer seg i innholdet vi sprer.

Det er brukt penger på promotering via facebook – både for å få opp antall følgere men også for å sikre rekkevidde innlegg. Vi ser nå at vi har en fast og engasjert følgerskare som liker og deler – et godt tegn på at mange følger med det vi publiserer og at de liker det de ser. Det hjelper oss også til å nå ut til flere enn de som følger siden.



Postreach vs. pagelikes

The diagram shows how many people each post actually reaches on average, compared to the number of people who like your page. Does not include posts you have paid to promote.



1.3 Infoskriv: Nytt fra Levande Lesja

Vår nye rådmann Heidi Skaug tok initiativ til at det skulle utarbeides et infoskriv om arbeidet i Levande Lesja. Det er mye som skjer innen næringslivet både i kommunen og i Nord Gudbrandsdalen som det skal informeres om. Det er derfor en styrke å kunne presentere dette i et felles skriv. Nytt fra Levande Lesja sendes nå ut pr e-post i starten av hver måned til dem som ønsker å motta det.

1.4 Media

Saken om Tussheim er den som har fått mest medieoppmerksomhet i 2018. Ellers er det viktigere for arbeidet at avisene fokuserer på næringsaktørene. Flere av aktørene vi har jobbet med å få fram har fått sine saker presentert i avisene Vigga eller Gudbrandsdølen. Ellers er også Levande Lesja sitt arbeid blitt presentert i flere artikler.

1.5 Informasjon og produktpakker

På tur i Lesja. Distribusjonsplan.
Outtt Lesja. Kvalitetssikre og utvikle informasjon.

Carwalks. Utvikles og distribueres.
Levande Lesja facebook
Næringsbrosjyre

Heimesider og facebook-sider til Lesja kommune
Lesja næringslag facebook
Fjell og annet skriftlig materiell fra NPR
Reiselivstilbud på facebook

1.6 Næringslivsbrosjyre

Nordveggen initierte i 2018 en bedriftskatalog som skulle vise bredden i næringslivet i kommunen. Hele 72 ulike bedrifter valgte å bli med på dette felles markedsføringstiltaket.

Bedriftskatalogen ble sendt ut til alle innbyggere og bedrifter i Lesja og Dovre, og ble delt ut til alle hyttene via hyttepakka i påska.

Brosjyra fikk mye oppmerksomhet da den ble sendt ut, og mange ble svært overrasket over hvor mange bedrifter og hvor bredt næringslivet i kommunen faktisk er. Målet for 2018 var å få laget en brosjyre med 30 bedrifter – at vi fikk med 72 var derfor svært positivt.



1.7 Fritidsmessa i Ålesund

Et annet felles markedsføringstiltak for næringslivet i kommunen var å arrangere en felles Lesja-stand under fritidsmessa i Ålesund 14.-15. april.

Aktørene som er medlem i Nasjonalparkriket og andre bedrifter stod på hver sin side av messe-gata. Det ble laget banner med "Velkommen til Lesja" som bandt de 2 sidene sammen. Som bakvegg brukte vi Levande Lesja-bannerne som ble laget til Sommertoget i 2017.

Standen ble veldig godt besøkt, og ble omtalt som den beste standen på messa. De aktørene som deltok fikk et godt samhold, og samarbeidet godt.



1.8 Brosjyre til militærøvelse

Under den store Natoøvelsen Trident Juncture kom det et stort antall deltakere til vårt område. I denne forbindelse ble det utarbeidet en brosjyre som viste hvilke tilbud som var tilgjengelige for soldatene innen handel, servering og underholdning. Brosjyren ble utarbeidet av Dovre kommune, Nordveggen leverte tekst som skulle inn om aktørene i Lesja.

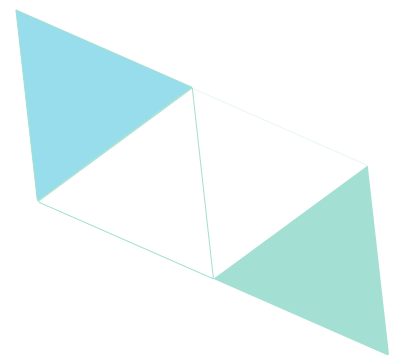
1.9 Brosjyre vertskap

For å gi besøkende i Lesja en bedre opplevelse utarbeidet vi til sommeren 2018 en vertskapsbrosjyre med informasjon og lenker til de ulike aktørene i Lesja innen handel, overnatting, servering og underholdning. Brosjyren ble distribuert ut til aktørene elektronisk og i papir.

2: NÆRINGSKONTAKT

Mål for 2018:

- 30 besøk/møter med bedrifter/idéhavere
- 10 søknader om økonomisk støtte har fått bistand
- Kr 50.000 i avklaringsmidler fordelt
- 4 næringsbesøk med ordfører
- 1 næringsbesøk med formannskapet
- Gjennomført 6 kurs innen videreforedling, markedsføring og ledelse
- 2 fagturer for næringslivet
- 8 fagmøter/nettverksmøter
- Utarbeidet veiledere for oppstart



2.1 Direkte bistand etablerte bedrifter

I næringsarbeid blir det ofte fokusert på antall nyetableringer. Dette er et viktig tall, men siden statistikk viser at minst halvparten av nyetableringene vil forsvinne i løpet av fem år, så er det viktig å fokusere på å beholde og utvikle eksisterende bedrifter. Det er ofte enklere å skape en varig arbeidsplass i en eksisterende bedrift enn i en nyoppstarta. På den andre siden har nyoppstarta bedrifter flere positive trekk som kommenteres under Gründere.

2.2 Utviklingssamtaler

I 2018 hadde Nordveggen som mål at 30 bedrifter eller gründere skulle ta kontakt / oppsøkes for et møte. Dette målet ble nådd ved at 19 etablerte bedrifter har hatt kontakt og 14 gründere. Som etablerte bedrifter i denne sammenheng telles også viktige organisasjoner som Bjorli Lesja Løypelag og Sagelva Vasskraftsenter som i seg selv ikke er bedrifter men som er viktige aktører for et attraktivt reiseliv.

Av oppgaver som man har vært med på å jobbe med er godkjenninger, strategiske planer, søknad om midler, rekruttering og produktutvikling.

2.3 Etablerere

Vi har profilert oss som et åpent kontor for dem med ideer om oppstart. Derfor prøver vi å få avtalt møte så raskt som mulig når en gründer tar kontakt.

Gründere er viktig fordi de bringer nye ideer inn i næringslivet. De ser gjerne nye behov som ikke dekkes, nye tjenester som ikke tilbys, nye teknologier som kan tas i bruk og muligheter for arbeidsplasser som kan flyttes fra sentrale strøk og ut i distriktene.

Vi bistår idehaverne til å se realismen i ideen gjennom en profesjonell prosess med tanke på en bedriftsetablering. Ved behov hentes det inn kompetanse fra andre som har kunnskap om det aktuelle temaet.

Nordveggen sine ansatte er sertifisert på verktøyet Lean Business som nå også tas i bruk i næringsarbeidet i Oppland. Selskapet har også gjennomført kurset Design thinking som også legges til grunn i mye arbeid for å utvikle gründere.

For ideer som har potensiale for utvikling bistår vi med utvikling av planer for bedriften. Søker er hele tiden den styrende part og må selv legge ned innsats som trengs for realisering. De ulike ideene har ulike behov for å bli realisert. Noen trenger lokaler, noen trenger søknad om midler og noen trenger godkjenning. Alle trenger en part å diskutere sine ideer med som man vet har taushetsplikt.

Avklaringsmidlene er blitt brukt bare til en aktør i 2018, men søknader til kraftfond, Innovasjon Norge og Regionrådet har vært høyt.

For å motivere til flere ideer, ble det januar 2018 gjennomført Fra ide til marked på Lesja med informasjon fra Innovasjon Norge med muligheter for enkeltmøte i etterkant. I november gjennomførte landbrukskontoret for Dovre og Lesja lignende opplegg for landbruk der fokuset var både tradisjonelt landbruk og tilleggsnæring. Nordveggen deltok i samtalene med aktører med tilleggsnæring.

2.4 Søknad økonomiske midler

Målet i 2018 var at 10 bedrifter/gründere skulle få bistand til å søke om støtte i Innovasjon Norge, kommunalt kraftfond eller hos Regionrådet. Det er bistått med søknader i 15 saker.

2.5 Kompetanse

I undersøkelse og kontakt med etablert næringsliv blir det etterspurt både kurs og nettverk. Likevel er det krevende å få bedrifter til å sette av tid til å delta på fellestiltak som kan være med å heve næringslivet som helhet. Nordveggen har stor tro på den styrken som ligger i et godt samarbeid mellom ledelsen i de ulike bedriftene og vil fortsatt jobbe med å få etablert nettverk.

I 2018 var det satt opp mål om gjennomføring av hele åtte kurs innen markedsføring, salg og videreføring. Siden det har vært krevende å få deltakere til de tilbuda som har vært tilbydd, har det blitt begrensa antall som er satt i gang.

Det ble gjennomført kurs i samarbeid med Bjorli Lesja Næringslag og Nasjonalparkriket om Digital markedsføring. Hele 20 deltakere deltok.

Det ble også gjennomført lederkurs for daglig ledere. Her ble det 6 deltakere.

Det ble også gjennomført tre fagturer som oppsatt i mål for 2018.

Det ble gjennomført tur for daglig ledere til Ålesund. Der var vi først innom Maritimt kompetanse senter og fikk innføring i det arbeidet som skjer der. Vi fikk innblikk i nye teknologier som VR og sensorikk. Deretter gikk turen til Visit Ålesund der de orienterte om hvordan de jobber med å utvikle reiselivet.



En minibuss med deltakere fra gardstun-turisme fikk besøke Devold gård på Åndalsnes og Woldstad gård i Isfjorden. Fokus på muligheter og utfordringer samt påfyll ved å se hvordan andre driver gardsturisme. Begge gårdene er med i sammenslutningen Romsdalsgårdene.

En utlyst tur til Fiva gård fikk ikke så stor tilslutning. Det ble gjennomført et besøk med tre grunneiere som fikk stort utbytte av den erfaringen de kunne formidle både i forhold til utleie av fiske kombinert med overnatting / servering og forvaltning.



2.6 Næringsbesøk

Besøk til bedriftene av ordfører og formannskap

Målet er at de som leder Lesja kommune skal ha best mulig informasjon om næringslivet. Det legges derfor opp besøk både til etablerte bedrifter og til nyetableringer. De fleste besøk skjer etter forespørsel fra Nordveggen, men det er mulig for bedrifter å komme med ønske om besøk. Vi har også hatt noen besøk på forespørsel, der bedriftene har hatt spesielle utfordringer som de har ønska å diskutere. Besøke bedrifter på tvers av geografi, bransje og størrelse besøkes.

Målet om fire næringsbesøk med ordfører og ett med formannskap oppnådd.

Ordfører har besøkt:

Vigga Vekst
Joker – Sentrum kjøp Lesja
Lesjaskog Møbler
Kristin og Ola Anders Hage
Bjørli Vintercamping

Formannskapet har besøkt:

Vik Elektronikkservice



er

3: NETTVERK

Mål for 2018:

- 1 pakke Bjorli vinter selges internasjonalt
- 1 pakke gårdsturisme
- Kartlagt interesse for felles presentasjon hytteområder i Lesja
- Fylkeskommunen bevilget midler til to forprosjekt fra innspill som er kommet
- Ordfører, Rådmann og Nordveggen gjennomført møter med viktige eksterne utviklingsaktører i Lesja

3.1 Nettverk av bedrifter

Bjorli

Bedriftsnettverket skal gjennom samarbeid videreutvikle reiselivstilbudet på Bjorli, og utnytte uforløst potensiale for turisme. I fellesskap ser man muligheter til å utnytte hverandres kompetanseområder for å operasjonalisere nye produkter og tjenester. Gjennom strategisk samarbeid ønsker man å styrke den enkelte bedrifts konkurransekraft og kommersielle utvikling. Hovedformålet er å skape nye forretningsmuligheter, markedsmuligheter og løfte frem Bjorli som en attraktiv turistdestinasjon. Gjennom en felles satsing ser man større muligheter for å nå ut i markedet.

En viktig forutsetning for å lykkes vil være å knytte til seg sentrale samarbeidspartnere. Videre vil utvikling av produkter og tjenester som etterspørres i markedet, og som spiller på Bjorlis styrker, være viktig.



Tun

Sju gardsbruk har gjennomført møter for å se om de sammen kan utvikle seg. Det ble arrangert 2 studieturer til Rauma for å se på hvordan gårder i Romsdalen organiserer slikt arbeid.

Flere aktører har også signalisert at de synes et samarbeid er interessant. Kolstad gård søker nå om forstudie på vegne av de sju gardsbruka, for å få midler til å kjøre en prosess der man ser hvilke gardsbruk som sammen kan danne et nettverk. Det er også behov for å se på hva dette nettverket skal prioritere å jobbe med. Det er i alle fall et uttrykt mål fra alle aktørene at de ønsker gjester som oppholder seg mer enn en natt i forbifarten.

Potensialet for å utvikle gardsturismen på Lesja er stor. Dette gjelder hos de aktørene som har tatt initiativ til forstudien. Flere har tilbud innen lokal mat- og kulturhistorie. I tillegg har flere av dem setre som også kan brukes til utleie. Utenom aktørene bak søknaden vil et slikt prosjekt også bety mye for aktører som ønsker å starte opp med gardsturisme. Man er usikre på hvem som kan være med å tilby et felles produkt ut i markedet. Dette vil nok avhenge mye av hvilket tema man finner å satse på.

Tre

På initiativ fra Lesja skogeierlag og Lesja kommune skogetat har det vært avholdt møter med byggenæring på Lesja for å se på potensiale for økt bruk av lokalt trevirke. Det er kommet i gang en dialog, og det har vært avholdt informasjonsmøte med Tredriverne som er Innovasjon Norge sin satsing på lokalt trevirke. Det er lignende engasjement i flere norddalskommuner så man ser på hva som er strategisk lurt å gjøre.

3.2 Direktekontakt viktige aktører

Lesja har en hyttebefolkning med store ressurser. Vi ønsker å ha kontakt med de som ønsker å legge litt innsats eller økonomiske midler i utvikling av tiltak i Lesja. Vi har startet opp dette arbeidet i 2018 og har hatt tre møter. Det har resultert i økonomiske midler til Tussheim.

3.3 Møteplasser

Bakerst i årsrapporten ligger oversikt over alle arrangement.

Det er i 2018 gjennomført FjellPub på Bjorli i vinter- og høstferien for å få med både fastboende og hyttebefolkning. På disse kveldene har vi lagt vekt på gjensidig informasjon, slik at det har vært informasjon både fra hytteforeningene, fra grendautvalg og løypelag, fra næringsaktører og fra Lesja Kommune.

FjellPub på Lesja har tatt opp aktuelle tema som vi har ønsket å sette fokus på. Bedrifter som Lesja Bulldozerlag har presentert seg, gründere som Eva Hertzberg og Avdem gardsgrønt har presentert seg, prosjekt som stillingskampanje og impulser utenfra som Rauma Næringslag og Romsdalsgårdene.



Sammen med Lesja Bondelag og Kvinner i landbruket arrangerte vi informasjonsmøte Garden som ressurs og Grønn verdiskaping 8. feb sammen med bondelag og Kvinner i landbruket

Levande Lesja har også deltatt på Bjorli Lesja Næringslag sine arrangement Kick Off, Styremøte og informasjonsmøte med Romsdalen AS.

3.4 Regionalt

Invitasjon til arrangement i 6 K næring eller i Rauma er blitt formidlet i Lesja.

4: FELLESTILTAK I LEVANDE LESJA

Mål for 2018:

- Car Walks videreutvikla
- Økt verdiskaping i lokalsamfunnet gjennom satsing på villrein gjennom kunnskap og konkrete tiltak.
- Ta tak i nye og aktuelle utviklingsområder for Lesja.

4.1 Nasjonalparkkommune

Nordveggen hadde en koordinerende rolle med å dokumentere hvordan Lesja ville gjennomføre krav som stilles til en kommune som skal markedsføre seg som Nasjonalparkkommune og med søknad om tillatelse.



4.2 Villreinløypa

Lesja har et eget underprosjekt i Villreinløypa. Villreinløypa er et prosjekt eid av Gudbrandsdalmusea og som skal utvikle en løype med villreininformasjon fra Skjåk – Lom – Vågå – Lesja – Dovre.

Lesja har fått midler til:

- Tilrettelegging ferdsel
- Utvikling av opplevelsesprodukt
- Informasjon og kunnskap

Kostnader og tilskudd fordelt på år:

	Kostnad	Tilskudd	Egenfinansiering
2017	200`	100`	100`
2018	400`	200`	200`
2019	200`	100`	100`

Kari Anette Austvik har deltatt fra Lesja kommune i styringgruppa for Villreinløypa. I tillegg har Solveig Brøste Sletta deltatt som vikar eller i tillegg når det har vært ønskelig. Samordninga med Villreinløypa hovedprosjekt har vært konstruktivt.

4.2.1 Infotavler villrein

Selv om reiselivet dreier seg fra å se til å oppleve, så er det fortsatt mange som ifølge reiselivsaktører kommer til vårt område for å se. De vil oppleve kontrastene mellom fjell-landskapet i Lesja og de dramatiske ville områdene ned til fjorden i Romsdalen. Disse reiser gjennom vårt område enten med privatbiler, buss eller tog.

Vi har i 2018 jobbet med å utvikle to informasjonstavler om villrein som reiselivsaktører kan bruke. Primært ønsker vi at tavlene skal være et godt utgangspunkt for vertskapet å fortelle om villreinen, men besøkende kan også lese tavlene selv.

Litt om de to tavlene

1. Villreinen sin historiske betydning. Jaktmetoder.

På denne tavlen er det tatt inn et kart fra Lesja der ulike funn i forhold til villrein er avmerka. I tillegg er det laget en historisk utvikling der man viser overgangen fra jakksamfunn til landbruk.

2. Reinen sitt liv gjennom året. Dagens reinsforvaltning

På denne tavlen ønsker man å få fram hvordan villreinen sitt årshjul er og også framstille reinen sin sårbarhet i forhold til menneskelige påvirkninger.

Tavlene er nå ferdig utforma. De settes opp i 2019 på Lesjaskogvatnet camping, Bjorlivollen evt andre interesserte.

Per Jordøy som har jobbet med Villrein i NINA i en årrekke, har deltatt på dugnad med leveranse av fagstoff.

Arbeidet i 2018 har lagt grunnlag for at vi i 2019 skal få enda flere konkrete tiltak knytta til villrein som innarbeides og markedsføres gjennom Villreinløypa.

4.2.2 Nye Tussheim

Tussheimprosjektet er et prosjekt som virkelig har fått fram hvordan samarbeidet mellom ekstern næringsaktør og kommunen sin administrasjon og ledelse kan utvikle nye tiltak sammen. En arbeidsgruppe med Marit Svanborg og Kari Anette Austvik fra kommune og Solveig Brøste Sletta fra Nordveggen har dratt prosjektet sammen. I tillegg har flere fra kommune bidratt på hver sine fagfelt.

Elementene i Tussheimsatsingen

- Turstig
- Skilting, merking og informasjon
- Dagsturhytte

Konkret utført i 2018:

Mai:

- Møte grunneiere og andre interesserte

Juni:

- Befaring der alle var invitert til å delta
- Presentert planer på FjellPub

August:

- Designet prosjekt presentert formannskap
- Innhenta grunneieravtaler
- Søknad idrettsmessig godkjenning
- Spillemiddelsøknad

September:

- Sak i kommunen om eieforhold og tilskudd
- Søknad midler til private aktører, Reinheimen, Dovrefjell, fylkeskommune mm

4.3 Pilegrimsleden

Lesja har sammen med nabokommunene utviklet Pilegrimsleden fra Valldal til Dovre. For å kunne engasjere flere til å se potensiale i å utvikle reiselivsprodukt knytta til leden, ble det gjennomført motivasjonsmøte med eksterne aktører.

Valldalsleden har kommet med eget hefte om leden og det gir potensiale for næringsutvikling.

4.4 Sykkelturisme

Det er avholdt et møte med aktører med sykkelutleie, sykkelentusiaster og sykkelprosjektet i Nasjonalparkriket. Det er sett på tiltak som skal gjennomføres i 2019 for å komme videre.

4.5 Tilrettelegging friluftsliv

Nordveggen har hatt tett kontakt med Magnhild Aabø / Solveig Græssli i turstiprosjektet i Lesja for å bidra til å skape kontinuitet i arbeidet

4.6 Car Walks for Rauma og Lesja

Kostander beskrevet på dette tiltaket er ikke belasta Lesja økonomisk.

Basert på kart og skilting av 15 korte turer på strekningen Dombås – Åndalsnes – Trollstigen ble det i 2018 engasjert Anuntak til å se på hvordan sagnet om Trollveggen kan knyttes til Car-walks og være med å utvikle et nytt reiselivsprodukt.

Sagnet om Trollveggen handler om at trollene på Dovrefjell skulle til Romsdalen på bryllup. Dette ble så kjekt at de kom seg ikke heim igjen før sola steg opp og dermed ble alle trollene til stein. Trollveggen har derfor sin historie med fjellene brura, brudgommen med flere.

Vi har kjørt samarbeidsmøter med flere aktører for å få utvikla dette produktet videre. Dette har vært museum i begge kommuner og reiselivsoperatører i begge kommuner, så det har vært et spennende og utviklende arbeid på tvers av kommune og fylke som vi håper skal gi resultater.

4.7 Stillingsslepp

I forbindelse med Stillingssleppet som regionrådet står bak informerte Levande Lesja via sine kanaler om tilbudet, og oppfordret bedriftene i Lesja til å benytte seg av muligheten. Regionrådet møtte også på FjellPub for å orientere om tiltaket.



5: ORGANISATORISK TILKNYTNING TIL LESJA KOMMUNE

Nordveggen har direkte rapportering til rådmann. For å sikre kontakt med administrasjonen og at arbeidet som utføres er offentlig kjent, er det jevnlig møter med leder for utvikling og med en kommunalt oppnevnt ressursgruppe. Referat fra møtene legges offentlig. Medlemmene i ressursgruppa deltar utenom de fastlagte møtene på ulike tiltak.

5.1 Ressursgruppe

Bistå med:

- Lokalkunnskap om bedrifter, organisasjoner, ildsjeler
Lovverk og retningslinjer som gjelder i Lesja
- Å spre informasjon fra arbeidet inn i egen organisasjon
- Å komme med innspill fra egen organisasjon inn i arbeidet
- Å planlegge tiltak og ta kontakt på sine fagområder
- Å markedsføre tiltak i kommunen sine kanaler og gjennom sine nettverk internt i organisasjon og utad.
- Være en støtte til Nordveggen ved bistå i gjennomføring av tiltak

Medlemmer i ressursgruppa oppnevnt av Rådmann

Martin Vorkinn

Marit Svanborg

Solveig Græsli

Kari Anette Austvik

Sonja Gitte Mathisen

Kjersti Åvangen Flittie

Leder i næringslaget - Aslak Enstad

5.2 Informasjon i kommunestyre og formannskap

Deltatt i kommune- og formannskapsmøter med presentasjon av arbeid og planer når det har vært ønskelig.

6: ARRANGEMENTSOVERSIKT

<i>Dato</i>	<i>Tittel</i>	<i>Samarbeid</i>	<i>Deltakere</i>
15. + 22.01	Kurs Digital markedsføring	B&L NI/NPR	20
31.01.2018	Fra idé til Marked med Innovasjon Norge	Innovasjon Norge	15
08.02.2018	Muligheter i Landbruket	Lesja kommune, Lesja bondelag, Kvinner i landbruket	40
13.02 + 20.03 + 24.04	Lederkurs	Steg for Steg	6
21.02.2018	Planleggingsmøte Ålesundsmesse	B & L næringslag	12
21.02.2018	FjellPub Bjorli	B & L næringslag	85
11.04.2018	FjellPub Lesja	B & L næringslag	15
14.-15.04	Fritidsmesse Ålesund	Nasjonalparkriket	12
26.06.2018	Daglig leder tur Ålesund	B & L næringslag	6
vår 2018	Reiselivstur Rauma	B & L næringslag	10
05.09.2018	Besøk til Fiva gård		3
05.09.2018	Besøk av 6 K næring til Rauma		10
04.09.2018	Møte med Tredriverne	Skoglag, Lesja kommune skog	15
12.09.2018	FjellPub Lesja	B & L næringslag	40
21.09.2019	Kommersiell utnytting av Pilgrimsleden	Pilgrimssenteret, B & L Næringslag	15
24.10.2018	FjellPub Lesja	B & L næringslag	20
11.10.2018	FjellPub Bjorli	B & L næringslag	70
30.11.2018	Innovasjon Norge informasjon	Lesja kommune landbruk	4
			398

7: EKSTERNE MIDLER

Tiltak **Støttet av** **Beskrivelse**

Søker: Nordveggen			
Carwalks Rauma og Lesja	Miljødirektoratet	Innleid produktutvikler	30.000
Fiskepakker, Lesjaskogsvatnet	Miljødirektoratet	Markedsføringstiltak	10.000
Sagelva Vasskraftsenter	Miljødirektoratet	Markedsføringstiltak	14.000
Toppturbok Rauma og Lesja	Miljødirektoratet	Utvidelse med turer i Lesja	50.000
Tussheim	Miljødirektoratet	Innleid prosjektering	75.000
Søker: Lesja kommune			
Villreinen som verdiskaper, mottaker Lesja kommune	Miljødirektoratet	Prosjekt kobla til Villreinløypa 2017 – 2019	200.000
Tussheim	Aktører	Sparebank 1 Lom og Sjøk	75.000
		Sentrum Kjøp AS	10.000
		Wenaasgruppen	100.000
		Søkt spillemidler og andre midler	
Totale eksterne inntekter skaffet i 2018			564.000