

Forprosjekt

Næringsutvikling i Flendalen Viltstellområde

Utarbeidet av Trygve Øvergård, Frank Robert Lund,
Jan Bekken, Astrid Haugstulen Enger og Malin Skålholt Åkesson

Trysil oktober 2009



1 Innholdsfortegnelse

1	INNHOLDSFORTEGNELSE	2
2	FORORD	4
2.1	Sammendrag	4
3	BESKRIVELSE AV FLENDALEN VILTSTELLOMRÅDE	5
4	BESKRIVELSE AV NÆRINGSLIVET	6
4.1	Grenda Flendalen	6
4.2	Næringsutvikling i utmark	6
5	MARKEDSDATA FOR TRYSIL	7
5.1	Besøksstatistikk	8
5.2	Trender	9
5.3	Status analyse	10
5.3.1	Styrker	10
5.3.2	Svakheter	11
5.3.3	Muligheter	11
5.3.4	Trusler	11
5.4	Relevante aktører	12
5.5	Rammebetingelser	12
6	FRAMTIDIGE SCENARIER	12
6.1	Scenarier for Næringsutvikling i Utmark	12
6.1.1	Scenario 1: Ingen endring i struktur og organisering	12
6.1.2	Scenario 2: Etablere en aktiv aktør av Flendalen viltstellområde	13
6.1.3	Scenario 3: Etablering av et aktivt Utmarkslag med investeringsmål	14
6.2	Scenario – bygdeutvikling	15
6.3	Scenario - bygdeutvikling	15
6.3.1	Scenario 1: Ingen tiltak på bygdeutvikling, fortsetter som i dag.....	15
6.3.2	Scenario 2: Etablering av en storkiosk.....	15
6.3.3	Scenario 3: Etablere et servicesenter	16
7	FINANSIERINGEN	18
7.1	Budsjett	18



TEUR

TRYSIL OG ENGERDAL UTMARKSRÅD

7.2	Fremdrift og milepæler	19
7.3	Organisasjon og ansvar	20
8	KONKLUSJON – RESYMÉ	20

2 Forord

Medlemmer i Flendalen viltstellområde har fremmet ønske om en satsing på næringsutvikling gjennom årsmøtet og styret. Styret vedtok å iverksette et forprosjekt som skulle se på tiltak for å sikre næringsgrunnlag i området. Forprosjektet skulle se på potensiale og grunnlag for næringsutvikling i utmarka og bygdeutvikling Flendalen.

Forprosjektet har kartlagt nåsituasjonen i Flendalen viltstellområde og de tilbud som finnes. Det har også blitt foretatt intervjuer både med aktører, kommune og lokalbefolkning for å se på etterspørsel etter opplevelser og produkter i området. Innholdet i forprosjektet bygger mye på samtaler gjort med lokalbefolkningen i Flendalen, Villmarkskompaniet, Fjellkonferens, Trysil Fellesforening for Jakt og Fiske, Ordfører Ole Martin Norderhaug, styret i Flendalen Viltstellområde, samt prosjektgruppen.

Prosjektgruppen har bestått av Jan Bekken (Trysil Kommuneskoger), Frank Robert Lund (grunneier), Trygve Øvergård (grunneier) Astri H Enger (Flendalen Sameieskog) og Malin Skålholt Åkesson (TEUR).

Takk til alle som har bidratt til informasjon i dette forprosjektet. Det er mange gode ideer og tanker som har kommet fram, men det må finnes et eierskap til disse og det håper jeg blir gjort via nye Flendalen utmarkslag og/eller Flendalen Sameiskog.

2.1 Sammendrag

Forprosjektet konkluderer med to hovedsatsingsområder.

Satsingsområde 1:

Etablere en aktiv aktør i utviklingen av utmarksnæringen. Dette innebærer omorganisering av dagens Flendalen viltstellområde til et utmarkslag som har fokus på næringsutvikling.

Satsingsområde 2:

Planlegge etablering av et servicesenter i Flendalen, et senter som kan bistå i produktutvikling, salg og markedsføring av området.

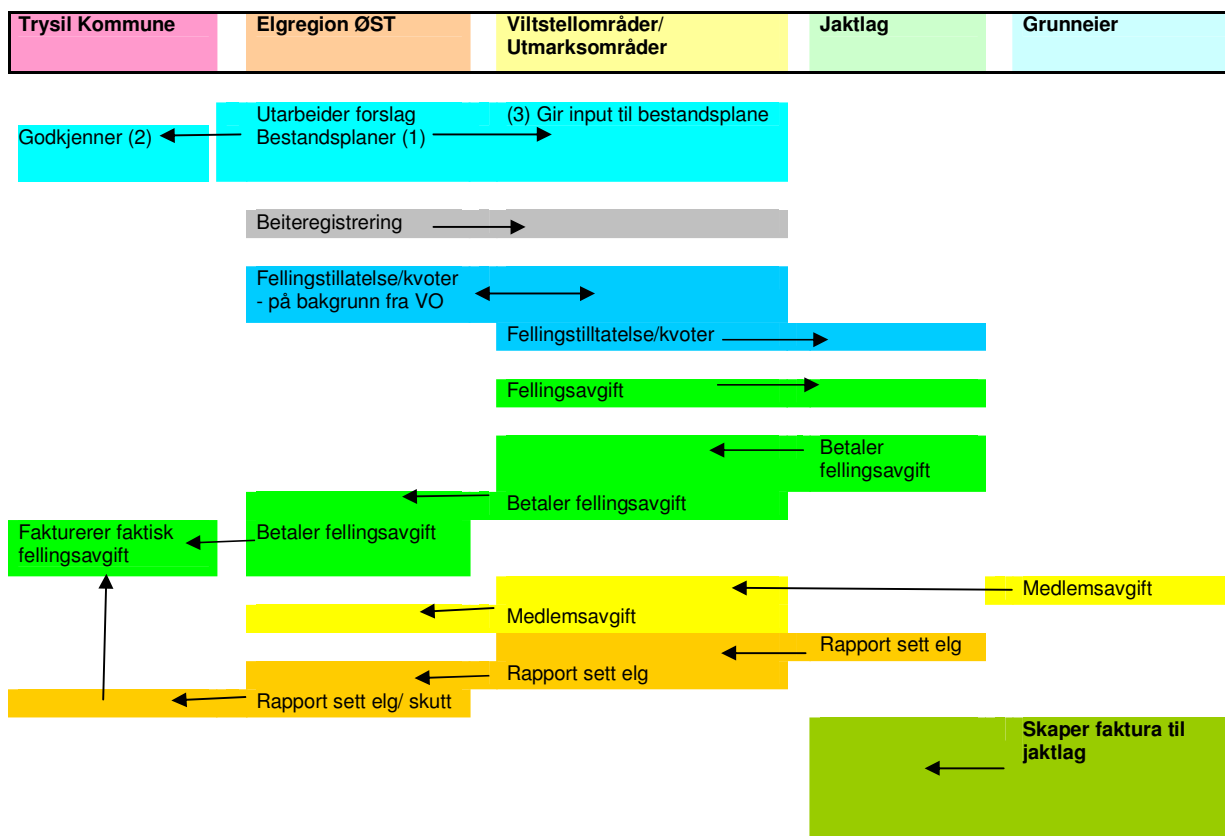
Forprosjektet viser at et hovedprosjekt i regi av Flendalen viltstellområde bare kan inneholde omorganisering av Flendalen viltstellområde. Det er blitt skapt stort engasjement og optimisme blant lokalbefolkningen i Flendalen. Resultatet viser et behov for en storkiosk/servicesenter i Flendalen. Vi har valgt å definere det som et servicesenter, da vi ser et stort potensiale i dette. Det må finnes en aktør som har vilje og muligheter til å eie og evt drive et slikt sted, med et konsept de selv tror på. Forprosjektet oppmuntrer Flendalen sameieskog til å ta tak i plan og etablering av et servicesenter

3 Beskrivelse av Flendalen Viltstellområde

Flendalen viltstellområde består av 66 grunneiere og representerer et areal på 290 000 dekar. Flendalen viltstellområde har et styre som består av Jon Sørby, Jorunn Graff Bjørnersen, Jan Bekken, Frank Robert Lund og Trygve Øvergård. Det geografiske området som Flendalen viltstellområde representerer strekker seg fra Buflodgrenda i sør opp til kommunegrensen i nord, ned mot elva og Engersjøen mot vest og statsskog i øst. Flendalen viltstellområde er medlem i TEUR, og betaler en avgift på 10 øre pr daa, dette gjøres på 292 585 daa, av dette er det ca 234 000 tellende arealer for elgjakt.

Flendalen viltstellområde er en grunneierorganisasjon som arbeider med elgforvaltning, og har ingen økonomisk drift. Styret arbeider med kvotetildeling, rapportering og til dels fakturering. Den største grunneieren er Trysil Kommuneskoger som eier 60% av arealet.

Dagens arbeidsoppgaver innen elgforvaltning for Flendalen viltstellområde kan forenkles, for å synliggjøre dette finner du et flytskjema på arbeidsoppgaver nedenfor.



Forklaring til figuren: De bokser som har samme farge, har tilnærmet de samme arbeidsoppgavene. Dette betyr at når fargen fins under flere vertikale overskrifter, gjøres den på flere steder. Pilene illustrerer flyten i oppgavene, hvilken retning de går.

4 Beskrivelse av næringslivet

4.1 Grenda Flendalen

I Flendalen bor det i underkant av 100 fastboende, hvorav snitt alderen er på 45+. Det er i dag et gardsbruk som driver med geiter, 2 gardsbruk med sau, og 6 gardsbruk som driver med melkeproduksjon. Av disse er det 1 som har seterbruk i sommerhalvåret.

Det er i dag flere selvstendig næringsdrivende som er etablert i Flendalen.

Bryn Gårdsmeieri

Bryn Gårdsmeieri sysselsetter to personer på heltid samt en person på 20% i perioden februar – oktober. Dagens brukere, Astrid og Per Bryn har et gardsbruk med ca 90 geiter. De har bygd et gårdsmeieri på tunet og startet produksjon i 2004. Her ystes mjølka til forskjellige oster, med grunnlag i gamle tradisjoner. Det er en liten gardsbutikk i tilknytning til meieriet. Ostene selges på flere utsalgssteder i Trysil, et i Elverum og et i Oslo (Mors matgleder). Distribusjon gjør Astrid og Per selv.

Målsetningen til Bryn Gårdsmeieri, er å oppnå en stilling til, samt kunne ha en avløser i fjøset slik at man kan oppnå en normal arbeidsdag.

BenteLises Bakst og Mat

Denne virksomheten ledes av Bente Lise Bryn og hun tilbyr catering og bakst. I dag driver Bente Lise først og fremst gården, men tar bestillinger på catering og bakst i vinter halvåret. Ønsker ingen økning / endring på denne næringen.

Tor Magne Enger

Driver eget byggfirma og sysselsetter 4 personer fra 1/11-17/5. Tor Magne har høy etterspørsel og kan sysselsette en person til, men ønsker å knytte til seg en selvstendig næringsdrivende.

Tomas Bryn

Selvstendig næringsdrivende og tilbyr service og tjenester til fastboende og hyttefolk. Etterspørselen etter ulike tjenester fra hyttefolket er så stor at han må si nei i vinterhalvåret.

Flendalen ungdomslag

Eier av Vidsyn som er samfunnshuset i Flendalen. Flendalen ungdomslag fungerer som en tradisjonell velforening, og hovedinntekten får de ved en stor basar hver påske.

4.2 Næringsutvikling i utmark

Det bedrives næringsvirksomhet av kommersiell betydning på arealene til Flendalen sameieskog, samt på vestsiden av Bittermarka. Dette er salg av hytter og hyttetomter. Totalt er det ca 600 hytter i Flendalen viltstellområde sitt geografiske området.

Flendalen Sameieskog ANS består i dag av 25 ideelle andeler, og representerer 21 grunneiere. Flendalen Sameieskog ANS driver med tradisjonelt skogbruk og utmarksdrift i tillegg til salg av hyttetomter.

Flendalen Sameieskog består av følgende hytteområder:

1. Grasbekkåsen, 43 hytter, eldste fra 1960
2. Storkjeldekanken, 57 hytter, 1970-80
3. Gnolla 1, 75 tomter og hytter solgt
4. Gnolla 2, 51 tomter 21 solgt
5. Grasbekkåsen 2, 50 tomter som er godkjent i kommuneplan
6. Rypåssætra og Metsjøfjellet ca 50 tomter

På Grasbekkåsen og Storkjeldekanken er det 40 festetomter.

Flendalen Sameieskog tar en årlig serviceavgift fra hytteeierne som skal finansiere veg, vann og løyper i områdene. Sameieskogen selger løypekjøring til Bittermarka hytteforening, de har som mål å bli best i Trysil på velpreparerte løyper og løypekart. De ønsker å selge løypermaskinen til noen som vil drive på selvstendig basis.

Inntektene kommer fra småviltjakt, hytter og skog. Jaktareal er på 33 000 mål og har plass til ca 10 jegere. Jakta er forbeholdt hytteeiere. Skogsdrift er tradisjonell på ca 600-800 kubikkmeter.

Målgruppen til Flendalen Sameieskog er personer i 40+ som er glad i natur og langrenn.

Øvrige hytteområder

Det fins flere hytteområder i Flendalen viltstellområde. Hvert av disse områdene har sine egne hytteforeninger. Forprosjektet har prøvd å få tilbakemelding og innspill fra Villroa vel og Bittermarka hytteforening uten å lykkes. Elgshøen hytteområdet består av ca 60 hytter.

Av øvrig næring fins salg av elgjakt. Inntekten av elgjakten tilfaller i dag grunneieren direkte, og han / hun velger selv hvordan de vil selge og utnytte elgjakten. På småvilt får grunneieren disse inntektene direkte, her har ikke Flendalen viltstellområde noen medvirkning i dag. På Trysil kommuneskoger sitt areal har Trysil Fellesforening for jakt og fiske en leieavtale som går over 10 år, på bruksretten av fiske og småvilt. Det betyr at forvaltning og salg av fisk og småvilt tilfaller Trysil Fellesforening for jakt og fiske.

5 Markedsdata for Trysil

Destinasjon Trysil¹ satser på familiemarkedet når det gjelder markedsføring. Dette bør vi i prosjektet selvsagt ha i bakhodet når vi ser på muligheter for utvikling. Med det nye Radisson Blu Resort så fins det helt andre muligheter for bedriftsmarkedet.

Trysil satser på følgende markeder i barmarksesongen: Norge, Danmark og Nederland.

Nedenfor følger en nærmere beskrivelse av hvordan Destinasjon Trysil arbeider med de ulike markeder.

Norge

Målgruppe: Familier m/barn, venner og hytteeiere

¹ Destinasjon Trysil er et destinasjonsselskap som skal selge og markedsføre Trysil



Geografisk sted: Akershus, Oppland, Østfold, Osloområdet, Hedmark
Opphold: 2-4 dager
Tid: Juli (lenger opphold), aug-sept (helg), okt (høstferie)
Bestem. tidspunkt: 24% 1-3 mnd før og 14% 3-6 mnd før
Markedsaktiviteter: Utarbeider markedsplan nå, inkl aktiviteter rettet mot hyttetryslinger

Danmark

Målgruppe: Familier m/barn
Geografisk sted: Jylland i hovedsak
Tid: Jun-aug, oktober
Oppholdstid: 3-6 dg
Bestem. tidspunkt: 1-3 mnd før
Markedsaktiviteter: Vandrekampanje og Norgeskatalogen gjennom Innovasjon Norge, fiskemesse

Nederland

Målgruppe: Familier m/barn + par uten barn
Geografisk sted: nordlig del
Opphold: 4-6 dg
Tid: Jun-aug (rundtur)
Bestem. tidspunkt: 46% >6 mnd før
Markedsaktiviteter: Vandrekampanje og Norgeskatalogen gjennom Innovasjon Norge, 2 fiskemesser, (samarbeid TFJF og fiskeaktører)

Nedenfor finner du prioriterte markedsaktiviteter i regi av Destinasjon Trysil 2009/2010

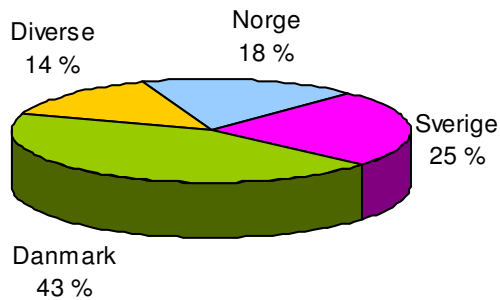
- **Arrangementer**
 - Aktivitetshelg for familien 4.-6. september 2009
 - Jul i bygda hele desember 2009
 - Sykkelritt for hele familien 25.-27. Juni 2010
- **Utvidelse av sykkel- og vandringstilbudet**
 - Trysil skal være Nordens ledende baseferiedestinasjon innen sykkel og vandring før utgangen av 2012, målt i antall kvalitetsmerkede turopplevelser både på kart og GPS.
 - Mål: 50 turtilbud i løpet av 2012
- **Presse**
 - Brukes bevisst til å styrke Trysils stilling nasjonalt også i målmarkedene internasjonalt som et attraktivt reisemål.
 - Sterkere troverdighet knyttet til redaksjonelle omtaler enn dyre annonser
 - DESTINASJON TRYSIL skal på sikt intensivere det proaktive pressearbeidet og øke den redaksjonelle dekning

5.1 Besøksstatistikk

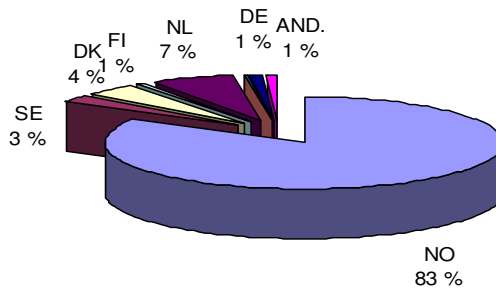
Besøksstatistikken viser at det er på vinteren det skandinaviske markedet har majoritet og på barmark norske gjester.



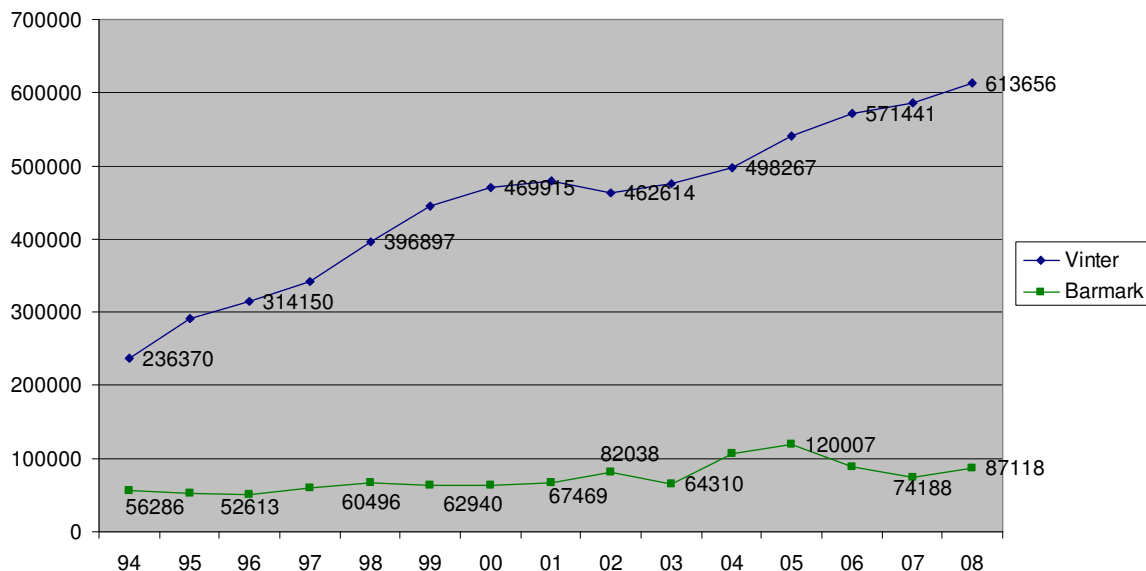
Vinter 2008/09



Markedsandeler barmark 08



Kommersielle gjestedøgn i Trysil



Tabellen over kommersielle gjestedøgn i Trysil taler sitt tydelige språk. Denne viser hvilken kapasitet vi har til å kunne fylle senger også på barmarksperioden. For å minske gapet mellom barmark og vinter er det viktig at vi kan tilby produkter og opplevelser som gjør at gjestene vil komme også i barmarksesong.

5.2 Trender

Trendene gir oss en indikator på hva som vi kan forvente oss av våre kunder i framtiden. Det er viktig å inneha kunnskap om folks reisemønster og valg av destinasjoner, aktiviteter, opplevelser for å kunne tilby det de ønsker. Informasjonen er hentet fra www.innovasjon norge.no

Polarisering

Det forventes at det vil bli en polarisering mellom etterspørselen etter masseturisme på den ene siden og mer kvalitet/individuelle ferier på den andre. Med masseturisme menes

nødvendigvis ikke lav kvalitet. Vi forventer stadig mer til en lavere pris, samtidig som vi ser en gruppe som er villig til å betale mye for "den store opplevelsen".

Demografiske endringer

Demografi blir kalt en megatrend og det er ingen tvil om at endringer i befolkningsstrukturen vil ha en innvirkning på reiselivet ut fra et lengre perspektiv. Vi vet med sikkerhet at det blir flere eldre, samtidig som dagens eldre er "yngre" og har en helt annen helse og aktivitetsnivå enn tidligere generasjoner. De har bedre råd og bruker mer penger på seg selv.

Individualisme og selvrealisering

Dette er det største verdiskiftet som preger vår tid. Vi har gått veien fra en kollektiv tankegang til en individualisert ytringsform. Som en naturlig følge av individualisme kommer selvrealisering. Det blir viktig for oss å utvikle oss som mennesker. Motivet for reisen blir derfor kanskje ikke å se nye steder, men å oppdage og å utvikle seg selv som menneske. Reisen skal bidra til at man tar del i noe større enn seg selv.

Helse og sunnhetstrend

God helse, skjønnhet og ungdom er ensbetydende med lykke i dagens samfunn. Helseferier er i skuddet og kampen mot aldring utkjemper. Helseferier er ikke noe nytt fenomen, men det nye er at friske mennesker reiser på helseferier for å lade batterier, fikse på utseende, trene og å spise sunt. Begreper som "anti-aging" og "down-aging" er noe vi kommer til å se mer til innen reiselivet.

Det autentiske og ekte

Siden opplevelser er i fokus er det viktig at opplevelsen er autentisk og ekte. Lokale kulturopplevelser, med mat og nærhet til naturen, er i fokus. Valg av feriedestinasjon og hva man gjør av aktiviteter i ferien må være meningsfylt og blir tett knyttet opp mot hvordan man vil fremstå.

Klimaendringer og miljøvern

Klimaendringer er en av de viktigste trendene som vil påvirke turistnæringen på lengre sikt. Vi hører uttrykk som grønturisme, økoturisme og retroturisme, samtidig som nettet flyter over av gode råd om hva man bør satse på av ferieformer fremover. Økt bevissthet vil sannsynligvis føre til økt etterspørsel etter produkter som er miljømessig forsvarlige.

Terror

Usikkerheten er knyttet til når nye terrorhandlinger finner sted og hvilke restriksjoner som blir innført som et resultat av disse. Undersøkelser viser at effekten av terrorangrep varer i tre måneder, men selv om turistene ikke lar seg skremme, påvirker dette turistnæringen indirekte gjennom nye internasjonale reguleringer.

5.3 Status analyse

Statusanalysen omhandler både bygdeutvikling og næringsutvikling i utmark.

5.3.1 Styrker

- Lokalbefolkningen har en egen vilje til å skape noe



- Naturen og kulturlandskapet i Flendalen er spesielt, både med tanke på landskap og innhold. Her er det vidder, skog, vann i tillegg til spesielle verneverdige severdigheter (Jaspisbrudd, Hotel Sten, botanikk).
- Bryn Gårdsmeieri er etablert i Flendalen, og har eget utsalg i forbindelse med meieriet. Bryn Gårdsmeieri er i ferd med å bli et etablert varemerke også utenfor Trysil. Fokuset på kortreist mat og bevaring av kulturelle rikdommer øker, og Flendalen har derfor et godt utgangspunkt å bygge videre på.
- Med til sammen ca 600 hytter, både på vest- og østsiden av Metsjøfjellet, betyr det at det finns et godt næringsgrunnlag allerede i dag.
- Det felles 70-80 elger pr sesong, noe som gir muligheter til både kommersiell jakt, foredling og salg av viltkjøtt.
- Etablert ungdomslag og 4H er aktive organisasjoner som jobber for nærmiljø i Flendalen.

5.3.2 Svakheter

- Antall innbyggere i Flendalen er få, og sammensetningen av befolkningen er homogen, dette i tillegg til en negativ befolkningsvekst gjør at utsiktene for økt aktivitet i området er dystre.
- Det er vanskelig å drive landbruk av økonomisk årsaker. Gårdsdrifter legges ned, og dermed livsgrunnlaget for flere av de som er etablert i Flendalen.
- Det fins relativt lite næringsvirksomhet i Flendalen og dermed også lite rekruttering.
- Beliggenhet, det tar ca 25 minutter å kjøre personbil fra Trysil sentrum.

5.3.3 Muligheter

- Grunneierne som aktive aktører i utviklingen av utmarka i Flendalen viltstellområde
- Etablere et servicesenter der man kan selge produkter/tjenester/kafe/mat mm
- Skape opplevelsesbasert industri
- Øke tilflytningen til Flendalen
- Markedsføre Flendalen

5.3.4 Trusler

- Ingen ny bosetning i Flendalen, grenda dør ut.
- Arealplan til kommunen setter begrensninger for utvikling på blant annet utvikling av nye hyttetomter

- Grunneiere ønsker ikke å etablere et utmarkslag – splittelse i viltstellområde. Dette vil føre til at naturbaserte aktører "tar seg til rette" – blir for mange grunneiere å forholde seg til.
- Finanskrisen, ingen vil satse på investering i servicesenter

5.4 Relevante aktører

Utviklingen av et grendesamfunn krever et nært og tett samarbeid mellom kommunen, næringsliv og lokalbefolkning. De naturlige aktørene i utviklingen av området er Flendalen viltstellområde, Flendalen Sameieskog, Trysil Kommune, Destinasjon Trysil og lokalbefolkningen.

5.5 Rammebetingelser

Utviklingen av utmarka og bygdesamfunnet kan få sin begrensning i rammebetingelser gitt i arealplan. De eneste rammebetingelsene vi ser i dag er Trysil Kommune som grunneier ikke ivaretar grunneierretten på småviltjakt og fiske, her kan man skape en næring og et godt inntekstgrunnlag for grunneiere og samfunn. Ordføreren har uttrykt at vi ikke kan regne med å ta med elgjakt på Trysil Kommuneskoger sine arealer i eventuell dannelse utmarkslag. Dette skaper utfordringer da Trysil Kommuneskoger er en stor grunneier innenfor viltstellområdet – og setter hindring i kortsiktig inntjening ved å kommersialisere deler av elgjakta.

6 Framtidige scenarier

Trysil savner en aktør som kan bygge opp noe unikt naturbasert. Vi håper at ved å endre fokus fra ren elgforvaltning til næringsutvikling, kan det komme fram tanker, ideer, produkter og opplevelser som kan være lønnsomme.

Resultatet av forprosjektet peker på 2 satsingsområder som vil være grunnlag for videre arbeid. Det ene er å skape en aktiv aktør av Flendalen viltstellområde slik at de kan bidra til å utvikle reiselivet i Trysil til å bli bærekraftig helårig, samt bidra til å øke avkastning på egen eiendom. Før man ser på hvilke produkter og områder man skal satse på innen utmarksnæring, må det finnes en organisasjon på plass som har fokus på næringsutvikling. Det andre er etableringen av et Servicesenter i grenda Flendalen.

6.1 Scenarier for Næringsutvikling i Utmark

6.1.1 Scenario 1: Ingen endring i struktur og organisering

Dette innebærer at Flendalen viltstellområde fortsatt kommer til å arbeide med elgforvaltning og ingen spørsmål angående næringsutvikling. Arbeidet fortsetter i den form det er i dag.

Konsekvenser for:

Grunneier:

- ingen endring fra i dag

- økt belastning på utmark uten at man får noe igjen, eller mulighet til å påvirke.

Kommune:

- ingen endring fra i dag

Næringsliv

- ingen endring fra i dag

Kunder/Turister

- ingen endring fra i dag

6.1.2 Scenario 2: Etablere en aktiv aktør av Flendalen viltstellområde

For å få frem en aktiv aktør i utviklingen av Flendalen viltstellområde, krever det en omorganisering. Dette innebærer vedtektsendring og etablering av fokus på næringsutvikling. Vi forutsetter at engasjementet forblir som i dag, men at styret i "utmarkslaget" vil være en aktiv aktør i utviklingen av utmarka i dette området. Dette innebærer at Flendalen viltstellområde er med i diskusjon rund områder som skal tilrettelegges. "Utmarkslaget vil være en naturlig partner å samarbeide med for de som vil utvikle noe i dette området.

I etableringen av utmarkslaget ser man på muligheter for å endre eksisterende arbeidsflyt fra dagens viltstellområde. I dag har man flere arbeidsoppgaver som gjøres i flere organisasjoner, se flytskjema over arbeidsoppgaver innledningsvis.

Konsekvenser for:

Grunneier:

- får større mulighet for påvirke tilgang til utmark – organisert slik at man er synlig og dermed lettere å kontakte
- åpner mulighet for økonomisk fordel via utmarkslaget
- Redusere dugnadsarbeid gjennom eksisterende arbeidsoppgaver
- Utmarkslaget blir talerør for grunneierne

Næringsliv:

- En samarbeidspartner å forholde seg til, enklere å samarbeide, strukturere
- Tydeliggjør mulighetene for partnere
- Bindeledd mellom grunneier og næringsliv

Kommune/lokalbefolkning:

- økt aktivitet i grenda
- økt attraksjonskraft for nye innbyggere
- økt antall skattebetalere til Trysil

Turister/Kunder:

- bedre tilrettelagte produkter/ opplevelser
- større utvalg i opplevelser
- profesjonelle aktører

6.1.3 Scenario 3: Etablering av et aktivt Utmarkslag med investeringsmål

Dette scenariet innebærer at utmarkslaget legger ned kapital og ressurser for å investere i produktutvikling i området. Her vil utmarkslaget være eier og kanskje driver av opplevelser og tilbud i utmarka. Dette scenariet bygger på en mer aktiv og engasjert utmarkslag som tør å investere i fremtidig inntjening.

Konsekvenser for:

Grunneier:

- må investere kapital/ egeninnsats
- risikerer kapital
- større og mer aktivitet i området - muligheter for økonomisk vinning
- talerør på vegne av grunneier
- reduserer dugnadsarbeidet, flytter arbeidsoppgavene fra Flendalen viltstellområde til Elgregion eller eksternt.

Næringsliv:

- muligheter for å tilby andre aktiviteter, der utmarkslaget er med på investering og tilrettelegging
- vise vilje til å satse, skape positive ringvirkninger
- utmarkslaget skaper muligheter for et nytt fyrtårn i kommunen

Kommune/ lokalbefolkning:

- flere arbeidsplasser – bedre kommuneøkonomi
- lokalbefolkning som ser muligheter når det skapes noe lokalt
- nye endringer ses ofte på som trussel

Turister/Kunder:

- bedre tilrettelagte produkter/ opplevelser
- større utvalg i opplevelser
- profesjonelle aktører
- enklere med et kjent kontaktpunkt
- skaper lojalitet hos kundene

6.2 Scenario – bygdeutvikling

Resultatet av forprosjektet har utkrystallisert behovet for et servicesenter som bør ivareta tjenester mot hytteeiere og andre turister.

Etter å ha foretatt intervjuer i Flendalen tyder alt på behovet av en storkiosk/servicesenter. Det har kommet opp en rekke forslag på hva man kan gjøre i Flendalen, men dels er det ingen naturlig driver av dette i dag, og dels krever det et organ som har ressurser og fokus for å drive produktutvikling, salg og markedsføring i dette området. Vedlagt finner du idelisten på hva som har kommet fram under idéugnaden. Denne listen er grunnlag for de scenarier som presenteres nedenfor.

6.3 Scenario - bygdeutvikling

6.3.1 Scenario 1: Ingen tiltak på bygdeutvikling, fortsetter som i dag

Dette betyr ingen endring fra det som skjer i bygda Flendalen i dag. Det vil ikke etableres ny næringsvirksomhet i bygda.

Konsekvens for:

Grunneier:

- ingen økt kommersiell aktivitet i området

Næringsliv:

- reduserer muligheten for større omsetning og lønnsomhet i Flendalen
- bygda dør ut, mindre trafikk mindre grunnlag for næringsutvikling

Kommune/ Lokalbefolkning

- fraflytting fra Flendalen
- landbruk blir borte
- fraflytting fra Trysil – mindre skatt til kommunen
- reduserer dagens engasjement hos lokalbefolkningen, optimisme og vilje til å få til noe

Turist/kunde:

- bare hytteeiere som benytter området i sesonger

6.3.2 Scenario 2: Etablering av en storkiosk

Vi forutsetter at Flendalen Sameieskog investerer i bygg og at det kommer en ekstern driver. Konseptet på denne storkiosken er at den skal være åpen i helger og på vintersesong. Her skal man selge basisvarer og noen lokale produkter. Storkiosken fungerer som et informasjonssenter for Flendalen. Flendalen Sameiskog, Utmarkslaget og lokalbefolkningen kan kjøpe tjenester her i form av salg og distribusjon, men bare på helger og ferier.

Konsekvenser for

**Grunneier:**

- øker muligheter for større trafikk til området, derigjennom salg av opplevelser med mer

Næringsliv:

- sysselsetter en person på deltid
- tilrettelegger muligheter for enkelindivider til å kunne distribuere sine ideer/ opplevelser og produkter
- Liten kontinuitet i aktivitetstilbud, skaper usikkerhet om åpningstider med mer

Kommune/Lokalbefolkning:

- åpner mulighet for jobb
- sikrer økt aktivitet i bygda
- beholder pengene lokalt istedenfor utenfor
- økte økonomiske ringvirkninger for destinasjonen
- mulighet for å kjøpe basisvarer i nærmiljøet

Kunder/turister:

- mulighet for å kjøpe basisvarer vil oppfattes som positivt
- lettere tilgang på informasjon om hva som skjer i området – mer informert om mulighetene som finnes
- skape usikkerhet om åpningstider og dermed mindre utnyttelse av tilbudet
- et sted å spise etter en langrennstur, gå tur, guidet tur

6.3.3 Scenario 3: Etablere et servicesenter

Vi forutsetter at Flendalen Sameieskog investerer i bygg og oppretter et driftsselskap som skal drive et servicesenter som er åpent heleåret, der man tar sikte på å jobbe aktivt med de tjenester som nevnes nedenfor. Et servicesenteret vil bety mye mer enn en storkiosk.

Servicesenter bør være følgende:

- Booking på alle typer tjenester til hyttefolket (ved, snø, vask med mer)
- Salgskontor for aktiviteter/ opplevelser i Flendalen (her kan privatpersoner, utmarkslag, og alle typer grupperinger "kjøpe" salg og informasjonstjenester)
- Administrasjon for Sameieskogen (adm. løypekjøring, salg av tomter etc.)
- Restaurant/ kafé
- Resepsjon for løypenettet
- Selge lokale produkter
- Selge basisvarer hytteeiere
- Inngangsportalen for Flendalen viltstellområde

Dette servicesenteret skal være Flendalens ansikt utad, et strukturert organ som skal tilby tjenester på vegne av flere, selge basisvarer i helg og vintersesong. Cafe/restaurant på helg og vintersesong.

Servicesenteret bør ha en helårig ansatt, samt ekstra personal på helger og høysesong for å betjene kafé og info kiosk, da man forventer økt trafikk til dette området.

Konsekvens for

Grunneier:

- mulighet for økt avkastning på eget areal, flere folk til området
- engasjement, og vilje til å etablere noe i området enten som egen eller via utmarkslaget, beitelag, sauelag eller lignende

Næringsliv:

- skaper og åpner muligheter for flere enkeltpersoner til å etablere egen virksomhet, produsere egne produkter og presentere/ selge disse via denne kanalen (servicesenteret)
- skaper arbeidsplass og liv i bygda og området
- øker muligheten til å være med på å tilrettelegge for produktutvikling og aktivitet mot partnere
- øker attraksjonsverdien for eksisterende hytteeiere. De vil ønske å bruke hytta hele året istedenfor bare sesong. Dette i sin tur øker etterspørselen etter flere tjenester/ opplevelser.

Kommune/ lokalbefolkning

- skaper en levende bygd, og troen på en framtid innen utmarksbasert reiseliv
- skaper optimisme om muligheter for å selge egne produkter/ opplevelser via et servicesenter som besitter kompetanse, administrasjon og tilgjengelighet
- øker sannsynligheten for at Flendalen kan bli attraktiv å bo i

Kunder/ turister

- nytt tilbud, legger igjen penger i Flendalen istedenfor andre plasser i kommunen
- et kontaktpunkt å forholde seg til, enklere for kunden
- skaper trygghet for kunden at det er åpent hver dag hele året, men med ekstra service i helgene.'
- Lokal kunnskap om området, lettere for kunden å velge Flendalen som er noe lite og unikt.
- området blir mer attraktivt også utenfor sesong

Intensjonen med forprosjektet var å skape grunnlag for og muligheter til å gjøre et hovedprosjekt, der formålet var å implementere de tiltak man kom fram til i forprosjektet. Nå har resultatet i forprosjektet vist 2 satsingsområder; 1:skape en aktiv aktør av Flendalen viltstellområde, 2:plan og etablering av servicesenter i Flendalen. Hovedprosjekt 1, må eies av Flendalen viltstellområde og hovedprosjekt 2 oppfordres Flendalen Sameiskog å ta eierskap av, med tanke på det næringsgrunnlag som ligger i deres hytteområdet.

7 Finansieringen

Resultatet av forprosjektet har kommet fram til at det må skapes ulike prosjekt, da det fins ulike eiere og interessenter for de målene som er konkludert. Forprosjektet har likevel satt opp forslag til finansiering på de to hovedområdene som er angitt. Det er opp til de ulike eierne av prosjektene å ta stilling til dette.

7.1 Budsjett

Satsingsområde 1: Skape en aktiv aktør av Flendalen viltstellområde

Inntekter	Budsjett
Trysil Kommune Næringsfond	15 000
Egeninnsats arbeidstid Flendalen viltstellområde 4*9*350	12 600
Egeninnsats kapital Flendalen viltstellområde	2 400
Sum Inntekter	30 000
Kostnader	
Personalkostnad 30*400	12 000
Kjøregodtgjørelse	3 000
Informasjonsmateriell	2 400
Egeninnsats, møter 4*9*350	12 600
Sum kostnader	30 000

Satsingsområde 2 – plan og etablering av servicesenter

Inntekter	Budsjett
Kommunens Næringsfond	50 000
Grønt Reiseliv (Innovasjon Norge)	100 000
Smil midler	30 000
Egeninnsats Flendalen Sameieskog	16 000
Egeninnsats kapital Flendalen Sameieskog	25 000
	221 000
Kostnader	
Prosjektleder Planlegge etablering servicesenter	160 000
- finansiering av bygg og drift	
- etablere selskap	
- definere konsept og forretningsplan	
- plan for fysisk etablering	
- personal	
- arkitekt	
Personalkostnad 400*400	
Godtgjørelse Arbeidsgrupper- organisasjonsendring/ konsulent	10 000
Informasjonsmateriell	5 000
Egeninnsats, møter 5*10*350	16 000
Markedsundersøkelse	30 000
	221 000

7.2 Fremdrift og milepæler

Nedenfor vises en aktivitetsplan for de ulike hovedprosjektene. Aktivitetsplanen for å skape en aktiv aktør av Flendalen viltstellområde bør iverksettes i oktober, og det bør legges fram forslag om vedtektsendring på årsmøte i mars 2010. Årsmøte vil bli milepælen for hvor vidt Flendalen viltstellområde ønsker å vise et større engasjement med næringsutvikling.

Aktivitetsplan – Skape en aktiv aktør av Flendalen viltstellområde

Aktivitet	Beskrivelse	Dato	Ansvarlig
Arbeidsmøte * 2		nov.09	Styret
Møte TFFJF + Kommuneskoger	Arrondering av areal	nov.09	Styret
Vedtekter	Skape forslag på vedtektsendring	des.09	Styret
Informasjonsmøte - alle grunneiere	Legge frem forslag på omorganisering - hva dette innebærer. Inntekter og kostnader, administrasjon, aktiv partner	jan.09	Styret
Årsmøte	Endring av organisasjonsform	mar.10	Styret
Mål for "utm.laget" Forretningsplan	"smak av natur" - gourmet opplevelse Sommer = feriested for barn Vinter = servering av vilt og gourmet mat i fjellheimen		Nye styret
Ferdigstille prosjekt / tiltak	Etablert utmarkslag	mar.10	

Når det gjelder satsingsområdet 2 må det være opp til Flendalen Sameiskog å skape sin egen handlingsplan med utgangspunkt i hva deres mål og ambisjon er med Servicesenter. Nedenfor har vi lagt en skisse som utgangspunkt for videre arbeid.

Aktivitetsplan plan og etablering av Servicesenter

Aktivitet	Beskrivelse	Dato	Ansvarlig
Definere konsept	Sammenfatte konsept og innhold - eiere av bygg - drivere - forretningside		Flendalen Sameieskog
Finansiering	Hvem skal stå som hovedaksjonær		Flendalen Sameieskog
Markedsundersøkelse	Gjennomføre markedsundersøkelse mot hytteeiere, lokalbefolkning, overnattingssteder og aktivitetsbedrifter. I markedsundersøkelsen skal vi bakte inn behov og utnyttelse av naturbasert opplevelser		
Oppstartsplan	Når finansiering og investering er på plass, skapes en oppstartsplan, oppstartsplanen bør inngå i hovedprosjektet.		
Driftsplan	Hvilke produkter og tjenester skal inngå?		
Avtale div underleverandører	Knytte til seg leverandører av tjenester og produkter, forpliktelser mot kunde		

7.3 Organisasjon og ansvar

Prosjektet med Omorganisering av Flendalen viltstellområde ønskes å bestå av følgende:

Styringsgruppe = Styret i Flendalen viltstellområde

Prosjektleder omorganisering: Styreleder Flendalen viltstellområde

Referansegruppe: Etter behov

Styret i Flendalen viltstellområde ønsker å ta inn sekretær hjelp fra TEUR i dette arbeidet.

Organisasjonen og ansvar for etablering av Servicesenteret overlater vi til Flendalen Sameiskog.

8 Konklusjon – resymé

Resultatet av forprosjektet viser to hovedområder som det bør satses på: Det ene er å skape en aktiv aktør av Flendalen viltstellområde til et utmarkslag slik at man kan få fokus opp på næringsutvikling. Dette bidrar til at grunneierne i området oppnår 2 ting a) kan være med på å regulere tilgang til egen utmark b) øke avkastning på eget areal ved å være en attraktiv part i utviklingen av naturbasert reiseliv. De ideer og tiltak som har kommet fram under forprosjektet kan være gode å ha med seg ved etableringen av et utmarkslag og innholdet i dette. Det vil være vanskelig å finne produkter/ tilbud i utmark, om ikke grunneierne er organisert på en annen måte, og har viljen til å satse på næringsutvikling. En ny organisasjon må derfor på plass først.

Trysil som destinasjon satser stort på helårsturismen, og i den forbindelse bør grunneieren være mer aktiv i utviklingen av Trysil og fremme næringsutvikling. Ser man på forslag til ny friluftsløvslov bør man være interessert i å regulere tilgangen til sårbare områder, iom at forslaget åpner for mer fri ferdsel.

Flendalen viltstellområdene sine arealer har en fantastisk beliggenhet og det fins potensiale i å utnytte utmarka kommersielt kortsiktig og langsiktig. På kort sikt så kan inntjeningen ligge i mer kommersiell jakt enn det som er i dag. Organisering og struktur rundt jakt er allerede etablert, så en inntjening her vil kunne skje raskt. Ser man på et lengre perspektiv bør man gå i tettere dialog med flere aktører, avhengig av hva utmarkslaget selv vil satse på.

Utfordringen tidligere har vært at Trysil Kommuneskoger (heretter kalt TKS), Leier ut retten til småvilt til en brukerorganisasjon. Det har blitt ført diskusjoner rundt arrondering av areal i Flendalen viltstellområde for å få til en løsning med fellesforeningen og et utmarkslag. Både ordfører, fellesforening og grunneier er positive til å se på denne typen løsninger.

Jakt har stor økonomisk betydning og kan gi betydelige tilleggsinntekter i utmarksnæringa, både i form av kjøtt og opplevelser knyttet til jakt og utmarksturisme.

Det ble i 2007/08 felt 36 600 elg i Norge. Dette ga rundt 4,8 millioner kg. elgkjøtt, til en førstehånds verdi på 336 millioner kroner (2008). Dette tilsvarer ca 70 prosent av verdien for alt stort hjortevilt. Jakt har derfor stor økonomisk betydning og kan gi betydelige tilleggsinntekter i utmarksnæringa både i form av kjøtt og opplevelser knyttet til jakt og utmarksturisme (kilde: landbruks- og matministeren i sin åpningstale ved Nasjonalt Elgsenter).

Når det gjelder opplevelser knyttet til elg, viser tall fra en undersøkelse i regi av Norges Skogeierforbund og Reiselivsbedriftenes Landsforening i 2003 at det er mulig å doble salget av opplevelsesprodukter innen jakt til 600 mill. kroner. Legger vi til tjenester i form av hytteutleie, guiding m.m., er vi oppe i en total omsetningsverdi på rundt 700 millioner kroner for opplevelsesprodukter.

Det bør derfor være et mål å utnytte den bærekraftige naturressursen elgen representerer, den ledige overnattingskapasiteten, de ledige jakt dagene og de ledige jaktområdene.

En større grad av kommersialisering behøver ikke medføre at folks adgang til elgjakt minker. Tvert imot kan dette føre til et større tilbud og et bredere spekter av produkter og opplevelsesmuligheter.

Og dette er et viktig aspekt, for det dreier seg ikke bare om næringsutvikling, men også om kultur og bosetting. *Kilde Landbruks- og matminister Lars Peder Brekk.*

I samband med at man omorganiserer til et utmarkslag bør man se over arbeidsoppgavene som ligger hos viltstellområde i dag. Som vist tidligere i rapporten er det oppgaver som gjøres dobbelt både hos viltstellområde og hos Elgregion Trysil Øst. Her finns besparingsmuligheter i form av arbeidstimer.

Når utmarkslag er etablert kan arbeide med å se på konsept og innhold i henhold til markedet starte. Hva utmarkslaget skal satse på er på dette tidspunkt usikkert. Det viktigste budskapet med omorganiseringen, er at Flendalen viltstellområde blir en parter å regne for alle de som etter hvert ønsker noen form av aktiviteter i området. Forprosjektet anbefaler derfor at hovedprosjektet går for scenario 2 som er beskrevet tidligere. Dette prosjektet bør igangsettes i oktober 09 og være klart til mars 2010.

Forprosjektet viser at det er behov for et servicesenter i Flendalen. Næringsgrunnlaget for denne ligger hovedsakelig hos hytteiere. Det fins 3 personer i dag som yter service og tjenester til hytteiere, og de kunne ha "solgt" mer. Dette viser at strukturerer man opp tilbudet og selger dette aktivt, bør man ha et godt grunnlag for et servicesenter som kan sysselsette 1-2 personer hele året. Et servicesenter bør være et gjennomarbeidet konsept, der man er unik med tanke miljø og bærekraft. En ide vil være å koble seg på bærekraft prosjektet som er i regi av DT.

Salgskanalen til alt som skjer i Flendalen viltstellområde bør gå via servicesenteret. Dette for å finansiering samt fokus på hele området fra en kanal.

For at man skal kunne iverksette noe av de tiltak som er nevnt av lokalbefolkning, krever det et senter som har fokus på og som fungerer som salgskanal for alle tilbud. I dag fins ikke dette apparatet og heller ingen aktivitetsbedrift som er etablert i området. Etter samtaler med Villmarkskompaniet², har ikke de noen satsinger nå som går i retning Flendalen. De ser et potensial i å utnytte villmarken kommersielt både hva gjelder jakt og kiting. Det fins ingen mottaker av slike spørsmål i dag og derfor er ikke dette "frontet" på noe området.

Satsningen på plan og etablering av servicesenter i Flendalen, er veldig viktig sett fra et bygdeutviklings- og et næringslivs perspektiv. Dette senteret bør eies av Flendalen sameieskog da det er de som selger hyttetomter i området, og det er disse som danner næringsgrunnlaget for et servicesenter. Forprosjektet oppmuntrer Flendalen Sameieskog til å ta tak i prosjektet med etablering av servicesenter, og gå for scenario 3 om det fins grunnlag for dette. I den forbindelse anbefales det å gjøre en markedsundersøkelse på behov av innhold i et slikt senter. En markedsundersøkelse bør kunne finansieres av flere interessenter i Trysil, både aktører, Destinasjon Trysil og evet kommune. Lokalbefolkningen i Flendalen er positive til alle aktiviteter som kan skje i Flendalen, og etter dette forprosjektet er optimismen stor, og det er derfor viktig at Flendalen Sameieskog tar tak i planleggingen av servicesenter så fort som mulig.

Vedlegg 1: Ideliste med opplevelser og ting å gjøre i Flendalen viltstellområde
Vedlegg 2: Liste med navn over potensielle hjemvendere

² Trysil største aktivitetsbedrift