

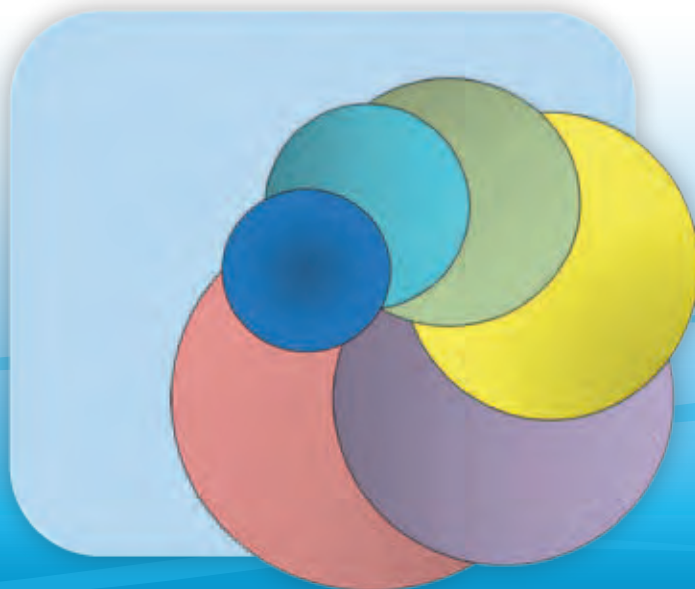


farnet

VEJLEDNING #5



Diversificering af fiskeriområderne



Indholdsfortegnelse

Indledning	3	2.3 Miljøet og nye muligheder	
1. Basale spørgsmål om diversificering	4	<i>i den grønne økonomi</i>	16
1.1 Hvorfor diversificere fiskeriområderne?	4	Dataindsamling og forskning	17
Faldende rentabilitet og beskæftigelse i		Bevaring	18
fiskerisektoren	4	Renholdelse og bekæmpelse af forurening ...	20
Risici forbundet med afhængighed af nogle få		Vedvarende energi	22
nøgleerhverv	4	Vigtige erfaringer	25
Generel nedgang i den lokale økonomi	5	2.4 Turisme	25
Marginaliseringen af fiskerisektoren	5	Overnatning	27
Nye muligheder for intelligent, bæredygtig og		Fødevarer	29
inklusive (samt blå) vækst	5	Aktiviteter	31
1.2 Hvad er en "diversificeringsstrategi" for		Pakkeprodukter for turister: kulturarvsruter ...	34
fiskeriområderne?	6	Vigtige erfaringer	36
Begrebet "diversificering"	6	2.5 Kreative fag: kunst og kultur som springbræt til	
Behovet for en strategisk tilgang	7	økonomisk udvikling	37
1.3 Diversificering i hvilken retning?	8	Museer og udstillinger	37
Traditionelle eller nye sektorer?	8	Temalandsbyer	39
Sikre additionalitet og undgå dødvægt	8	Festivaler	41
		Vigtige erfaringer	42
2. Hvilke typer diversificering		2.6 Sociale tjenester og erhvervelse	
kan lade sig gøre?	10	af kvalifikationer	43
2.1 Overblik over mulige diversificeringsløsninger 10		Plejetjenester og erhvervsdrivende foreninger	43
Hvordan har vi fordelt eksemplerne?	10	Vuggestuer og børnepasning	46
2.2 At skaffe ekstra indtægt fra biprodukter af		Social samhørighed	47
fiskeriaktiviteten	11	Erhvervelse af kvalifikationer	48
Fiskemel og dyrefoder	13	Vigtige erfaringer	52
Gødning og kompost	13	3. Vigtige trin i gennemførelsen	
Biobrændsler	13	af en diversificeringsstrategi	53
Nye fødevarer og kosttilskud	15	3.1 Indledning	53
Kosmetik og lægemidler	15	3.2 Hvilken rolle spiller FLAG?	54
Vigtige erfaringer	15	Mennesker: diversificeringens motorer	56
		Koordinerede støttepakker	59
		Timing	61
		Sted	62
		Konklusioner	64

Fotografier:

FARNET (5, 7, 9, 20, 32, 45, 57, 62), The Thurso River (19), Verein Ökologisch Wirtschaften, Pellworm (23), Hotel Almadraba de Conil (27), The Captain's Galley Seafood Restaurant (30), Joao Quaresma (34), Zuzemberk Castle, Archive of the Heritage Trails, Dolenjska and Bela krajina (35), FLAG Var (39), Maria Idziak (40, 54), Paolo Zitti (41), Regenboogforel (44), Isabelle Possedon (47), FLAG Northern and Eastern Lapland (51), Istockphoto (59), PhotoDisc (61).

Bidragydere:

Urszula Budzich-Szukala, Monica Burch, Paul Soto, John Grieve, Eamon O'Hara, Gilles van de Walle, Serge Gomes da Silva, Susan Grieve.

Tak til:

FARNET Support Unit vil gerne takke alle, der har bidraget til denne vejledning med oplysninger og casestudier, navnlig Rémi Bellia (fiskeriturisme), Kees Manintveld og Rosita Van Steenis (plejebuget Regnbueørreden), Wacław Idziak (temalandsbyer i Polen), Marko Koščak (kulturarvsrute i Dolenjska og Bela Krajina), Antonio Brenes og M^a Dolores Caro (Hotel Almadraba Conil), Hans Martin Lorenzen (vedvarende energiproduktion på øen Pellworm), Markku Ahonen (turistuddannelse for fiskere i Finland), Louwe Post (fiskerikonsulentprojekt), Katia Frangoudes (lokale restauranter på Tenerife og Korsika), Maria Baptista (onlinemuseum CCC i Portugal), Michael Gerber (Bremerhaven fiskerihavnsmuseum), Tony Piccolo (biodiesel fra fiskeaffald), Laura Gagliardini ("Porti Aperti"-festival i Ancona), Jim Cowie (Captain's Galley), Simon Laird (Thurso River-projektet), Deborah Gillatt (fiskerividenskabeligt partnerskab) og Jon Pressnell (Bar à Trucs).

Produktion:

DevNet geie (AEIDL/Grupo Alba)/Kaligram.

Redaktør: Europa-Kommissionen, Generaldirektoratet for Maritime Anliggender og Fiskeri, Generaldirektøren.

Ansvarsfraskrivelse: Selv om Generaldirektoratet for Maritime Anliggender og Fiskeri har ansvaret for den overordnede fremstilling af denne publikation, er det ikke ansvarligt for nøjagtigheden, indholdet eller de synspunkter, der fremsættes i de enkelte artikler. Medmindre andet er angivet, har Europa-Kommissionen ikke antaget eller på nogen måde godkendt synspunkter, der forekommer i denne publikation, og udtalelserne heri må ikke opfattes som Kommissionens udtalelser eller som en udtalelse fra Generaldirektoratet for Maritime Anliggender og Fiskeri. Europa-Kommissionen garanterer ikke for nøjagtigheden af de data, der er medtaget i denne publikation, og hverken Europa-Kommissionen eller personer, der handler på dens vegne, påtager sig ansvaret for anvendelsen af dem.

© Den Europæiske Union, 2011.

Trykt i Belgien på genbrugspapir.

Indledning

De aktuelle samfundsøkonomiske udfordringer, som Europas fiskerisektor står over for, kræver en bred vifte af foranstaltninger, for at fiskerne og deres familie samt fiskersamfundenes øvrige indbyggere kan forbedre deres levebrød. En af løsningsmulighederne i Den Europæiske Fiskerifonds (EFF) prioriterede akse 4 er **økonomisk diversificering af fiskeriområderne**.

Akse 4 støtter "bæredygtig udvikling af fiskeriområder" gennem strategier, der udformes af lokale partnerskaber samlet i lokale fiskeriaktionsgrupper (FLAG'er). Disse strategier kan omfatte aktiviteter, som diversificerer økonomien i deres lokalområde og sikrer fiskersamfundet **ekstra arbejdspladser og indtægt**. I nogle FLAG-strategier henvises der kun til diversificering generelt. I andre har partnerskabet allerede medtaget foreløbige ideer til den retning, denne diversificering skal tage. I begge tilfælde kan definitionerne af diversificering variere fra aktiviteter, som kun vedrører fiskere, til bredere strategier for diversificering af hele området.

Denne vejledning er henvendt til de FLAG'er, der har diversificering som et af målene for deres strategi, samt til potentielle støttemodtagere, som ønsker at gennemføre diversificeringsprojekter.

Vejledningen er opdelt i tre kapitler:

- > I kapitel 1 præsenterer vi de basale spørgsmål vedrørende diversificering af fiskeriområderne. Det er spørgsmål, som mange FLAG'er vil stille undervejs i udformningen eller ajourføringen af deres strategi og i deres arbejde med projektinitiativtagere og i projektudvælgelsen.
- > I kapitel 2 præsenterer vi en lang række potentielle diversificeringsaktiviteter, som kan inkluderes i en diversificeringsstrategi for fiskeriområderne. Dette kapitel illustreres med mange eksempler fra aktuel lokal udviklingspraksis.
- > I kapitel 3 gennemgår vi nogle af de centrale aspekter, som FLAG'en bør tage hensyn til for at opnå en vellykket diversificering i et fiskeriområde.

Vejledningen rummer også henvisninger og nyttige links.

1. Basale spørgsmål om diversificering

1.1 Hvorfor diversificere fiskeriområderne?

Der kan være mange grunde til, at et fiskersamfund ønsker at diversificere den lokale økonomi. De primære grunde er:

at imødegå faldende rentabilitet og beskæftigelse i fiskerisektoren

at afbøde risici forbundet med for stor afhængighed af et eller få nøgleerhverv

at modarbejde en mere generel nedgang i den lokale økonomi

at modvirke marginaliseringen af fiskerisektoren i områder under udvikling

at udnytte nye muligheder for intelligent, bæredygtig og inklusiv (samt blå) vækst.

Faldende rentabilitet og beskæftigelse i fiskerisektoren

Gennem de seneste årtier har europæisk fiskeri været udsat for alvorlige begrænsninger, der har givet sig udslag i faldende rentabilitet og tab af arbejdspladser. Disse begrænsninger skyldes dels indsatsen for at bevare fiskebestandene, dels at der tabes markedsandele til importvarer, og at indkøbsomkostningerne er stigende. Ifølge Europa-Kommissionen faldt beskæftigelsen i fangstsektoren med 31 % fra 2002 til 2008¹.

¹ Den årlige økonomiske rapport om den europæiske fiskerflåde, 2010, <https://stecf.jrc.ec.europa.eu/home>.

EU's politikere har gennem EFF taget skridt til at løse disse problemer, men alligevel siger de fleste prognoser, at det antal fiskere, der kan leve af fiskeri alene, sandsynligvis fortsat vil falde. Virkningen af disse forandringer rækker ofte ud over fiskerisektoren og påvirker fiskernes familie og samfundet som sådan. Det gælder i særlig grad i områder, som traditionelt har været afhængige af fiskeriaktiviteter som en af de primære kilder til beskæftigelse og indtægt.

Risici forbundet med afhængighed af nogle få nøgleerhverv

Afhængighed af et eller to nøgleerhverv er risikabelt for enhver lokal økonomi, fordi hele området bliver påvirket af det, når disse erhverv er i krise (af grunde, som lokalsamfundet måske ikke har indflydelse på). Selv om fiskerisektoren er forholdsvis velstående, er det derfor vigtigt at sikre sig, at den lokale økonomi er så forskelligartet som muligt. For stor afhængighed af turisme eller fødevareproduktion er lige så risikabelt som afhængighed af fiskeri. Dette princip bør man også holde sig for øje, når lokale aktører forsøger at opmuntre eksterne erhvervsdrivende til at investere i området. Investorer udefra kan blive en vigtig kilde til kapital og arbejdspladser til de lokale indbyggere, men man skal passe på ikke at skabe ny afhængighed.

Generel nedgang i den lokale økonomi

Nogle kyst- og ferskvandsfiskeriområder er i generel økonomisk nedgang, ofte i kombination med befolkningsaldring eller affolkning. Der er ofte tale om fjerntliggende fiskersamfund, hvor mange landsbyer næsten ikke har flere fiskere tilbage, fordi de unge flytter til byerne for at udnytte de bedre uddannelses- og beskæftigelsesmuligheder der. Resultatet kan være en negativ spiral i både den lokale økonomi og leveringen af offentlige tjenesteydelser. Aktiviteter, der fremmer økonomisk diversificering, kan bidrage til at puste nyt liv i sådanne samfund og i sidste ende gavne fiskerne, fordi deres lokalsamfund således kan fortsætte med at være levedygtigt og et egnet sted at bo og arbejde.

Marginaliseringen af fiskerisektoren

Mange fiskeriområder ligger i eller tæt ved vækstcentre med stærk økonomisk vækst (f.eks. attraktive kystbyer og turistdestinationer), men fiskersamfundene får ikke altid det fulde udbytte af denne vækst. Faktisk kan et øget pres på jordpriserne, konkurrence om udnyttelsen af havet og vækstsektorenes økonomiske betydning, f.eks. turisme, betyde, at fiskerne bliver marginaliseret og isoleret. I så fald er det vigtigt at udnytte de økonomiske muligheder i området på en måde, der også gavner fiskerne og deres familie.



Nye muligheder for intelligent, bæredygtig og inklusiv (samt blå) vækst

Kystområderne rummer over 40 % af Europas befolkning og er klare mål for mange af de udviklingsmuligheder, der indgår i Europa 2020-strategien. Europa-Kommissionen har nu planer om at opmuntre til klyngedannelse inden for "blå vækst". Europas søer og indre vandveje har også et uudnyttet potentiale til jobskabelse og indtægter for lokalbefolkningen. Og alligevel gennemføres mange af de fremsynede strategier og programmer for innovation og iværksættelse i disse områder uden kontakt med fiskersamfundene. Akse 4 er en vigtig mulighed for at kombinere det menneskelige potentiale, som ligger i fiskersamfundene, og de miljømæssige og økonomiske muligheder, der også ligger her.

En FLAG, der skal beslutte, hvorvidt det er nødvendigt med diversificering i dens område, og bestemme omfanget heraf, skal finde svar på spørgsmål som:

- > *Hvor afhængigt er vores område af fiskeriet? Hvordan forventer vi, at udviklingen bliver over de næste 5-10 år?*
- > *Hvilke sektorer eller dele af vores område er i økonomisk nedgang, og i hvilke (hvis nogen) er der vækst? Hvilke konsekvenser har det for fiskerne og deres familie og for andre indbyggere?*
- > *Er der samfund i vores område, som er særlig påvirket af tabet af indtægter fra fiskeri?*
- > *I hvilket omfang er lokalsamfundet forberedt på forandring? Hvad skal der gøres ved det?*

1.2 Hvad er en "diversificeringsstrategi" for fiskeriområderne?

I denne vejledning bruges udtrykket "diversificeringsstrategi" om den sammenhængende strategi, som følges af en FLAG sammen med lokale aktører for at forbedre levevilkårene og styrke den lokale økonomi ved at skaffe alternative eller supplerende indtægtskilder.

Begrebet "diversificering"

Diversificering i forbindelse med fiskeri kan forstås på mange forskellige måder. Nogle forfattere lægger f.eks. følgende betydning i ordet "diversificering":

1. diversificering af de primære produktionsaktiviteter (f.eks. nye fiskerimetoder og redskaber) – dvs. diversificering inden for fiskerisektoren
2. diversificering af aktiviteter i værdikæden for fisk (ofte til områder, der skaber merværdi for fiskeprodukterne: direkte salg, markedsføring osv.)
3. multiaktivitet, hvor fiskerne og deres familie fortsat henter en vis indtægt fra fiskeriet, men også udøver supplerende erhverv som turisme eller catering
4. diversificering i bredere forstand af fiskeriområdet som sådan til sektorer, der ikke har med fiskeri at gøre, f.eks. sociale tjenesteydelser, vedvarende energi eller nye sektorer.

I en række FARNET-publikationer, herunder et nummer af Farnet-magasinet og en teknisk vejledning, har vi allerede behandlet spørgsmålet om merværdi til fiske-riprodukter. I denne vejledning har vi primært fokuseret på de **sidste to typer diversificering** (c) og (d), dvs. de aktiviteter, som ligger uden for fiskerisektoren. Denne diversificering er relevant for mange typer områder og giver fiskerne, deres familie og andre medlemmer af fiskersamfundet en mulighed for at skabe nye kilder til beskæftigelse og indtægt, samtidig med at den sikrer levering af tjenesteydelser, der kan bidrage til at bevare fiskeriområderne som levedygtige steder, hvor man fortsat kan bo, fiske og drive forretning.

Følgende tabel viser begrebet "diversificering", som det bruges i denne vejledning.

Fiskere og deres familie	Nye redskaber, metoder, arter osv.	Diversificering inden for fiskerisektoren (a)
	Nye aktiviteter i tillæg til fiskeri	Multiaktivitet (c)
	Nye aktiviteter i stedet for fiskeri	Diversificering (d)
Produkter (fisk)	Direkte salg, korte distributionskæder, udnyttelse af lokale produkter, forarbejdning i lille målestok osv.	Merværdi (b)
Område	Aktiviteter i sektorer, der er nye i området, f.eks. turisme, kultur, tjenesteydelser, maritime sektorer osv.	Diversificering (d)

Behovet for en strategisk tilgang

EFF's akse 4 understreger behovet for en "**strategisk tilgang**" baseret på områdets specifikke karakteristika (sædvanligvis beskrevet i en SWOT-analyse). Den skal repræsentere en sammenhængende pakke af aktiviteter, som supplerer hinanden i løsningen af de udfordringer, som fiskerisektoren står over for, frem for isolerede foranstaltninger. Det er nødvendigt med en sådan sammenhæng, ikke blot for at undgå, at et projekt, der får støtte, modarbejder et andet (f.eks. når placeringen af en vindmøllepark har en negativ virkning for landskabet), men også for at opnå synergier (at nå flere mål med ét projekt som f.eks. at tiltrække turister og samtidig styrke den lokale identitet eller skabe "grønne job").

I tråd med denne tilgang tilrettelægger hver FLAG sine aktiviteter ud fra en udviklingsstrategi for sit område. I mange tilfælde suppleres der med en mere detaljeret handlingsplan, der viser, hvordan FLAG'en forventer at gennemføre sine strategiske målsætninger. I denne vejledning bruger vi udtrykket "diversificeringsstrategi" i betydningen alle en FLAG's aktiviteter, som er rettet mod øget diversificering af områdets økonomi. Vi **foreslår ikke, at FLAG'erne udvikler en separat strategi for netop diversificering**, men at diversificeringsaktiviteterne er velplanlagte, systematiske og



rettet mod de strategiske målsætninger. De skal også gennemgås jævnligt, og handlingsplanen skal ajourføres efter ændringer i nye situationer og ændrede behov.

En FLAG, der gennemfører en strategi for at diversificere sit område, skal finde svar på følgende spørgsmål:

- > *Indeholder vores strategi diversificeringsaktiviteter?*
- > *Hvilke typer aktivitet giver fiskersamfundet og området størst merværdi?*
- > *Hvordan er de forskellige aktiviteter forbundet, og hvordan supplerer de hinanden?*
- > *Hvordan sikrer vi samarbejdet mellem de forskellige partnere for at opnå synergi i diversificeringsindsatsen?*

1.3 Diversificering i hvilken retning?

Man bør huske, at ikke alle områder har det samme diversificeringspotentiale, så man må nøje overveje valget af strategi. F.eks. er ikke alle områder lige attraktive for turister eller har lige værdifulde miljøaktiver. Diversificering til nye aktiviteter kan også være en udfordring for lokalbefolkningen med hensyn til kvalifikationer og tilpasningsevne. Derfor er det kompliceret at gennemføre en diversificeringsproces, og det kræver en række kombinerede bestræbelser at sørge for, at de nødvendige forudsætninger er til stede (se kapitel 3).

Traditionelle eller nye sektorer?

Mange fiskeriområder beslutter at bygge deres diversificeringsstrategi op om **lokale aktiver**, som allerede er identificeret af lokalsamfundet. Heri indgår naturværdier såsom landskabet eller den biologiske mangfoldighed, som kan tiltrække turister, men også mindre håndgribelige aktiver som kvalifikationer og traditioner, der gør det muligt at udvikle markeder for unikke fødevarer eller kulturelle begivenheder. Denne tilgang egner sig til den indledende fase af en diversificeringsstrategi, da områdets særlige iboende styrker kan være et godt udgangspunkt for at udvikle den lokale økonomi.

Imidlertid kan nogle fiskeriområder have potentiale til at komme længere end strengt "lokale" aktiviteter med bredere projekter inden for f.eks. informationsteknologi, energi eller andre maritime sektorer. I sådanne tilfælde bør FLAG'en ikke kun ty til de velkendte diversificeringsløsninger, men forsøge at finde **nye muligheder** – ikke i betydningen "moderne", men fordi markedsmulighederne kan være større, og sådanne erhverv sommetider giver et højere afkast end de traditionelle sektorer. Det må forventes, at disse nye sektorer sammen med støtte til innovation vil få en fremtrædende plads i EU's fremtidige politikker for fiskeriområderne.

Sikre additionalitet og undgå dødvægt

Når man planlægger en diversificeringsstrategi, er det vigtigt at huske, at projekter, der støttes af FLAG'en, skal skabe reelle **ekstra** indtægter og arbejdspladser og ikke erstatte eller flytte de eksisterende. F.eks. kan en FLAG beslutte at støtte en lokal restaurant, som lover at skabe fem fuldtidsjob. Men medmindre denne nye restaurant faktisk forøger markedet, er det muligt, at den blot konkurrerer om det eksisterende marked med andre lokale restauranter og dermed påvirker deres omsætning negativt. I dette tilfælde kan offentlig støtte måske nok skabe fem nye job, men også ende med at flytte det samme antal, hvis de øvrige restauranter tvinges til at lukke eller skære ned i bemanningen.

Man må også huske på, at nogle erhvervssektorer kan have et større jobskabespotentiale uden at flytte eksisterende job, f.eks. den sociale sektor og de kreative fag, hvor der sandsynligvis er uopfyldte behov at dække, og hvor markedet er mindre konkurrencepræget end i andre sektorer. Det modsatte kan gælde sektorer som turisme og detailhandel.

Når man søger projekter til diversificering af fiskeriområdet, er det vigtigt at undgå at finansiere de projekter, som sandsynligvis ville blive gennemført også uden offentlig finansiering – det kaldes at undgå "dødvægt". Finansiering fra akse 4 til diversificeringsaktiviteter bør koncentreres om de projekter, som ikke ville have været mulige ellers. Der findes mere information om principperne for en FLAG's aktive projektudvælgelse i FARNET-vejledningen "Vejen til succes".



En FLAG, der gennemfører en strategi for at diversificere sit område, skal finde svar på følgende spørgsmål:

- > *Hvilke primære aktiver har vi i vores område, som giver diversificeringsmuligheder?*
- > *Har vi kigget grundigt nok på de muligheder, der ligger i nye typer tjenesteydelser og nye sektorer?*
- > *Sikrer vores strategi eller udvælgelseskriterier støtte til et tilstrækkelig bredt udvalg af økonomiske sektorer? Hvordan kan vi gøre det bedre?*
- > *Hvordan kan vi sikre, at støtten til visse projekter ikke har en fortrængningseffekt på andre økonomiske aktiviteter i vores område? Hvordan kan vi undgå "dødvægt"?*

2. Hvilke typer diversificering kan lade sig gøre?

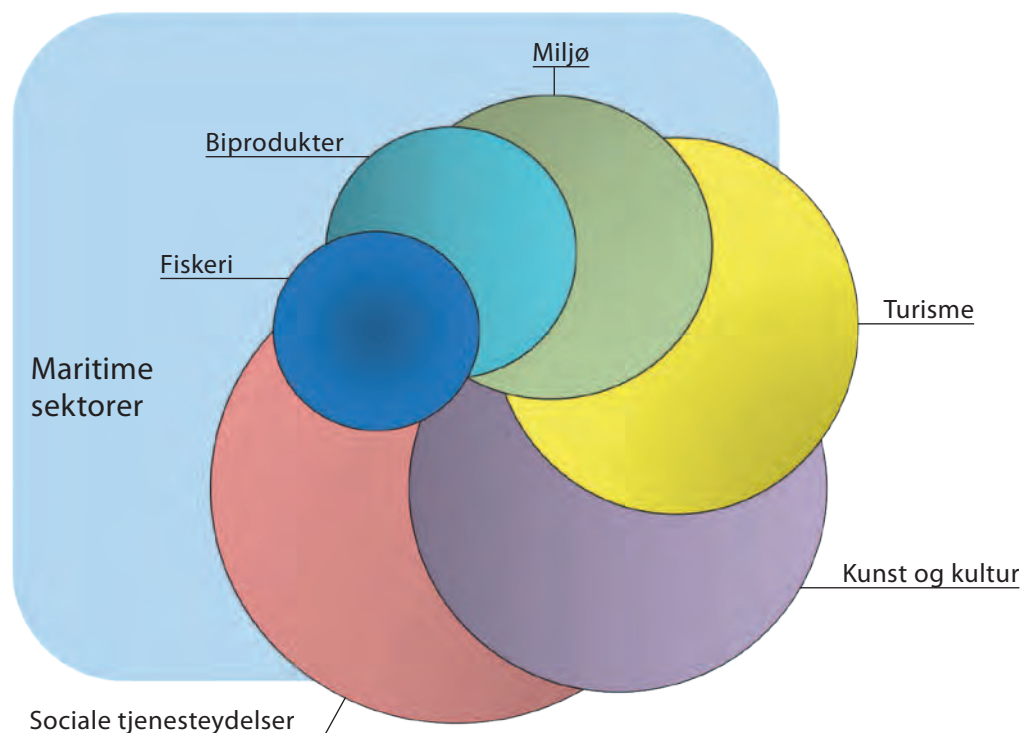
2.1 Overblik over mulige diversificeringsløsninger

Dette kapitel i vejledningen afdækker en bred vifte af aktiviteter, som kan iværksættes for at diversificere fiskeriområdet. Vores budskab er ikke, at eksemplerne nedenfor kan kopieres andre steder. Hensigten er primært at opmuntre de lokale aktører til at være kreative i deres diversificeringsstrategier og finde de løsninger, der er bedst egnede til deres behov.

Hvordan har vi fordelt eksemplerne?

Diversificering kan betragtes som en "udviklingsspiral" eller en "god cirkel", som opsamler ny energi for hver runde, når den først er sat i gang. I akse 4 er kernen

og udgangspunktet i denne spiral fiskeriet og de dertil tæt knyttede aktiviteter. FLAG'en vil normalt forsøge at bygge på fiskeriets økonomi, kvalifikationer og kultur for at skabe en fremdrift, der breder sig til andre aktiviteter i hele området. Vi kan således grafisk fremstille viften af mulige diversificeringsaktiviteter i kapitel 2 i nedenstående spiraldiagram, hvor fiskeriet er i centrum og på en eller anden måde har berøring med hver af de øvrige aktiviteter. Diagrammet viser også, hvordan nogle fiskeriområder kan skabe forbindelse mellem diversificeringsaktiviteterne og de bredere maritime sektorer.



De omtalte eksempler rækker fra dem, der er tættest forbundet med fiskerisektoren, og breder sig til andre aktiviteter, som er fjernere fra fiskeriet, men stadig relevante for fiskeriområderne. De omfatter derfor:

1. aktiviteter, der vedrører biprodukter fra fiskeri
2. muligheder i tilknytning til miljøet og den grønne økonomi, herunder dataindsamling og forskning, bevaring, renholdelsestjenester og forureningsbekæmpelse samt vedvarende energi
3. aktiviteter, der er relateret til turisme og dækker levering af kost, logi, aktiviteter (herunder fiskeriturisme) og mere omfattende turistpakker såsom kulturarvsruter (heritage trails)

4. brug af kunst og kultur som springbræt til lokal økonomisk udvikling
5. sociale tjenesteydelser såsom pasning, fritidsaktiviteter og erhvervelse af kvalifikationer.

I hvert delkapitel præsenterer vi nogle generelle betragtninger over udviklingen af denne type aktivitet i et fiskeriområde, et eller flere eksempler på, hvordan det gøres (ikke nødvendigvis med støtte fra akse 4, hvor antallet af fuldførte projekter stadig er forholdsvis lille), og de vigtige erfaringer, der er høstet i forbindelse med gennemførelsen af sådanne projekter.

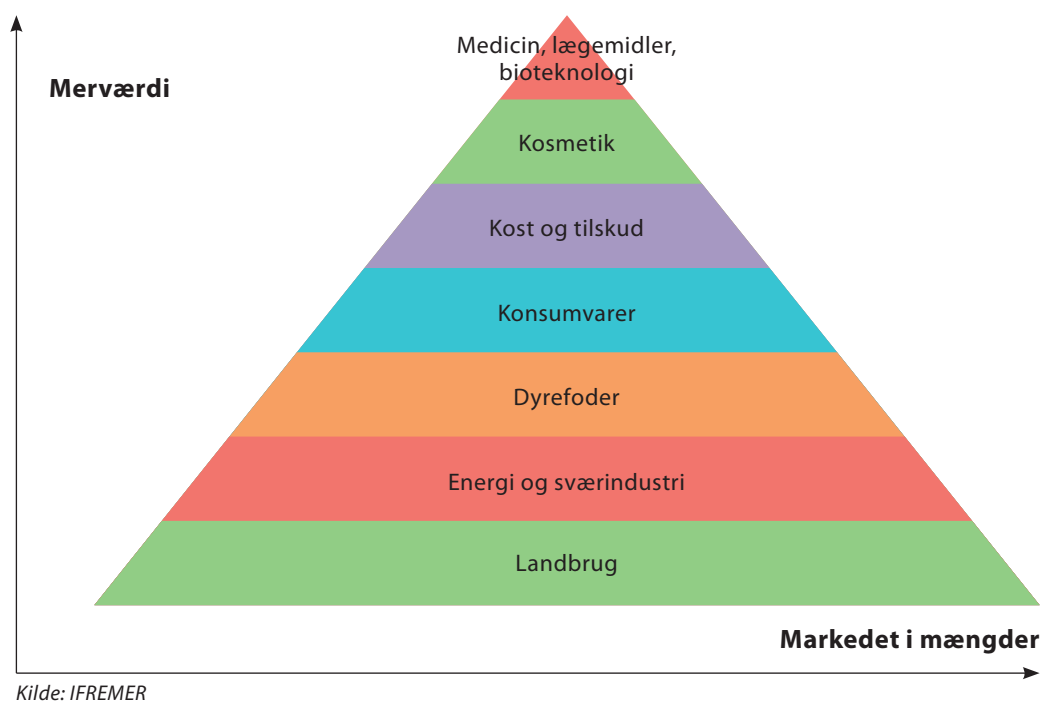
2.2 At skaffe ekstra indtægt fra biprodukter af fiskeriaktiviteten

Det primære udbytte af fiskeri og akvakultur er naturligvis fisk til konsum, men der kan også udvikles andre produkter til at generere ekstra indtægt fra fiskeri. Man vurderer da også, at det kun er halvdelen af de over 140 mio. tons fisk og fiskeprodukter, som fiskeriet og akvakulturen udbyder på verdensplan, der bruges til konsum². Bortskaffelsen af store mængder organisk affald enten i havet (fra bifangster, udsmid og primær forarbejdning om bord) eller på land er en miljørisiko, som kan ændre den overordnede struktur i havets levesteder og forårsage forurening på land. Det betyder også mistede råvarer, der kunne anvendes som basismateriale i potentielt værdifulde produkter.

I forbindelse med et stigende pres for at nedbringe udsmid og uønskede bifangster fra EU's fiskerflåde (lande som Norge og Island har allerede vedtaget en "nul-udsmidspolitik") og EU's målsætninger for intelligent bæredygtig vækst er det nu ved at blive ikke blot intelligent, men også nødvendigt at omlægge mange af processerne i fiskeindustrien. FLAG'er kan spille en aktiv rolle i udviklingen af mere bæredygtige metoder, der optimerer udnyttelsen af fiskeressourcerne og skaber nye indtægtskilder i fiskeriområderne.

² Eurofish Magazine, oktober 2010.

Merværdipyramide for fiskeriet inddelt efter produkter



Dette diagram giver et overblik over rækken af brugere af affald fra fiskeriet (fiskeskind, hoveder, lever, indvolde, ben, skaller osv.) lige fra landbruget, hvor man udnytter det til dyrefoder eller gødning, og til højt specialiserede produkter såsom lægemidler. Det viser også, at merværdien varierer alt efter slutproduktet.

FLAG'erne skal være bevidste om denne vifte af muligheder og om en række centrale overvejelser, når de træffer beslutning om anvendelse af fiskeaffald:

- > Visse produkter lavet af fiskeaffald kan generere en højere værdi end andre. Imidlertid kræver de ofte betydelig ekspertise og kapitalinvestering og kan være udsat for skarp konkurrence. FLAG'erne bør sikre, at projektinitiativtagere, der planlægger at udvikle og sælge avancerede nye produkter, har tilstrækkelig ekspertise og det nødvendige antal kontakter til at gøre det.

- > At holde sig tæt til den primære sektor kan være et klogt træk i første omgang og mere i overensstemmelse med de mennesker, deres kvalifikationer og den infrastruktur, der er til stede i fiskeriområdet.

- > Behandlingen og forarbejdningen af fiskeaffald kan sommetider være en ildelugtende og forstyrrende aktivitet. Det er derfor vigtigt at afsætte tid til at sikre, at der er offentlig accept af denne aktivitet. Placeringen er vigtig at overveje, når man skal beslutte at gennemføre sådan et projekt.

- > Foruden at generere ekstra indtægt til fiskersamfundene kan udnyttelsen af fiskeaffald nedbringe forureningen. Sørg for, at miljøvirkningen også står i centrum af beslutningerne.

På baggrund af disse centrale overvejelser følger nogle eksempler på aktiviteter, som fiskersamfund kan have i baghovedet, når de overvejer, hvordan "affald" fra sektoren kan give mulighed for at generere ekstra indtægt og diversificere deres lokale økonomi, samtidig med at sektorens miljøvirkning minimeres.

Fiskemel og dyrefoder

Fiskeaffald er rigt på protein og har været brugt som råvare i dyrefoder siden slutningen af det 19. århundrede. Det bruges også som fiskemel til akvakultur. Fiskemel handles i dag på verdensmarkedet til høje priser, og udviklingen af knowhow om forarbejdning af fiskemel kan give fiskersamfundene mulighed for at generere et bedre afkast end det, de får ved blot at sælge råvaren. Det er dog værd at bemærke, at nye aktører sandsynligvis har meget at lære på kort tid, hvis de skal konkurrere på både mængde og kvalitet i denne meget konkurrenceprægede industri.

Gødning og kompost

Anvendelsen af fiskeaffald til gødning er i øjeblikket ved at få en renæssance i de vestlige lande i form af "fiskeemulsion" og "hydrolyseret fisk", som begge er rige på organisk kvælstof og fosfor. Erfaringer fra Irland³ peger også på brug af fiskeaffald til kompost. I en tid, hvor efterspørgslen efter økologiske landbrugsvarer er stigende, kan fiskebaseret gødning og kompost være et interessant alternativ til mineralske gødningsstoffer. Områder med stor skaldyrsproduktion kan også være interesserede i at udnytte mulighederne for at indsamle skaldyrsaffald fra havbunden til brug som gødning. Skallerne, der fjernes fra skaldyrene i produktionen, kan også males og bruges på gårdene til at tilføre markerne kalk.

³ http://www.bim.ie/uploads/text_content/docs/3-Composting_Anaerobic_Digestion_Association_of_Ireland.pdf

Biobrændsler

Statslige politikker til bekæmpelse af klimaforandringer har sammen med nye teknologier bidraget til et voksende marked for biodiesel⁴. Samtidig er der stigende interesse for at tilpasse teknologien til at fremstille biodiesel af animalsk fedt med henblik på at udnytte fiskeaffaldet. I lande som Canada og Vietnam udnyttes biodiesel lavet af fiskeolie allerede kommercielt. Denne teknologi kan overføres på mange fiskeriområder i Europa med en relativt lille investering i lokale forarbejdningenheder og fiskebrug. Et biologisk nedbrydeligt fornyeligt brændsel, der ikke er giftigt, kan fremstilles lokalt og blive en ny indtægtskilde og lette fiskernes brændstofudgifter.

⁴ Biodiesel 2020: A Global Market Survey, 2. udgave.

Fiskeaffald til biodieselfabrikker, Canada

Fiskeolie udvindes af de tiloversblevne indvolde/affald og blandes med metanol og andre produkter, f.eks. kaustisk soda, til at fremstille brændstof. Dette brændstof renses ved at tilføre mangan og kan derefter bruges til motorer⁵. Mulighederne for at igangsætte denne type aktivitet vil variere afhængigt af mængde og art af de fisk, der fanges og forarbejdes i området. F.eks. kan fiskeolie, der indeholder essentielle fedtsyrer som omega-3, give bedre priser i lægemiddelindustrien. Ca. 1 kg fiskeaffald giver 1 liter biodiesel. Det primære biprodukt ved denne proces er glycerin, som kan sælges til kosmetikindustrien til produktion af sæbe, og de sidste rester kan bruges til fiskemel.

Med hensyn til investering tyder undersøgelser på en omkostning på mellem 130 000 USD og 350 000 USD til opførelse af en fabrik, som fremstiller biodiesel af fiskeaffald⁶. En bestemt feasibilityundersøgelse fra 2007 foretaget af **Sustainable Community Enterprises** i Vancouver, Canada, fastsatte produktionsprisen pr. liter biodiesel til 1,10 USD. De systemer, der har været genstand for undersøgelsen, ydede mellem 227 100 og 250 000 liter biodiesel om året, og tilbagebetalingstiden lå på mellem 4,2 og 7,7 år.

I sin undersøgelse af fiskeaffald til biodieselproduktion⁷ pegede Tony Piccolo på en række overvejelser, man skulle gøre sig, hvis man påtænkte at anlægge en fabrik til omdannelse af fiskeaffald til biodiesel:

- > Et egnet sted at opføre den med nem og simpel adgang til levering af fiskeaffald for at minimere omkostningerne til transport og sikre et mindre CO₂-fodaftryk fra fabrikken. En miljøvirkningsvurdering skal laves for den valgte beliggenhed med inddragelse af hele produktionscyklussen på fabrikken.
- > Der skal være rigeligt med tilgængeligt affald, enten nær en fiskerihavn eller inde i eller tæt på en filet-fabrik, en forarbejdningsvirksomhed eller et akvakulturbrug.
- > Let adgang til methanol og kaustisk soda er nødvendig for at sikre kontinuerlig produktion af biodiesel.
- > Et marked for glycerin for at sikre en hurtig indtægt fra produktion og salg af biprodukter.
- > Menneskelige ressourcer: En fuldtidsansat projekt-/fabrikschef til at overvåge produktionen og desuden 8-10 ansatte afhængigt af tilgængeligheden af råvarer og produktion.
- > Opbevaringsfaciliteter til fiskeolie og methanol og en lager- eller pumpestation til slutproduktet.

Fiskerihavnene vil måske oprette kooperativer til at indsamle alt fiskeaffaldet og producere fiskeolie, fiskemel og biodiesel. Det vil betyde, at man kun behøver at opføre én stor fabrik i stedet for mange små fabrikker og dermed kan reducere omkostningerne og opnå stordriftsfordele.

⁵ <http://www.fao.org/bioenergy/aquaticbiofuels/knowledge/fish-waste/en/>

⁶ <http://aquaticbiofuel.files.wordpress.com/2009/08/fishwaste-biodiesel.pdf>

⁷ <http://aquaticbiofuel.files.wordpress.com/2009/08/fishwaste-biodiesel.pdf>

Nye fødevarer og kosttilskud

Det meste af affaldet fra fiskeforarbejdningen indeholder protein med høj næringsværdi, flerumættede fedtsyrer som f.eks. omega-3 samt antioxidant, mineraler og sporstoffer, som har store sundhedsmæssige fordele. Disse stoffer har en høj værdi, men kræver ofte specialistviden, for at man kan udnytte deres fulde potentiale. Forskningsprojekter og etablering af forbindelser til aktører som universiteter og private selskaber, der har denne knowhow, kan hjælpe fiskersamfundene med at udbygge deres kapacitet til at udnytte denne ressource.

Desuden kunne fremstilling af alternative fiskebaserede fødevarer også vise sig at være en interessant kommerciel aktivitet for dem, der søger at optimere udnyttelsen af fiskeressourcerne. Til surimi f.eks. bruges op til 82 % af fisken i sammenligning med de 28 %, der udnyttes i produktionen af en fiskefilet⁸. Fremstilling af gelatine af fiskeben og -skind er en anden potentiel mulighed. Som fødevaringrediens har fiskegelatine den fordel at være opløselig i koldt vand og er også acceptabel i alle religioner (i modsætning til gelatine af svin og køer).

⁸ Eurofish Magazine, oktober 2010.

Kosmetik og lægemidler

Øverst i merværdipyramiden ovenfor ligger udnyttelsen af fiskeriets biprodukter til kosmetik og lægemidler. Der er efterspørgsel efter "biologisk aktive" stoffer fra fiskehoved, lever, øjne osv. Nogle af dem reducerer tegn på aldring og bruges derfor i hudplejeprodukter. Andre stimulerer celledelingen og bruges ofte i forskningen. Skaller fra skaldyr som rejer og hummere indeholder kitin og kitosa, som menes at regulere kolesterolniveauet, styrke immunsystemet og øge hastigheden i celledeling. Fiskeområder, hvor store mængder skaldyr pilles et centralt sted, inden de sælges, kan måske se en økonomisk interesse i at indgå partnerskab med selskaber, der har specialiseret sig i kitosaproduktion. Man kan få næsten 100 kg kitosa ud af 4 500 kg rejeskaller.

FLAG'erne ansøres til at undersøge de særlige træk ved fiskeriet og akvakulturen i deres område, når de overvejer de diversificeringsmuligheder, som deres biprodukter kunne rumme. F.eks. har områder med betydelige landbaserede forarbejdningsfaciliteter sædvanligvis et stort potentiale til udvikling af rentable aktiviteter baseret på fiskeaffald, idet produktionskæderne normalt er indrettet til en enkelt fisk. Derfor er affaldet også normalt meget ensartet og derfor en pålidelig råvare. Områder med havbrug ved kysten kan udnytte de positive miljøvirkninger af bedre affaldshåndtering – hvilket ikke betyder, at sådanne aktiviteter ikke også kan være rentable.

Vigtige erfaringer

- > *Biprodukter fra fiskeindustrien er rige på en række stoffer, som kan udnyttes godt (og rentabelt).*
- > *Fiskeriområderne kan foregribe strengere kontrol med udsmid af fiskeaffald og bør derfor overveje mere miljøvenlige metoder ved at integrere projekter, der anvender råvarer i deres strategier, som ellers bliver smidt ud.*
- > *Når biprodukterne ses som en diversificeringsløsning, bør FLAG'erne skræddersy deres strategier til de særlige træk ved affaldet fra fiskeriet eller akvakulturen i deres område.*
- > *Forarbejdning af biprodukter til nye og rentable produkter kræver ofte specialiseret ekspertise, og FLAG'erne vil måske gerne undersøge mulighederne for at støtte de specifikke uddannelses- og/eller udviklingsrelationer til selskaber eller enkeltpersoner med denne ekspertise.*

2.3 Miljøet og nye muligheder i den grønne økonomi

På grund af det stigende pres for at sikre både et **bæredygtigt miljø** og rentabilitet i fiskerisektoren vil intelligente, bæredygtige strategier stå centralt i EU's fremtidige fiskeripolitik. Akse 4 giver fiskersamfundene mulighed for at gå længere end at foretage tilpasninger, der gør deres fiskerimetoder mere bæredygtige, og for at blive proaktive med hensyn til at indbygge bæredygtighed i den økonomiske struktur og styringen af området som helhed.

Der henvises ganske vist jævnligt til overudnyttelsen af visse fiskebestande i forbindelse med fiskerisektorens virkning for miljøet. Imidlertid sætter klimaforandringerne og forureningen fra land- og havbaserede kilder langs mange kystlinjer og havneanlæg også vores **marine økosystemer og indre vandveje på spil** og truer deres produktive kapacitet. FLAG'erne kan spille en vigtig rolle med hensyn til at samle forskellige aktører om at løse nogle af disse problemer og kan støtte etableringen af **nye økonomiske aktiviteter**, som kan gavne både fiskersamfundet og det miljø, de lever i. Med et indgående kendskab til Europas have og indre vandveje kan fiskerisektoren selv yde et værdifuldt bidrag til disse målsætninger.

Dette potentiale anerkendes af Europa-Kommissionen i dens såkaldte blåbog fra 2007 om en integreret havpolitik for EU, hvor der henvises til fiskernes rolle som "**havets vogtere**", når de udfører "miljømæssige og andre samfundstjenester". Områder, som FLAG'erne kan udforske, dækker alt lige fra dataindsamling og forskning til renholdelsestjenester, bekæmpelse af miljørisici og havmiljøbevaring.

Ud over miljøbeskyttelsen forsøger man med Europa 2020-strategien også at fremme væksten i den **grønne økonomi**. Der lægges særlig vægt på **sektoren for vedvarende energi**, hvor offshore-energiproduktion fra vind, bølger og tidevand forventes at bidrage betydeligt. Med målrettet støtte fra FLAG'en kan fiskerisektorens basis af viden, erfaring og ressourcer også her udnyttes og give afsæt til yderligere diversificering inden for fiskersamfundene.

Imidlertid er der en række overvejelser, som FLAG'erne bør lade indgå i udformningen af deres diversificeringsstrategi med fokus på miljøet:

- > Inddrager FLAG'en **relevante aktører** fra området (forskningsinstitutioner, miljøorganisationer, virksomheder og nationalparker m.m.) i et partnerskab eller i projekter for at udnytte eksisterende viden og ekspertise, som er nødvendig for at kvalificere strategien og træffe specifikke beslutninger om udvælgelsen af miljøprojekterne?
- > Som med alle diversificeringsprojekter bør fiskerne evaluere den sandsynlige virkning af deres nuværende virksomhed. Hvis de f.eks. planlægger at indsamle affald til søs, hvor meget plads kræver det da om bord på fartøjet, og hvordan påvirker det måden at opbevare lasten af fisk? Mange af disse aktiviteter stiller også betydelige krav til arbejdskraft, og håndteringen af affald eller farligt materiale kan indebære visse risici, som skal vurderes.
- > Det kræver både ekspertise og kapital at gå ind i sektoren for vedvarende energi. Men hvis dette overlades til udenforstående, risikerer fiskeriområderne, at det meste af det potentielle udbytte af deres lokale ressourcer (vind, sol og bølger) går til eksterne investorer. FLAG'erne bør nøje undersøge midler, risici og muligheder for lokal og/eller samfundsmæssig involvering i programmer for vedvarende energi.

Her præsenterer vi nogle eksempler på projekter og initiativer, som er banebrydende på disse områder og bringer indsigt og inspiration til nye miljørelaterede diversificeringsmuligheder på fiskeriområderne.

Dataindsamling og forskning

Selv om der sommetider er en opfattelse af, at det videnskabelige samfunds dagsorden strider mod fiskerisektorens interesser, erkendes det i stigende grad, at bæredygtig forvaltning af fiskeressourcerne kun kan opnås gennem bedre samarbejde, dataudveksling og gensidig forståelse mellem forskere og fiskere.

Fiskernes praktiske viden om havet og om de forskellige havdyrs egenskaber og adfærd kan være uvurderlig, når det gælder indsamling af videnskabelige data. Tilstedeværelsen og den store spredning af fiskerfartøjer i vores have og søer giver også en brugsklar infrastruktur til overvågning og observation, som fiskerne kan tjene ekstra ved. Det kan dreje sig om overvågning af fugle og/eller hvaler, undersøgelser af fiskenes aktivitet og havbunden, undersøgelser af trafiktætheden på havet, trawling af havbunden og kontrol af fjernelse af krigsaffald.

I erkendelse af dette potentiale leder mange forskningsinstitutioner i dag efter partnere i erhvervet, som de kan udvikle kooperative forskningsprojekter sammen med. Disse projekter støttes i henhold til EU's syvende rammeprogram for forskning (FP7). Videnskabsfolk fra det britiske CEFAS, Centre for Environment, Fisheries & Aquaculture Science, arbejder f.eks. nu sammen med fiskere i forbindelse med det innovative britiske fiskerividenskabelige partnerskab (se boksen om Fisheries Science Partnership).

På lokalt plan kan FLAG'er også skabe denne form for samarbejde mellem fiskere og det videnskabelige samfund med henblik på at fremme bedre miljøforvaltning og skabe ekstra indtægter til fiskerne. Imidlertid må de huske på, at ikke blot vil fiskerne skulle overbevises om værdien af sådanne projekter, men de kræver også nye kvalifikationer og ekspertise.

Fisheries Science Partnership, Det Forenede Kongerige

Partnerskabet Fisheries Science Partnership (FSP) omfatter et samarbejde mellem den nationale sammenlutning af fiskeriorganisationer, enkelte fiskere og videnskabsmænd fra CEFAS. Dette partnerskab er en mekanisme, der gør det muligt for videnskabsfolk at trække på fiskernes enorme viden med henblik på at få mere nøjagtige oplysninger om fiskebestandenes tilstand. Fiskerne nyder til gengæld godt af programmet ved at blive direkte inddraget i forslag til, udformning af og deltagelse i forskningsprojekter og også ved at kunne udnytte de muligheder, dette giver med hensyn til at diversificere deres aktiviteter og generere ekstra indtægter.

Siden etableringen i 2003 har projektet fået 1 mio. GBP om året i statsstøtte, som går til mere inddragelse af fiskerne i bestilt videnskabelig forskning. FSP bestiller specifikt undersøgelser, som:

- > leverer oplysninger fra kommercielle fiskefangster om centrale bestande
- > imødekommer fiskernes egne bekymringer over videnskabelige vurderinger eller bestande, der ikke for øjeblikket bliver vurderet
- > undersøger innovative videnskabelige metoder eller mere selektive/miljøvenlige fangstmetoder
- > støtter arbejdet i de regionale rådgivende råd.

www.cefas.co.uk/our-science/fisheries-information/marine-fisheries/fisheries-science-partnership.aspx

Betydningen af at støtte konstruktive relationer mellem fiskere og forskere bør ikke undervurderes, især i lyset af de **meget store forskelle i driftsbetingelser og fiskeres og forskeres sprog**. I Marennes Oléron i Frankrig betragtes det da også som så vigtigt at lette kommunikationen mellem fiskeriet og det videnskabelige samfund, at **der er oprettet en fuld-tidsstilling**, som finansieres delvist af *den stedlige FLAG* for at agere bindeled mellem de to miljøer. Den ansatte person skal varetage den centrale opgave at oversætte videnskabeligt materiale til fiskersamfundet og omvendt repræsentere fiskerne i et tværsektorielt forvaltningsnævn for et nyt havreservat, som bliver oprettet i deres område. *Yderligere information* kan findes på FARNET's websted.

Bevaring

Bevaringen af fiskebestandene og havets levesteder er en forudsætning for bæredygtig udvikling af fiskeriet og andre marine ressourcer. Fiskerne har en vigtig opgave at varetage i denne proces, og selv om bevaringsindsatsen sommetider indebærer restriktioner på fangst af visse arter eller typer af redskaber, der må benyttes, kan den også skabe alternative indtægter eller forretningsmuligheder for fiskerne. Bæredygtig forvaltning af fiskeressourcerne kan også understøtte anden økonomisk aktivitet på området og kaste store fordele af sig for den lokale økonomi.

I forbindelse med den statslige ordning *Contrat Bleu* i Frankrig (se nedenfor) er fiskerne også aktivt engageret i bevaringsrettede aktiviteter. Dette inkluderer vandovervågning i visse bevaringsområder, især af olieudslip eller uønskede rovdyr, foruden dataindsamling og deltagelse i videnskabeligt arbejde. I visse tilfælde kan fiskerfartøjer også tage bevaringsmedarbejdere med om bord, enten med henblik på observationsarbejde eller gennemførelse af bevaringstiltag.

Blå kontrakter, Frankrig

Med udgangspunkt i begrebet miljøvenlige landbrugsforanstaltninger fra den fælles landbrugspolitik indførte den franske regering blå kontrakter i 2008 for at opmuntre til mere bæredygtigt og ansvarligt fiskeri. I forbindelse med den blå kontrakt bliver fiskerfartøjer, der vælger at deltage i ordningen, kompenseret for at udføre visse tiltag, der bidrager til et mere bæredygtigt fiskeri eller til beskyttelse af havmiljøet. Foranstaltningerne, der indgår i de blå kontrakter, kan inddeles i tre kategorier:

- > Partnerskaber mellem fiskere og forskere på områder som dataindsamling, overvågning af beskyttede områder, registrering af oceanografiske data, deltagelse i videnskabelige missioner
- > Indførelse af mere bæredygtige fangstmetoder, nedbringelse af udsmid eller bifangster, indskrænkning af den samlede fangstmængde
- > Miljøbeskyttelse såsom renholdelsesaktiviteter. Denne foranstaltning skal begrænse fiskeriets indirekte virkninger for havmiljøet.

Fiskeri i Thurso-floden, Skotland



I det nordlige Skotland har forvalterne af floden Thurso udviklet et integreret initiativ til at investere i og knytte den forbedrede forvaltning af den naturlige atlantiske lakseressource og dens levested sammen med lystfiskeri og turisme.

I mange år har der ved flodmundingen ligget en kystnetfangststation, som har fanget en vilkårlig mængde fisk på mellem 2000 og 5000 eksemplarer. Selv om disse fisk udgjorde en salgsafgrøde for ejerne, faldt fangsterne i floden og dermed også området tiltrækning på lystfiskerne. Et hotel på flodbredden, hvor lyst-

fiskerne overnattede, forfaldt meget på grund af lav omsætning og manglende investeringer. Til sidst blev både fiskerirettighederne og hotellet sat til salg.

De nye ejere kunne godt se den højere potentielle værdi i lystfiskeriressourcen og vedtog en langsigtet og investeringsbaseret strategi. Kystnettene blev fjernet, og dermed steg antallet af fisk, der gik op i floden. Hotellet blev også købt og fik en gennemgribende overhaling, flodfaciliteterne for lystfiskerne blev forbedret, og kvaliteten af levestederne i floden og dens omgivelser blev også forbedret gevaldigt. Den tidligere medarbejder på netfangststationen blev omskoleet til flodarbejde, og der er nu ansat tre unge guider på fuld tid. Personalet på hotellet er også forøget fra 12 til 20 personer, som desuden har fået bedre arbejdsvilkår.

Det gennemsnitlige antal laks, der årligt blev fanget af lystfiskere i de fem år før investeringen, var 654, hvilket står i grel modsætning til gennemsnittet på 1 686 laks årligt for de fem år efter investeringen. Trods det større antal stangfanget fisk er nettoantallet af dræbte fisk nedbragt væsentligt, idet de fleste af dem, der fanges, bliver sat tilbage i floden for at gyde. Antallet af lystfiskere, der lejer fiskepladser, er steget stejlt ligesom hotellets belægningsprocent. Floden og hotellet er nu attraktive for gæsterne og derfor også for investorerne. Belægningsprocenten og indtjeningen er steget betydeligt, og en bygning i lokal stil, der stod ubenyttet hen, er nu blevet ombygget til at rumme flere værelser af høj kvalitet.

www.thursoriver.co.uk og www.ulbsterarmshotel.co.uk

Renholdelse og bekæmpelse af forurening

Affald i havet, herunder affald fra fiskerisektoren, udgør en alvorlig trussel mod miljøet og de økonomiske aktiviteter i sektoren selv. F.eks. fanger tabte eller efterladte net (såkaldte spøgelsesnet) fisk, fugle og havpattedyr i årevis, og det bidrager til nedgangen i fiskebestandene og nedbrydningen af havmiljøet. Mindre eller mistede fangster på grund af affald i fangstredskaberne eller tabt fisketid på grund af reparationer eller rengøring påvirker også fiskeriets rentabilitet.

Fiskerne har derfor to gode grunde til at være interesserede i affaldsforretningen, nemlig at de kan forbedre deres fiskerivirksomheds resultater, og at de får mulighed for at udnytte de forretningsmuligheder, der opstår omkring affaldsindsamling og -håndtering. Der er allerede mange eksempler på initiativer, hvor erhvervsfiskere er inddraget i nyttiggørelsen af affald.

Fiskeri efter affald, Sverige



der opsamles under de almindelige fangsttogter, bliver opbevaret om bord. Nogle fartøjer vil også blive hyret til at deltage i "fangsttogter efter spøgelsesnet", hvor man vil forsøge at lokalisere og opsamle net, der er blevet tabt eller efterladt til havs. På land vil projektdeltagerne etablere affaldsdeponier, hvorfra affaldet kan integreres i de lokale genvindingsordninger.

Det foreslås, at projektet skal vejledes af og bygge på erfaring fra KIMO International, som er en organisation, der repræsenterer over 100 kystkommuner i Belgien, Det Forenede Kongerige, Norge, Sverige, Danmark, Tyskland, Færøerne, Nederlandene og Irland og siden 2007 tillige 17 østersøkommuner i Sverige, Polen, Letland, Litauen og Estland. KIMO har allerede sat sig i spidsen for et initiativ til "affaldsfiskeri" i Nordsøen.

www.kimointernational.org/FishingforLitter.aspx

Da de fik øje på en diversificeringsmulighed og en række potentielle miljøfordele, gik FLAG for den sydlige Østersø og FLAG for Gotland i Sverige sammen om et samarbejdsprojekt med fokus på fiskeri efter affald i havet og spøgelsesnet.

I de deltagende FLAG-områder vil fiskerfartøjerne blive kontraktansat til at udføre affaldsindsamling. Affaldet,

I Frankrig kan fiskere, der deltager i *Contrat Bleu-ordningen*, få kompensation for indsamling af affald til havs. I regionen Bretagne f.eks. meldte 49 fiskere sig til at deltage i ordningen i 2009 på treårige kontrakter. Kompensationen varierer fra en fast sats på 900 EUR om året for at angive data om sin fangst til 10 % af fartøjets dagsomsætning for renholdelsesaktiviteter eller partnerskab om videnskabelig forskning.

De tilgængelige oplysninger om 2010 viser, at indsamlingen af affald til havs er den mest populære foranstaltning blandt de blå kontrakter hos fiskere og skaldyrsopdrættere, idet over 86 % af fiskerne og 43 % af skaldyrsopdrætterne, der i øjeblikket deltager i ordningen, er med til at indsamle affald til havs.

Erfaringerne fra katastrofer til havs som f.eks. olie-pølen fra Prestige i 2002 understreger de potentielle økologiske og økonomiske omkostninger ved havforureningen og andre miljøfarer. I lyset af denne og andre hændelser har de fleste søfartsnationer i Europa indført beredskabsordninger, som er tilrettelagt sådan, at de kan mobilisere de tilgængelige ressourcer hurtigt og med kort varsel. Her ser man igen, at udfordringen med at beskytte vores have og oceaner også kan give fiskerisektoren diversificeringsmuligheder.

Trawlere på olieagt, Frankrig

En tidligere ansjofisker fra Vendee-regionen i Frankrig, Thierry Thomazeau, meldte sig frivilligt til at bruge sin båd til at hjælpe med oprensningen efter Erika-udslippet i 1999. På det tidspunkt fik han net fra den franske flåde, men han fandt ud af, at de ikke var særlig effektive. I kølvandet på katastrofen gik han i gang med at designe et alternativt net, og efter tre års udvikling så THOMSEA-antiforureningstrawlet dagens lys.

Den første lejlighed til at teste det nye net viste sig, da Prestige lækkede olie, og nettene var så imponerende gode, at den franske flåde købte hele hans lager. Opmuntret af denne erfaring besluttede Thierry Thomazeau i 2006 at forlade fiskeriet og kaste sig over sin nye forretning på fuld tid. Siden har virksomheden udviklet sig hurtigt og havde i 2009 en omsætning på 1 mio. EUR.

Firmaet THOMSEA beskæftiger i dag fire mand. Det fremstiller og sælger net og udbyder også undervisning i at bruge dem.

www.thomsea.fr

Imidlertid er det lige så vigtigt at bekæmpe miljøfarer i mindre målestok, og dette kan også give fiskerne nye eller ekstra erhvervsmuligheder. **Vandkvaliteten** er en grundlæggende kilde til bekymring for fiskere og dambrugere og en forudsætning for ethvert område, der skal bruge sit vand til turistformål. Desuden kræver EU's vandrammedirektiv (2000)⁹, at alle vandområder i EU opnår "god økologisk status" inden 2015, mens rammedirektivet om havstrategi (2008)¹⁰ kræver, at medlemsstaterne indfører foranstaltninger til opnåelse af "god miljøtilstand" i EU's havområder inden 2020 og beskytter den grundressource, som de havrelaterede økonomiske og sociale aktiviteter er afhængige af.

Det indebærer både ansvar og potentielle muligheder for fiskeriområderne. Disse muligheder er forbundet med den høje naturværdi i mange kystområder foruden fiskeriområderne i søer, floder og menneskeskabte fiskedamme, som kan være en vigtig kilde til biologisk mangfoldighed eller et enestående landskab. Projekter, der vedrører vandkvalitet og -bevaring, kan også nyde godt af synergierne med lokale Leader-LAG'er og andre aktører i området. F.eks. kan en samling af landmænd, fiskere og andre aktører, hvis aktiviteter påvirker vandkvaliteten, afføde mere bæredygtige metoder og virksomheder samt skabe job inden for overvågning og dataindsamling. Det er således tilfældet i det sydlige Bretagne (Frankrig), hvor foreningen CAP 2000 er i gang med at oprette en lokal interessentgruppe, der skal identificere og reducere kilderne til den vandforurening, der påvirker de lokale skaldyrso opdrætsområder. Den lokale FLAG (*Pays d'Auray*) deltager også. Yderligere oplysninger fås ved henvendelse til: assocap2000@wanadoo.fr.

⁹ http://ec.europa.eu/environment/water/water-framework/index_en.html

¹⁰ <http://ec.europa.eu/environment/water/marine/ges.htm>

Vedvarende energi

Miljøbeskyttelse er andet og mere end bevaring og affaldshåndtering. Samfundet og økonomien er i sagens natur afhængige af udnyttelsen af naturressourcerne, og derfor står overgangen til mere bæredygtige produktionsmetoder og forbrugsmønstre nu i centrum af Europas langsigtede strategi for en intelligent, bæredygtig og inklusiv økonomi.

En central søjle i denne strategi er udviklingen af de vedvarende energikilder. Vindenergi fra offshore-møller er i øjeblikket en af de mest konkurrencedygtige vedvarende energikilder, og bølge- og tidevandskraft er også områder, der tiltrækker sig investorenes interesse. Imidlertid kan den hurtige ekspansion i sektoren for offshore-produktion af vedvarende energi give anledning til konflikter med fiskerne, da det sommetider koster dem deres traditionelle fiskebanker.

Og dog har fiskerne en række aktiver (fartøjer, adgang til havne og farvande, kapacitet til at håndtere tungt maskineri i stærk vind og høj sø, viden om vand og havbund osv.), som kan give dem mulighed for at generere et afkast fra og få større indflydelse på udviklingen af offshore-energiparker. FLAG'erne har i den forbindelse til opgave at forsikre fiskerne om, at de ikke bliver ofre for udviklingen af offshore-produktion af vedvarende energi, men i stedet nyder godt af de nye muligheder, der byder sig i denne nye sektor.



I en række tilfælde henter fiskerne sig en ekstra indtægt ved at sælge tjenesteydelser til offshore-energiparkerne. Der kan være tale om forsyningskibe, transport, vagtskibe, logistikhjælp, overvågning og offshore-vedligeholdelse. F.eks. leverer NFFO Services Ltd, som er den kommercielle del af den britiske sammenslutning af fiskeriorganisationer (NFFO), der repræsenterer fiskerne i England, Wales og Nordirland, tjenesteydelser til offshore-sektorerne, herunder den vedvarende energisektor. På den måde tjener fiskerne ikke blot en ekstra indtægt, men man holder også konfliktpotentiallet mellem fiskerisektoren og driften af offshore-anlæggene på et minimum. Afhængigt af offshore-energiesektorens tilstedeværelse i deres område og organisationen af fiskerisektoren kan FLAG'erne give individuel støtte til fiskerivirksomheders indtræden på dette marked eller tilskynde til et bredere samarbejde blandt fiskerne om at tilbyde disse tjenesteydelser. I så fald kan sektoren sandsynligvis få større indflydelse på de beslutninger, der træffes.

Ud over at betjene offshore-anlæg for tredjeparter kan lokalsamfundet, herunder fiskerne selv, dog sommetider gå foran med at udvikle nye indtægtskilder fra vedvarende energikilder i deres område. Det er det, som fiskerisektoren i New Jersey, USA, gør ved at oprette lokalsamfundets egen havvindmøllepark, som med sine otte turbiner forventes at generere 3 000 MW om året inden 2020. Foruden indtjeningen og de grønne job, som projektet vil afføde, får havvindmølleparken kapacitet til at forsyne ca. 6 000 hjem med strøm. Sådanne eksempler er stadig sjældne, men beviser, at hvis man slår sig sammen med partnere, som har relevante kvalifikationer og viden (i dette tilfælde ingeniører, eksperter i vedvarende energi og byggeri, finansfolk, forskningsorganisationer, webudviklere osv.), kan fiskere og deres lokalsamfund få chancen for at tjene stort på nye muligheder inden for den grønne økonomi. Mere information på www.fishermensenergy.com.

Følgende europæiske eksempel viser, hvordan et lokalsamfund kan drage nytte af en investering i vedvarende ressourcer, og hvordan fiskerne, selv om de ikke står i spidsen for det selv, også kan nyde godt af sådanne initiativer.

Vedvarende energiproduktion på øen Pellworm, Tyskland

I 1990 stod lokalsamfundet på den frisiske ø Pellworm over for udsigten til strenge begrænsninger på deres landbrug, fiskeri og turisme, efter at øen var blevet udpeget til naturpark. Som reaktion herpå stiftede lokale ledere foreningen Oekologisch Wirtschaften med henblik på at udforske nye forretningsmuligheder baseret på vedvarende energiproduktion, økologisk landbrug, direct marketing, økoturisme og naturbevaring. Deres primære målsætning var at reducere udflytningen af merværdi fra øen, men også at sikre, at en række interesser og synspunkter blev taget i betragtning i forbindelse med udviklingen af området.

Takket være dette initiativ bidrog 50 lokale indbyggere med private midler til at oprette en otte møller stor vindpark. Dette sikrede, at det finansielle udbytte ikke gik til eksterne investorer, men forblev i lokalsamfundet. Vindparken var begrænset i størrelse og samlet i en del af øen for at undgå at ødelægge turismepotentialet. Man søgte og fik EU-støtte (fra ALTENER-programmet) til initiativet. Vindparken er nu i vellykket drift, og øen er blevet selvforsynende med energi, foruden at den overskydende strøm sælges til elnettet på fastlandet. Det nye anlæg bidrager også med ca. 60 000 EUR om året i afgifter til den lokale kommunes budget. Med henblik på fremtiden er der udarbejdet en plan om at kombinere forskellige typer energi, og der er også en bredere offentlig diskussion undervejs om energilagring og kraftvarmeproduktion.

Den lokale forenings aktivitet har hjulpet med at bilægge de uundgåelige konflikter mellem lokale aktører som kommunen, landmændene, turistselskaberne, miljøforkæmperne osv. Den har også bidraget til at vække håb i samfundet og skabe nye forretningsmuligheder såsom en cykeludlejning, der nu beskæftiger to mand på fuld tid, og en udvidelse af et antal virksomheder til nye forretningsområder. Før dette initiativ blev taget, var der kun tre fiskere tilbage på øen. Nu er der ni, og flere unge er interesserede i erhvervet, da lokalsamfundet har genvundet sin tro på fremtiden.

www.pellworm.de

Den næste FARNET-vejledning skal handle specifikt om den reelle udnyttelse og forvaltning af miljøressourcer og vil indeholde en mere tilbundsående

undersøgelse af nogle af de emner, som omtales i bl.a. dette afsnit, f.eks. det vigtige begreb havparker, som fiskerne i stigende grad deltager i forvaltningen af.

Vigtige erfaringer

- > *Miljøet og vedvarende energikilder er vækstsektorer, hvor der sandsynligvis dukker nye muligheder op i fremtiden (affaldsfiskeri, Pellworm vindpark).*
- > *Fiskerne har viden, kvalifikationer og erfaring, som kan anvendes i disse sektorer, hvor der findes diversificeringsmuligheder.*
- > *Det er ikke altid, fordelene på kort sigt er økonomiske, men at blive inddraget i miljørelaterede aktiviteter kan hjælpe med at styrke lokalsamfundenes image og sikre deres tilstedeværelse i beslutningerne om de investeringer, der sandsynligvis berører dem.*
- > *Samarbejdet mellem fiskere og forskere er til gensidig gavn, men der er dog brug for en bevidst indsats på begge sider for at udvikle tillid og en fælles forståelse af målene (Fisheries Science Partnership, Contrat Bleu).*
- > *Mobilisering af lokalsamfundet omkring et fælles udviklingsprojekt kan indirekte gavne fiskerne, selv om dette projekt ikke direkte vedrører fiskeriet (Pellworm).*

2.4 Turisme

Turisme har tendens til at være et af de første områder, man tænker på, når man skal finde diversificeringsmuligheder i den lokale økonomi i fiskeriområder. Fiskeriområder har nemlig typisk mange naturværdier og kulturelle aktiver (hav, søer, skove, havne og fiskerlandsbyer) og rummer en vifte af aktiviteter, som tiltrækker turister.

Ganske vist har turisterhvervet et stort **jobskabelses-potentiale**, ikke bare direkte (f.eks. på hoteller), men også indirekte i forbindelse med produkter og tjenester, som gæsterne har brug for. Det vurderes, at et job i hotelbranchen kan føre 3-4 job med sig i de tilknyttede sektorer. Desuden er turisme en **vækstindustri**. Selv efter krisen vurderes væksten i denne sektor i 2011 at nå 4,5 % med 3 mio. nye job på verdensplan. I EU har turistsektoren skabt 9,7 mio. job direkte (herunder et

betydeligt antal til unge ansatte), hvilket vil sige 5,2 % af den samlede arbejdsstyrke. Hvis alle de tilknyttede sektorer medregnes, står turisme for 12 % af arbejdspladserne og 10 % af BNP i EU.

Imidlertid bør FLAG'erne undersøge de lokale ressourcer nærmere for at sikre, at projekterne, de støtter, også gavner de lokale fiskersamfund. Mange fiskeriområder er allerede velkendte turistdestinationer, men udbyttet af denne aktivitet når måske ikke nødvendigvis ud i fiskersamfundene. Andre områder kan være fjerntliggende eller simpelthen ligge forkert i forhold til den typiske turistrute. I sådanne tilfælde kan akse 4 hjælpe med kommunikations- og reklameaktiviteter såvel som støtte til konkrete projekter for at forbedre turisttilbuddene i området.

Selv om det er ubestrideligt, at turisme har et stort potentiale i fiskeriområder, er der visse overvejelser, som FLAG'erne må gøre sig, når de vurderer turismeudviklingsmulighederne:

1. Turisterne har en række behov (et sted at sove, noget at spise, noget at give sig til og gode muligheder for at komme rundt), og et isoleret projekt (f.eks. et hotel eller en restaurant) får sandsynligvis ingen succes, uanset kvaliteten, hvis området ikke opfylder resten af turistens behov. Succesrige turistprodukter er altid omhyggeligt sammensatte pakker af aktiver, varer og tjenester. Derfor bliver FLAG'en nødt til at inddrage **forskellige interesser** i udviklingen af en **sammenhængende strategi** for at sørge for, at de forskellige elementer af et altomfattende turisttilbud udvikles hver især.
2. Lokalsamfundene glemmer ofte, at det ikke er nok at have et godt tilbud. Man skal også have et tilbud, der er **bedre eller anderledes end de andres**, idet der skal tages højde for priser og tilgængelighed samt kvalitet. Der er skarp konkurrence om turisterne, også fra andre fiskeriområder! Det betyder på den ene side, at tjenesteydelserne skal have et acceptabelt kvalitetsniveau, og på den anden side, at de lokale aktører må se sig om efter måder, deres område kan adskille sig fra andres på. Henvisninger til lokale produkter (fødevarer, håndværk osv.) er en god måde at skille sig ud på som område og tiltrække gæster.
3. Turisterne har brug for mere end blot et smukt landskab og godt vejr. De vil uvægerligt komme i kontakt med **lokalbefolkningen, som må have kvalifikationer og viden** til at håndtere gæsterne (kendskab til området, imødekommende indstilling, grundlæggende kendskab til fremmedsprog osv.). Hvis man vil sørge for, at fiskerne kan tjene noget ekstra som f.eks. turistguider, skal de lokale kunne disse ting.

4. **Information og reklame** har afgørende betydning. FLAG'en (eventuel med ekstern specialbistand) skal sikre, at det rigtige budskab rettes til den rigtige målgruppe. Turisterne skal vide, hvad de kan forvente, når de besøger området, uanset om det er kvaliteten af dets restauranter eller standarden på hotellerne, herunder landmænds og fiskeres private værelser, de lokale tjenesteydelser eller det omgivende miljø. Her er det en god idé at bruge universelt anerkendte standarder. FLAG'erne skal også finde balancen mellem at tilskynde til forbedringer i kvaliteten og kvantiteten i deres tilbud og at fremme efterspørgslen, så man undgår problemer med overkapacitet eller uopfyldte forventninger.
5. Turistindustrien er i nogle områder af Europa meget **sæsonbestemt**. Det er vigtigt på den ene side at forsøge at forlænge sæsonen (f.eks. ved at arrangere festivaler og andre begivenheder eller få forretningsfolk eller skolebørn til at komme på besøg uden for højsæsonen) og på den anden side at planlægge sin investering på en sådan måde, at man kan skære ned på vedligeholdelsesomkostninger eller beskæftigelse i lavsæsonen.
6. Når man forsøger at tiltrække folk, skal man altid huske på sin regions "**bæreevne**". Masseturisme kan ødelægge miljøet og skræmme nogle af de mest givtige turister væk, så det er nødvendigt med lokal enighed og aktiv deltagelse fra lokalsamfundets side, hvis turismen skal blive bæredygtig.

Nedenfor præsenterer vi nogle centraler områder, hvor FLAG'erne kan støtte turismeudviklingen i deres område:

Overnatning

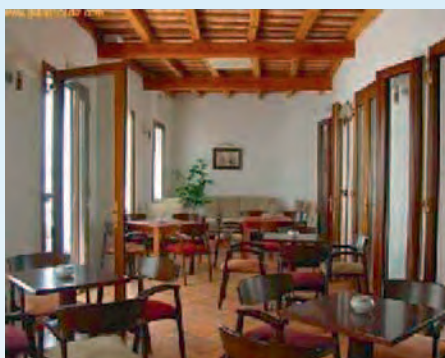
Som tidligere nævnt har overnatning et betydeligt jobskabespotentiale. Og det at have et velegnet sted at overnatte er et af de primære spørgsmål, som turister tager stilling til, når de vælger en rejsedestination. Dermed skaber hoteller, campingpladser eller Bed & Breakfast-steder også forudsætninger for at tilbyde andre tjenesteydelser (mad, underholdning, kultur) i et fiskeriområde.

Når det skal træffes beslutning om, hvilke typer overnatning der ville gavne området, må FLAG'erne se på det øjeblikkelige udbud og belægningen i området og forvisse sig om, hvor en række yderligere eller bedre overnatningsmuligheder kunne gøre området mere konkurrencedygtigt. Det er også værd at huske på, at

fiskerne og deres familie kan tilbyde traditionel overnatning, da det kan være en effektiv måde at differentiere området på og udnytte den lokale fiskeriarv (se "ittiturismo", s. 32).

Under alle omstændigheder bør overnatningens kvalitet og type være i overensstemmelse med de attraktioner, som området rummer. Det bør indgå i FLAG-strategien og projektudvælgelseskriterierne. Målgruppen for et etablerment (f.eks. unge familier, par på strandferie, sportsfolk og pensionister) vil påvirke hele projektet lige fra bygningstype eller ombygningsarbejdets art (adgangsforhold, gulvbelægning, værelsernes størrelse, swimmingpool osv.) til udbuddet af mad og kommunikations- og markedsføringsstrategien.

Hotel Almadraba Conil, Andalusien, Spanien



Det familiedrevne hotel i det historiske centrum af Conil er et eksempel på, hvordan et fiskeriområde kan nyde godt af den aktive rolle, som lokalbefolkningen spiller i udviklingen af områdets overnatningsudbud. I dette tilfælde blev en fredet bygning renoveret, byens lokale fiskeriarv blev styrket, seks nye arbejdspladser blev skabt, og en kundekreds til de øvrige lokale forretninger blev dannet. Desuden efterkommer hotellet en stor efterspørgsel efter turistovernatninger i området, samtidig med at det tilbyder en mere personlig løsning end de primært større hoteller, der allerede fandtes.

Conil er en kystby med en befolkning, der stiger fra 10 000 til 100 000 i sommermånederne. Imidlertid må et succesrigt hotel kunne tilbyde mere end blot adgang til hav og sol for at overleve turismens sæsonudsving. Hotel Almadraba Conil, der er et lille hotel med 17 værelser, har netop gjort dette og har en belægningsprocent på 80-90 % i 10 af årets 12 måneder takket være sin særlige karakter og omhyggelige kundepleje.

Conils historie er fast forankret i fiskeriet, hvis kerne er "almadraba", en praksis, der går tilbage til fønikerne, der fangede tun i særligt placerede net langs kysten. Byen voksede op omkring fiskeriet, og hotellets ejere var ivrige efter at indbygge denne identitet i hotellet, deraf navnet "Hotel Almadraba Conil". Dette tema er gennemgående i hotellets design og karakter, hvor hvert værelse har sit eget navn relateret til *almadraba* og et særligt billede, der illustrerer navnet. Ejerne samlede gamle fotos, net og kroge sammen fra medlemmer af lokalsamfundet, og de er nu udstillet på hotellet.





Det tog Antonio Brenes og hans kone M^a Dolores Caro (Lola) to år at planlægge og udvikle hotellet fra en forfalden familiebolig. Mens Antonio arbejdede om aftenen og i weekenderne på projektet, sagde Lola sit job op for at hellige sig arbejdet på fuld tid. Fire år efter åbningen i 2003 var hotellet blevet en rentabel, overskudsgivende virksomhed, hvor Antonio også begyndte at arbejde på fuld tid.

Udfordringer:

- > Manglende erfaring i turist- og hotelbranchen.
- > At finde lokalt personale, der talte engelsk og tysk.
- > Uforudsete omkostninger som følge af strukturelle fejl i bygningen og behovet for ekstra dobbeltruder på grund af den forholdsvis stærke støj fra byens centrum.
- > Rejseselskaberne var i begyndelsen tøvende med hensyn til at reklamere for så lille et hotel.

Anbefalinger:

- > Det er vigtigt at foretage en nøje undersøgelse tidligt i forløbet for at kunne træffe kvalificerede beslutninger. F.eks. ville rejseselskaberne ikke reklamere for hoteller med under tre stjerner. Det er vigtigt at vide, før man vælger sin målgruppe.
- > Opbygge stærke relationer til andre hoteller i byen. Andre hoteller vil generelt ikke hilse yderligere konkurrence velkommen i deres by, men nye hoteller kan lære en masse af mere erfarne aktører – og få henvist kunder – hvis der kastes energi i sådanne relationer.
- > Være tilgængelig (og velinformeret!) for gæsterne med hensyn til at fortælle om byens historie og traditioner. Tage sig tid til at tale med kunderne og lære dem at kende personligt.
- > Opmuntre gæsterne til at anbefale hotellet.
- > Være forberedt på at investere sit hjerte og **en masse tid** i projektet! De første år kan være ekstremt hårdt arbejde, og 16 timer om dagen var det normale for Lola og Antonio. Men deres engagement betalte sig, og hotellet underholder nu deres familie på fem medlemmer samt et personale på seks fuldtidsansatte medarbejdere.

Omkostning: 1 000 000 EUR, støtte fra Leader+: 203 000 EUR (20,3 %)

Bemærk: Den anslåede projektkomkostning var oprindelig 700 000 EUR, og Leader-tilskuddet dækkede 27 % af denne omkostning. Men på grund af uforudsete byggeomkostninger blev den faktiske omkostning betydeligt højere.

Kontakt pr. e-mail: lola@hotelalmadrabaconil.com / reserva@hotelalmadrabaconil.com

Fødevarer

Lokalsamfund fokuserer ofte stærkt på, at turisterne bliver i deres område (dvs. på at tilbyde "et sted at sove" og "noget at besøge"), og glemmer, at mad også kan være en stærk magnet. Mange turister nyder mad og drikkevarer, som er forbundet med egnen og dens særlige træk. De er sommetider villige til at rejse mange kilometer for at smage en **lokal specialitet**, og når de får tilbudt noget særlig interessant, vil de sandsynligvis sprede budskabet til venner og familie. Dermed kan lokale partnerskaber hente en ekstra indtægt til området ved at fremme og markedsføre den lokale kulinariske arv.

Naturligvis er der typisk i fiskeriområder mange projekter knyttet til de lokalt fangede fisk, som kan sælges direkte til forbrugerne i fersk eller forarbejdet stand. Der nævnes eksempler på sådanne aktiviteter i vores tidligere vejledning "Værditilvækst til lokale fiskeri- og akvakulturprodukter". Et fiskeriområde kan dog også se sig om efter andre typer mad og drikke, som kunne styrke egnens samlede tiltrækning på turisterne. Den tilgang, vi taler om her, kaldes sommetider "Local Food Systems"¹¹, som ikke blot omfatter lokalt producerede fødevarer, men også **tætte relationer mellem producenter og forbrugere**. Local Food Systems kan involvere både fisk og andre produkter, som kan være til rådighed gennem distributionskanaler som:

- > direkte salg (gårdsalg eller salg over rælingen)
- > åbne markeder såsom landmændenes markeder, der drives af lokale producenter eller handlende
- > tilbagevendende begivenheder såsom lokale fødevarefestivaler
- > ordninger med levering af kasser, der drives af enkeltproducenter eller grupper af producenter, og som sikrer forbrugerne jævnlige forsyninger af lokalt producerede fødevarer
- > specialbutikker og restauranter, der tilbyder lokale specialiteter (de kan også fokusere på specifikke typer af mad, f.eks. økologisk).

Det er vigtigt at sikre, at der er god information til rådighed for turister og potentielle besøgende om kilderne til frisk fisk og andre produkter.

Restauranter, der serverer lokale retter, kan gøre området betydelig mere attraktivt foruden at være en god forretningsmulighed i sig selv. At åbne en restaurant kan da også være en god mulighed for at tilføje den lokale fisk og en række andre lokale produkter en merværdi og samtidig hjælpe med at skabe job i lokalsamfundet. FLAG'erne skal imidlertid være klar over, at cateringsektoren kan være yderst konkurrencepræget, og at der bør foretages seriøse forundersøgelser, inden denne type projekt sættes i gang. Nye restauranter med støtte fra akse 4 bør enten søge at fylde et hul i udbuddet (f.eks. i eksemplerne fra Korsika og Tenerife, se nedenfor) eller tilbyde noget anderledes, eventuelt knyttet til kvaliteten (f.eks. Captain's Galley, se nedenfor).

Sådanne restauranter kan få et godt ry, fordi fisken, de tilbyder, er friskfanget og har en tydelig tilknytning til de lokale fiskere. Restauranterne bør ansøres til at tilbyde og reklamere for deres lokale retter. En effektiv kommunikationsstrategi omkring kvaliteten af det lokale køkken kan da også styrke både madens og egnens image.

På FARNET-webstedet findes der også et fuldstændigt casestudie om "De Boet", en restaurant i Nederlandene, der har fået støtte fra akse 4.

¹¹ «Local Food Systems in Europe», IFZ Graz, 2010, www.faanweb.eu.

Lokale restauranter på Tenerife og Korsika

I den lille fiskerlandsby Tajao på den sydlige del af Tenerife var der ingen restaurant overhovedet indtil 1980. Så begyndte en af fiskerkonerne at tilberede fiskeretter og sælge dem til turisterne og de lokale arbejdere. Indtægten fra denne aktivitet gjorde det muligt for hende at købe jord og etablere en restaurant. I begyndelsen var det lokale kvinder, der var ansat i virksomheden. Der kom også familiemedlemmer og hjalp til ved spidsbelastninger. Nogle af disse kvinder besluttede efterfølgende at indrette deres egen restaurant, og i dag kan lokalsamfundet prale af otte restauranter, der primært drives af fiskerfamilier, som følger merværdi til den fisk, de selv og deres naboer fanger.

På Korsika er fiskerihavnen Centuri berømt for sine hummere, og flere familierestauranter tilbyder lokalt fanget fisk og andet godt fra havet som et supplement til deres indkomst fra fiskeriet. Disse restauranter drives for de flestes vedkommende af fiskerkoner, mens deres mænd er på togt. I turistsæsonen skaber de også et antal ekstra job. Når den oprindelige investering er tjent hjem, kan disse virksomheder ofte blive den vigtigste kilde til familiens indtægt.

Captain's Galley, Skotland



Den skotske fiskehandler Jim Cowie var træt af at se fisk af god kvalitet, men mindre kendte arter blive underudnyttet, gå til spilde eller blive sendt ud af lokalområdet, så han omskoled sig til kok, og sammen med sin kone Mary åbnede han en fiskerestaurant i Scrabster på Skotlands nordkyst i oktober 2002. Restauranten var tidligere et frysehus beliggende på havnen.

Cowies politik er at servere Highland-mad af højeste kvalitet: friske, lokale sæsonvarer. Menuen sammensættes hver dag, når Jim har undersøgt, hvad der udbydes enten direkte fra fiskerbådene eller på fiskemarkedet. Det supplerer Mary med grøntsager, salater og urter, som hun dyrker i deres egen have.

Captain's Galley overholder strenge miljøstandarder, f.eks. skal alle landbrugsvarer stamme fra et område, der ligger inden for 80 km fra restauranten, og der serveres kun fiskearter, som er fanget i områder, hvor bestanden er bæredygtig og ikke under pres, og endda kun, når der er sæson for dem. Jim sætter stor pris på sin nære tilknytning til de fiskere, han handler hos, og på deres viden om bestanden. Han understreger, at sæsonens fisk er sund fisk, og påpeger betydningen af sæsonvariationer for sundheden i fiskebestanden, kvaliteten af produktet, forretningen og i sidste ende forbrugeren. Captain's Galleys indkøbspolitik blev godkendt af Marine Stewardship Council i 2009.

Resultatet er en travl restaurant af topkvalitet, hvor en trerettersmenu koster ca. 50 EUR pr. person. Den har vundet utallige priser, f.eks. "Highlands dining out experience", Highlands & Islands Tourism Awards 2006 og den britiske pris "Seafood Restaurant of the Year", Seafish 2009.

www.captainsgalley.co.uk

Aktiviteter

Endelig skal et område tilbyde turisterne "noget at give sig til eller besøge". I en FLAG skal man overveje, hvilke lokale ressourcer der kunne udnyttes til at blive turistattraktioner, og hvilke typer besøgende man ønsker at tiltrække, når man lægger en strategi for området. Man skal desuden undersøge, hvilke svar fiskerne og deres familie kan komme med.

Fiskeriturisme

En af de mest indlysende aktiviteter, som fiskeriområderne kan tilbyde turister, er **fiskeriturisme**. Med andre ord den aktivitet, hvor turister tages med om bord på erhvervsfiskerfartøjer for at opleve, hvordan fiskerne arbejder, og tage på opdagelse i deres verden. Sommetider kan disse turister smage den fisk, der er fanget, enten hjemme i havnen eller om bord.

Fiskeriturisme praktiseres i flere lande, bl.a. Italien, Estland og Finland. Imidlertid er en af de primære udfordringer for udøvere af fiskeriturisme i EU-medlemsstaterne af lovgivningsmæssig art. Ud over Italien, hvor to love indeholder betingelserne for udøvelse af fiskeriturisme, lader det til, at der **kun findes meget lidt lovgivning** i EU, der specifikt handler om turisme om bord på erhvervsfiskerfartøjer. Dette fravær af specifik lovgivning betyder, at sådanne aktiviteter normalt foregår på kommerciel vis, og at de dermed er underlagt **betingelser, der gælder passagerbefordring**. Sådanne betingelser kan sommetider indebære urealistiske krav til fiskerfartøjerne.

I lande som Spanien hindrer **en streng national lovgivning** i øjeblikket erhvervsfiskere i at tage turister med ombord, hvilket gør denne aktivitet umulig. Fiskerne kan konvertere deres både til turistformål, men de kan ikke fortsat stå i registret over fiskerfartøjer og samtidig drive turistvirksomhed.

En anden udfordring er **beskatning**. I visse lande gælder en specifik skatteordning for erhvervsfiskeri. Sådan er det i Frankrig, hvor fiskeri er undtaget fra visse skatter og afgifter, herunder moms. Men der er ikke fastlagt bestemmelser om aktiviteter, der rækker ud over de direkte fiskerirelaterede aktiviteter, hvilket betyder, at fiskerne skal oprette et parallelt regnskabsystem for at drive fiskeriturisme. I Frankrig ser man nærmere på forslag om at fjerne denne hindring ved at give fiskerne lov til at nyde godt af en afgiftslettelse, der ligner den, som gælder landmændene med hensyn til landboturisme¹².

Endelig skal fiskeriturisme oven i opfyldelsen af lovkravene opfylde de krav, som enhver turistaktivitet stiller. **Kundeservice af høj kvalitet**, f.eks. når der skal demonstreres fangstmetoder, er altafgørende, hvis aktiviteten skal tiltrække kunder og formidle et positivt billede af professionelt fiskeri til offentligheden. Samtidig skal der findes en balance mellem at efterkomme turisternes behov og bevare aktivitetens autentiske karakter, og mange fiskeriturismeudbydere er ivrige efter at sikre, at der ikke går folkløse i erhvervet.

¹² Forudsat at disse supplerende aktiviteter ikke udgør mere end 50 % af deres fiskeri og ikke overstiger en vis tærskel.

«Pescaturismo» og «ittiturismo» i Italien

Italien giver os beviset for de potentielle fordele ved pescaturismo – fiskeriturisme – gennem sine resultater af arbejdet med at diversificere fiskeriet i retning af turistbranchen. Her har fiskeriturismen vist, at sammenlignet med en normal fiskeridag, som giver ca. 350 EUR i overskud til en besætning på to mand efter 13 timers arbejdsdag og en fangst på 25 kg fisk til en gennemsnitlig pris af 20 EUR/kg, så giver en dag med fiskeriturisme en indtjening på 360 EUR til samme besætning efter en mindre anstrengende dag med 11 timers arbejde og 10 turister, der hver betaler 40 EUR. I gennemsnit fanges der desuden kun 2-5 kg fisk, hvilket reducerer presset på bestanden.

Sammen med “pescaturismo” har Italien også “ittiturismo”, som også betyder fiskeriturisme direkte oversat. Begge forvaltes i henhold til en regional lov, som underbygges af den nationale lovgivning. “Ittiturismo” er en integreret tilgang til at opfylde turisternes behov, som udnytter fiskeriets lokale arv i et givet område. Den består i at tilbyde overnatning og det lokale køkken til turister i traditionelle fiskerhuse, som er ombygget til formålet. Pescaturismo-udflugter tilbydes som regel parallelt hermed. Disse aktiviteter er etableret gennem konsortier af kooperativer.

www.ittiturismo.it

Fiskeriturisme i Var – et akse 4-projekt, Frankrig



Inspireret af italienernes erfaringer har Marco Polo Échanger Autrement, en fransk ngo, der har specialiseret sig i bæredygtig lokal udvikling, udarbejdet et fiskeriturismeprojekt, der støttes af FLAG i Var og arbejder tæt sammen med den lokale fiskeri- og akvakulturkomité i Var. Pilotprojektet kaldet «Pescatourisme 83» blev igangsat i 2009 med deltagelse af et bredt partnerskab af offentlige og private aktører inden for fiskeri, turisme og miljø.

Målet for projektet har været at skabe de nødvendige betingelser for at drive fiskeriturisme i praksis i området. Man har tilpasset erfaringerne fra Italien til omstændighederne i Var, hvor fiskerfartøjerne normalt kun er 7-10 meter lange og ofte kun har et enkelt besætningsmedlem, og hvor de retlige rammer for fiskeriturismen for øjeblikket

er ikkeeksisterende. Man opnåede forsøgsstatus til forsøget med fiskeriturisme, og nu er der gennemført to runder togter af pakken. Den bestod af en morgentur (3-4 timer) med fiskeriturisme, hvor man stævner ud før daggrø for at trække de net ind, der er sat dagen før, og iagttager og lærer af områdets traditionelle fangstteknikker.

I projektudviklingen gennemførte man følgende trin:

- > En feasibilityundersøgelse af gennemførelsen af fiskeriturisme i Var med definition af sikkerhedsregler, der skulle overholdes, tilpasninger, som fiskerbådene skulle have lavet, uddannelsesbehov og eventuelle miljøvirkninger.





- > Finde ud af, hvordan sådanne aktiviteter ville virke i praksis: de enkelte fiskeres rolle, og de øvrige involverede organisationers rolle, herunder turistkontorerne, samt typen af kommunikationskampagne.
- > Definition af eventuelle supplerende aktiviteter (f.eks. turistovernatning og salg af lokale produkter).

Projektet blev kørt af et centralt team af lokale og regionale aktører, men inddrog også et bredere partnerskab af aktører til at fremme og udbrede information om projektet inden for egne rækker. Desuden blev projektet bygget op over tre tematiske arbejdsgrupper ud fra følgende emner: 1) sikkerhed, 2) fiskeri og turisme og 3) kommunikation. I hver af arbejdsgrupperne **arbejdede fiskerne tæt sammen med eksperter** fra forskellige felter for at udvikle fiskeriturismen i Var.

Merværdien af fiskeriturismen, som projektet skal resultere i, kan inddeles i fire hovedkategorier:

- > Økonomisk merværdi – ved at tilvejebringe ekstra indtægt til fiskerne (mellem 30 og 70 %, afhængigt af bådens størrelse, for fiskeriturismedage).
- > Social merværdi – ved at højne bevidstheden om og anerkendelsen af fiskerens hårde arbejde og fangstens uforudsigelighed med hensyn til mængde og art. Dette hjælper igen med at opbygge støtte til sektoren i lokalsamfundet og sikre øget bevidsthed hos forbrugerne om deres valg af fisk.
- > Kulturel merværdi – ved at udnytte og fremme kulturarv og traditioner, som fiskeriet og dets historie og teknikker repræsenterer i området.
- > Miljømæssig merværdi – ved at reducere fangsterne, men især ved at placere fiskerne centralt i indsatsen for at bevare fiskeressourcerne. Projektets initiativtagere peger da også på en radikal ændring i fiskernes indstilling og deres inddragelse i diskussioner med andre aktører i området om emner, der både omfatter og rækker ud over fiskeriet.

Omkostning: 277 590 EUR, støtte fra akse 4: 86 140 EUR (31,9 %)

På FARNET-webstedet findes der et fuldstændigt casestudie om *Pescatourisme 83*, herunder kontaktoplysninger på Marco Polo.

Andre aktiviteter og attraktioner

Ud over fiskeriturismen er der en hel række andre turistaktiviteter, der er forbundet med vand og både, og som kan tilbydes af et fiskeriområde. Det er bl.a. lystfiskeri, fiskeriturisme i bred forstand (aktiviteter omkring områdets fiskeri og dets lokale arv såsom besøg i områder med skaldyrshøst eller -avl, udflugter til auktionshallen eller turistture om bord på fiskerbåde, der er taget ud af erhvervet) og havturisme (mere generel havturisme som f.eks. besøg i

havparker) samt vandsport som dykning, surfing og sejlad. Hvis FLAG'erne vælger at støtte disse aktiviteter, som ligger uden for selve fiskerisektoren, er det vigtigt, at der knyttes bånd til det lokale fiskeris aktører, hvor man skaber et samarbejds miljø, der igen kan skabe afsmittende fordele for lokalsamfundet som helhed. Specialture som whale watching eller hvalsafarier (se nedenfor) kan ramme en balance, hvor man opfylder behovene hos både fiskere, turister og miljøforkæmpere.

Hvalsafari på Azorerne



I slutningen af 1980'erne foretog IFAW (International Fund for Animal Welfare) en feasibilityundersøgelse af mulighederne for at udvikle hvalsafarier fra Azorerne som et middel til at erstatte noget af den indkomst, som Azorernes indbyggere mistede, da de ophørte med hvalfangst i 1987.

Der er stiftet en række virksomheder som resultat af denne undersøgelse, primært med det fælles formål at bevare og opbygge en bæredygtig og rentabel forretning. Den mest integrerede af disse virksomheder er Espaço Talassa.

Forretningens primære mål er hvalsafarier. Espaço Talassa har en flåde på fire gummibåde og holder en 20 minutter lang undervisningslektion før hver udflugt, hvor der bliver forklaret om hvalerne i havet omkring Azorerne og deres levesteder. Deres succes med at spotte hvaler og delfiner skyldes ældgammel brug af udkigstårne, som de har bevaret fra fangsttiden. De har ansat en hvaludkigsmand, som har lært faget af sin far, der er en af virksomhedens stiftere.

I tilknytning til udflugterne har de en lille butik, en café/bistro og et hotel i udkanten af havnen med ni fastansatte medarbejdere. Espaço Talassa er nabo til hvalmuseet i Lajes, og de to aktører har knyttet tætte bånd.

Hvalsafarier har hjulpet Azorerne med at trænge ind på et nichemarked for økoturisme, og den økonomiske virkning for øerne har været betydelig. De fleste virksomheder sælger en række overnatningspakker, som hjælper med at holde turisterne på øerne i længere perioder, normalt op til en uge. De fleste virksomheder sælger også hel- og halvdagsudflugter, som er målrettet tilfældige turister. Privat udlejning til filmhold, videnskabsfolk osv. er også en voksende sektor i dette marked.

www.espacotalassa.com

Pakkeprodukter for turister: kulturarvsruter

En lokal udviklingsstrategi med fokus på et *altomfattende* turisttilbud vil sandsynligvis tiltrække flere turister og opmuntre dem til at blive længere i området end en række individuelle og usammenhængende produkter. En mulighed er at udvikle en rute omkring den lokale arv opbygget omkring lokale aktiver og med bred lokal deltagelse. Denne tilgang er særlig velegnet i forbindelse med akse 4, fordi den inddrager en række forskellige lokale aktører. Disse lokale aktører kan arbejde sammen om en fælles analyse af de lokale attraktioner (naturværdier, kulturelle og historiske

monumenter, lokale føde- og drikkevarer osv.), vælge de mest velegnede og komponere en sammenhængende turistpakke, som kan tjene penge til området og samtidig holde sig inden for bæredygtighedens grænser.

FLAG'en kan være afgørende for at få samlet disse aktører og for at støtte reklame- og markedsføringsaktiviteterne. Kulturarvsruter, der går gennem flere FLAG-områder (f.eks. langs en kyststrækning) er også en mulighed og kan bidrage til at styrke samarbejdet mellem nabogrupper.

Kulturarvsrute i Dolenjska og Bela Krajina, Slovenien



Kulturarvsruten i området Dolenjska og Bela Krajina i Slovenien startede i 1990'erne. Området blev betragtet som potentielt attraktivt for turister takket være dets smukke uspolerede landskab og lange tradition for kvalitetsmad og kvalitetsvine. Men de lokale interessenter var helt klar over farerne ved masse- og lavpristurisme, som kan skade miljøet og kulturen på en turistdestination. De var fast besluttet på at tage dette i betragtning og opbygge et stærkt ejerskab til projektet i lokalsamfundet mod til gengæld at sikre det en nettogevinst.

Det regionale handelskammer identificerede med hjælp fra eksterne konsulenter omkring 150 potentielt interessante steder, hvoraf de 28 endte med at blive valgt til at indgå i kulturarvsruten. Tanken var at udvikle et turistprodukt, hvormed man kunne tilbyde muligheder for ophold i op til syv dage i området. Dette arbejde blev også stimuleret af oprettelsen af et regionalt partnerskab mellem 32 offentlige, private og ngo-organisationer.

Der blev udfoldet en betydelig reklameindsats over flere år bl.a. med bistand fra en specialkonsulent for at gøre kulturarvsruten til et anerkendt turistprodukt hos rejseselskaberne. I øjeblikket tilbydes der to pakker, som forbinder større attraktioner i Slovenien (f.eks. Bled sø og den slovenske hovedstad Ljubljana), for aktive turister, der er interesserede i vandreture, cykelture, rideture og roture i regionen. Ruterne forbinder steder med naturarv og kulturarv i regionen med andre turisttilbud såsom overnatning, information, tjenesteydelser osv.

Antallet af besøgende i regionen er vokset med 10-15 % om året siden 2002 og skaber dermed en ekstra indtægtskilde i hele området. Ca. 600 lokale udbydere af supplerende aktiviteter er blevet godkendt og nyder nu godt af denne vækst. Desuden har udviklingen af kulturarvsruten bidraget til en række grænseoverskridende og bilaterale samarbejdsprojekter med andre lande.

Vigtige punkter, der bør overvejes:

- > At udvikle en ægte «turistpakke» i et område, der ikke er kendt hos den brede offentlighed som en typisk turistattraktion, kan være vanskeligt og koste en masse tid og kræfter, bl.a. professionel reklame.
- > En «animator» kan være afgørende for at sikre, at lokalsamfundet inddrages i et så komplekst turistprodukt som en kulturarvsrute.

Samlede omkostninger: ca. 2 115 000 EUR.

Samlet støtte: ca. 1 700 000 EUR (fra en række forskellige nationale og europæiske kilder). Kommunale midler: ca. 190 000 EUR. Bidrag i naturalier: ca. 225 000 EUR.

www.slovenia.info/?pot_dediscine=2058&lng=2

Vigtige erfaringer

- > *Skelne mellem områder, som allerede er vigtige turistdestinationer, dem, der ligger nær tætbefolkede områder, og dem, der ligger fjernt derfra og endnu er ukendte som turistdestinationer. Tilpasse sin strategi derefter.*
- > *Være tydelig om fiskeriprodukternes, processernes og kulturens potentiale med hensyn til at styrke turisttilbuddet. Flere og flere turister søger nye "oplevelser" som led i deres ferie, men at kombinere disse elementer med flere standardturisttilbud kræver stor omhu.*
- > *Lære sin målgruppe at kende og tilpasse sig dens forventninger (f.eks. Almadraba Hotel).*
- > *Være realistisk: tilpasse sit tilbud til aktiverne i området (f.eks. fiskerestauranter) og til lokalsamfundets særlige kvalifikationer (f.eks. hvalsafari).*
- > *Diversificeringsprojekter kan gavne fiskerisektoren (fiskeriturisme i Var, hvalsafari på Azorerne), men det er vigtigt at se realistisk på de reelle fordele samt risici og begrænsninger ved enhver ny turistaktivitet for fiskersamfundet. Hvad er mulighederne for inddragelse af de lokale som iværksættere eller medarbejdere? Vil disse aktiviteter forbedre salget af lokal fisk eller sikre supplerende indtægter til familiemedlemmer? Er der en risiko for konkurrence til havs eller på land (f.eks. om bygninger tæt på kysten)? Lave en realistisk oversigt over, hvad der kan gøres for at nedbryde forhindringer og maksimere fordele, både for fiskerne selv og de lokale indbyggere generelt.*
- > *Sikre sig, at man tilbyder den rette blanding af tjenesteydelser til de besøgende: Hvis man kun tilbyder overnatning eller kun mad, vil man sandsynligvis tiltrække færre besøgende end, hvis man tilbyder en sammenhængende pakke (f.eks. kulturarsruter, ittiturismo).*
- > *Et af en FLAG's vigtige bidrag er at støtte "samarbejde i tidlige omsætningsled" (samle og uddanne forskellige projektinitiativtagere, markeds- og feasibilityundersøgelser, overvindelse af lovgivningsmæssige og administrative barrierer osv.), som er nødvendigt for at udforme turistprodukter, og dernæst sørge for, at disse produkter virker ved at støtte dem med målrettede reklameaktiviteter "i sene omsætningsled". FLAG'erne skal sikre, at de afsætter tid og ressourcer nok, og at deres procedurer er fleksible nok til at muliggøre dette (f.eks. kulturarsruter, Almadraba Hotel).*

2.5 Kreative fag: kunst og kultur som springbræt til økonomisk udvikling

Når der ses nærmere på de forskellige muligheder for at diversificere et fiskeriområde, ønsker visse lokale partnerskaber måske at udforske mulighederne for at udvikle kunst og kultur. Gennem de seneste årtier har mange lokalsamfund rundt omkring i verden fundet ud af, at hvis man udnytter indbyggernes kreativitet, kan man **generere nye aktiviteter** og skabe job og desuden styrke **følelsen af lokal identitet**, mens man samtidig opbygger **tillid** til lokalsamfundet og dets fremtid. Der er mange vigtige traditionelle kunstformer og håndværk (kunsthåndværk, musik, tekstiler osv.) forbundet med fiskerisektoren. Desuden kan fiskersamfundene få del i akse 4-midlerne til støtte for innovative kulturelle aktiviteter.

Europa-Kommissionens data viser, at de kreative fag havde en omsætning på over 654 mia. EUR i Europa i 2003 svarende til 2,6 % af BNP og beskæftigede 5,8 mio. mennesker. I forbindelse med det europæiske år for innovation og kreativitet i 2009 blev det da også tydeligt, at det kan være en vellykket udviklings- og jobskabelsesmodel at opbygge kreative områder, ikke kun i store byer, men også i små og mellemstore byer. Desuden er det en sektor, der har oplevet en hurtigere vækst end resten af økonomien, og som kan have en enorm multiplikatoreffekt gennem sine kreative input til andre sektorer og på grund af sin stigende brug af digitalisering. Læs mere på www.urbact.eu om kreative klynger.

Projekter med fokus på kunst og kultur kan tiltrække de besøgendes opmærksomhed (kunstnere, kritikere, mediepersoner og turister) foruden det lokale publikum, som ofte har færre muligheder for at deltage i kulturelle aktiviteter til daglig. Kunstfestivaler og workshopper, udstillinger og museer giver lokalsamfundet følelsen af at være producenter såvel som forbrugere af kunst og kan være en måde at opdage og udnytte vigtige lokale aktiver på, som

er forbundet med landskabet, arkitekturen, klæde- dragten, historierne og folkesangene, traditioner og forestillinger, fortid og nutid.

Selv om der findes eksempler på succesrige private gallerier, museer og selv teatre (normalt i store byer, mindre hyppigt i fjerne, mindre tætbefolkede områder), er det vigtigt at huske, at til forskel fra turisme, som kan drives udelukkende af erhvervs- livet, kræver diversificering baseret på kunst og kultur sædvanligvis, at den offentlige sektor eller ngo'erne inddrages i betydelig grad. Lokale indbyggere med kendskab til tendenser inden for nutidskunst og med gode forbindelser til medierne er et værdifuldt aktiv. FLAG'en kan have en vigtig opgave i at fremme initia- tiver over for et bredere publikum og sikre sig, at hele lokalsamfundet, herunder fiskerne og deres familie, nyder godt af disse kulturaktiviteter.

Når et lokalt partnerskab beslutter at inkludere kunst og kultur i sin strategi, kan viften af muligheder være imponerende. I afsnittene nedenfor præsenterer vi blot nogle få eksempler: et lokalt museum i Estland, temalandsbyer i Polen og en graffitifestival i en havn i Italien. Når man i en FLAG læser disse eksempler, bør man overveje, hvem man kan inddrage fra fiskeriom- råderne, og hvordan man indbygger kreative områder, som tilbyder kvalitetsjob og stimulerer viden og velstand.

Museer og udstillinger

Lokale museer og udstillinger er ofte en lejlighed til at fremme et givet områdes historier, traditioner og landbrugsvarer. Desuden kan indsamling af udstil- lingsgenstande være en god måde at inddrage lokal- befolkningen på (som kan blive bedt om at bidrage med historiske genstande eller redskaber) og dermed øge den lokale stolthed og stimulere kreativiteten.

Et partnerskab i Portugal f.eks. skabte et netværk af personer kaldet "kystkulturens vogtere" for at opbygge en onlinedatabase om kulturelle og udviklingsmæssige aspekter af havet og fiskeriet: www.ccc.mutuapescadores.pt. Databasen er inddelt i temaer som f.eks. mennesker, organisationer, genstande, konstruktioner (bygninger/skibe), dokumenter, historier, begivenheder og teknikker. Projektet blev ledet af et fiskeriforsikringskooperativ ("*Mútua dos Pescadores*") med deltagelse af foreninger for lokaludvikling og lokal arv, det portugisiske netværk af kvinder i fiskeriet samt to universiteter og et museum. Projektets formål er at højne bevidstheden om fiskerirelateret kultur og stimulere de lokale udviklingsinitiativer. Det tilvejebringer også uddannelse og værktøjer, herunder praktiske onlineworkshopper (hvor man f.eks. dagligt kan følge bygningen af en traditionel træbåd).

Fiskernes kooperativ eller "*cofradía*" i L'Escala, Spanien, har demonstreret, at disse typer aktiviteter også kan være rentable forretninger, idet det har vundet prisen "Best Business Initiative Award" i 2009 uddelt af Girona Convention Bureau for deres fortolkningscenter. Centret tiltrækker både unge og ældre og ligger i et dynamisk havneområde, hvor *cofradía* driver en restaurant og også tilbyder seminarer, workshopper og guidede ture til landingspladsen og fiskeauktionen. Den permanente udstilling informerer om

de lokale fiskeres liv og arbejde og fremmer ansvarligt fiskeri og respekt for miljøet. En af de mest populære aktiviteter har været centrets jamsession for kokekunst, hvor kendte kokke inviteres til at improvisere fiskeretter foran publikum. Publikum smager derefter på dem og vælger deres favoritopskrift blandt de deltagende kokke. Yderligere oplysninger kan fås på: www.maram.cat/en/

Reklame for et museum eller en udstilling kræver en professionel tilgang såvel som samarbejde med forskellige partnere. FLAG'erne kan være samlingspunktet for disse parter. Museet kan endvidere indgå i en samlet turistpakke. Når museet har etableret sit ry, kan det til gengæld hjælpe med at fremme andre lokale attraktioner og produkter.

Det er tilfældet med museet for kystfolk i Estland, som ud over sine udstillinger tilbyder en række andre tjenester såsom tilrettelæggelse af skovture og familiebegivenheder foruden salg af madkurve med lokale estiske produkter. På den måde har museumsområdet flere formål og hjælper også med at generere indtægter til andre lokale erhvervsdrivende. Desuden er det forbundet med tre andre lokale museer, hvoraf det ene afholder et landbrugsvaremarked hver lørdag.

Bremerhaven fiskerihavn, Tyskland

I Bremerhaven har man forenet et museum med fiskeritraditioner og kultur i den historiske del af havnen. Ud over de maritime butikker, restauranter og cafeer er der et informations- og eventcenter (Forum Fischbahnhof) i et restaureret fiskepakhús. Et saltvandsakvarium kaldet Atlanticum, et forsøgskøkken for alt godt fra havet samt et teater og andre attraktioner (bl.a. den legendariske trawler GERA, der nu er omdannet til et flydende museum for dybhavsfiskeri). I øjeblikket er Bremerhaven FLAG sammen med et lokalt institut for evaluering af fiskekvalitet på udkig efter måder at videreudvikle turistpakken på omkring Forum Fishbahnhof.

www.fbg-bremerhaven.de



Museer og udstillinger kan også udnytte mulighederne i **nye teknologier**, og FLAG'erne kan være proaktive med hensyn til at tilskynde projektinitiativerne til at være innovative, når de udformer aktiviteter. FLAG for Var i Frankrig har f.eks. støttet et projekt med at digitalisere data om den lokale arv på kysten og gøre den tilgængelig gennem 2D-stregkoder, der indeholder data og er opsat i nærheden af de pågældende lokale kilder. Publikum kan scanne koderne med deres telefoner og få adgang til en række oplysninger, herunder videoer, om kulturen og naturværdierne. Projektet indeholder også materiale, der udstilles på det lokale marinarkæologiske museum, og giver allerede positive resultater med hensyn til at nå ud til nye målgrupper, især unge. Projektet har desuden skabt beskæftigelse til de lokale på en række områder lige fra indsamling og digitalisering af data til vedligeholdelse af it-systemet og lokale guider til at hjælpe brugerne med at lære konceptet at kende.

Temalandsbyer¹³

Begrebet "temalandsby" hænger sammen med dels den økonomiske nedgang i landsbyerne som følge af forandringerne i landbruget, fiskeriet og andre erhverv i den primære sektor, dels den voksende interesse for "oplevelsesøkonomien" (dvs. tanken om, at folk søger en usædvanlig oplevelse, et eventyr, hvor de ikke blot er iagttagere, men selv bliver aktører).

Temabyer eller temalandsbyer giver de besøgende denne type enestående oplevelse med fokus på et udvalgt tema. Der er f.eks. birkeslandsbyen (Poppy Seed) (Østrig) og hobbitlandsbyen (Polen). De besøgende tilbydes en vifte af lege og historier, som de kan deltage i under ledsagelse af og med hjælp fra uddannede landsbyboere (sminket og klædt på efter temaet), og landsbyens udseende tilpasses gradvis til temaet.

Denne "tematisering" er en særlig velegnet løsning for områder, hvor de store erhverv (f.eks. fiskeri) er for nedadgående, og som ikke er tilstrækkeligt attraktive til turismeudvikling i fuld skala. Udviklingen af et tema er ikke kun en måde at tjene ekstra på (typisk fra korte ophold), men vigtigere endnu giver det landsbyboerne en ny følelse af formål, og eftersom det kræver kreativitet og inddragelse af mange mennesker, både unge og gamle, kan det styrke integrationen i lokalsamfundet. Som et resultat heraf har sådanne landsbyer en stærkere social og økonomisk udvikling end andre landsbyer med lignende aktiver.

¹³ Meget indhold og inspiration i dette afsnit er tilvejebragt af Dr. Wacław Idziak fra Koszalin Technical University

Temalandsbyer i Polen



Denne tilgang har været en stor succes i mange landsbyer i baglandet til Polens nordkyst, hvor arbejdsløsheden, primært som følge af sammenbruddet i statsbrugene, sommetider når over 25 % og allerede har ramt anden generation af landsbyernes familier. Sådanne steder har lokalsamfundet en stærk motivation til at gå i gang med en ny type aktivitet, og det er ofte de ugunstigt stillede dele af befolkningen, herunder kvinderne, der deltager mest.

Der blev skabt en gruppe på fem «temalandsbyer» i den vestpommerske region i Polen i perioden 2005-2008 med støtte fra EU-initiativet EQUAL. Projektet omfatter en række møder med indbyggerne for at sætte dem ind i konceptet, en analyse af aktiverne og udvælgelse af et tema, udarbejdelse af en plan for skabelsen af temalandsbyen, etablering af et samarbejde med partnere udefra (f.eks. universiteter eller foreninger med temaet som formål), lokalforvaltningen, skolen, kirken osv., gennemførelse af en markedsanalyse, uddannelse og forberedelse af den tekniske og organisatoriske infrastruktur, markedsføring af «produktet», evaluering af kundetilfredsheden og gradvis udvidelse af tilbuddet (f.eks. fra sæsonbestemt til helsårstilbud). Man brugte eksterne konsulenter, men lokalsamfundets stærke involvering var helt afgørende.

En lang række produkter blev forberedt i disse landsbyer, bl.a. rollespil i hobbitlandsbyen (Sierakowo), en sundhedssti (Dąbrowa), udendørslege og kurvefletningsværksteder i labyrintlandsbyen (Paprotty), «på opdagelse» i jule- og påsketraditioner i «Landsbyen ved verdens ende» (Iwęcino) og eventyr og cykling (Podgórk). Mange af de besøgende er børnehave- og skolebørn, men nogle landsbyer tiltrækker også voksne.

Projektet har vist sig at være attraktivt for andre landsbyer over hele Polen. F.eks. Karwno i Pommern, hvor kommunens socialcenter og andre interessenter (et lokalt byrådsmedlem, ejeren af det privatiserede statsbrug osv.) i 2008 igangsatte et initiativ til skabelse af en temalandsby. Beslutningen om et tema tog seks måneder, og endelig blev Karwno til «Fantasilandsbyen», der tilbød en udendørsleg, værksteder og fantasilege. Allerede i 2010 kom der 700 besøgende. Animationsaktiviteterne (der involverer mellem 23 og 37 voksne og mange børn) førte til oprettelsen af en landsbyforening og et trommeband, og hvor der før kun fandtes en enkelt overnatningsmulighed for turister i landdistriktet, er der nu fire (i alt 45 senge), og der er også dannet en cateringvirksomhed. Landsbyen og de enkelte huse er blevet shinet op, og folk har fået større selvtillid.

Den samlede omkostning til projektet (uddannelse og animation) var ca. 45 000 EUR, fuldt finansieret af ESF.

www.wioskitematyczne.org.pl

Festivaler

Kulturelle begivenheder og festivaler hjælper ikke kun med at opbygge et kreativt miljø, men skaber også en reel forbindelse mellem kulturpolitik og lokal økonomisk udviklingspolitik. Festivaler kan bygges op omkring lokale fødevarer, men fiskersamfund kan også række ind i mere oplevelsesprægede områder

som musik og kunst. Det er måske ikke en tilgængelig løsning i alle fiskeriområder at tiltrække opmærksomhed til området ved hjælp af kunstnere med internationalt ry, men det kunne være interessant for nogle af de bedre kendte eller mere ambitiøse FLAG'er. Det er lykkedes byen Ancona i Italien at gøre det med ret stor succes.

Kunsthifestivalen «Porti Aperti», Italien



Myndighederne i Ancona har i nogle år forsøgt at øge regionens tiltrækningskraft og fremme et kunstvenligt image. Denne indsats blev knyttet til et andet initiativ, der specifikt vedrørte fiskeriets lokale arv i Ancona, nemlig åben havn-festivalen, som involverer alle havnene langs Marche-regionens kyststrækning. Initiativet havde til formål at åbne fiskerihavnene, integrere fiskerisektoren i bylivet, understrege fiskeriets rige historie på egnen og fremme forbruget af lokalt fanget fisk. Det blev oprindeligt lanceret i 2005 med støtte fra FIUF¹⁴, men

har på det seneste været finansieret med regionale og kommunale midler.

I forbindelse med denne festival udviklede Ancona kommune i 2010 projektet ICTYS eller «festivalen for kunst og fiskeri». Dette indebar et samarbejde mellem fiskerisektoren og nutidskunsten om at gøre havnearealet mere attraktivt. I en enkelt weekend i september blev fiskerihavnen omdannet til en scene for forskellige kunstneriske forestillinger: en fotoudstilling (fotopoesi) om fiskerlivet i Ancona, openairvisning af film om forskellige aspekter af fiskerlivet, musikforestillinger, smagning af lokal fisk osv. Begivenhedens højdepunkt var udstillingen af arbejder udført af bykunstnere fra hele verden, som dekorerede fiskerfartøjernes skrog og havnebygninger med graffiti knyttet til havtemaet.

Begivenheden tiltrak over 2 000 gæster og fik en massiv mediedækning. I alt 21 gadekunstnere (heriblandt fem lokale kunstnere) dekorerede skroget på 11 fiskerbåde og utallige havnebygninger. Festivalen blev udviklet som et samarbejde mellem Ancona by, lokale fiskeriforeninger og en kulturforening, som fremmer kulturel genopbygning af områder gennem kunst.

Projektkomkostningerne blev ca. 25 000 EUR, hvoraf de 20 000 EUR kom fra nationale kasser og de 5 000 EUR fra kommunen.

www.portiaperiti.regione.marche.it

¹⁴ Det finansielle instrument for Fiskeriudvikling, se Rådets forordning 1263/1999: http://europa.eu/legislation_summaries/maritime_affairs_and_fisheries/fisheries_sector_organisation_and_financing/l60017_en.htm

Vigtige erfaringer

- > Menneskelig kreativitet er en afgørende ingrediens i en succesrig lokaludvikling, og FLAG'erne bør udsøge sig og støtte kreative medlemmer af lokalsamfundet.
- > Kunstneriske og kulturelle projekter behøver ikke være dyre! Det, der er brug for, er evnen til at udnytte lokalbefolkningens kreativitet (sørg for at inddrage kvinder og børn!). De kan komme med enkle, men usædvanlige ideer (f.eks. male skibsskrog i Ancona).
- > Det er muligt at udvikle kreative aktiviteter selv i små byer og fjerne landdistrikter. Det hjælper at befinde sig i eller nær en stor by (Ancona, Bremerhaven), men nærhed til populære feriesteder (mange temalandsbyer i baglandet til østersøkysten) er sommetider tilstrækkeligt.
- > Kreative aktiviteter og begivenheder kan hjælpe med at tiltrække og fastholde talentfulde mennesker og skabe muligheder for de unge.
- > Tilskynde projektinitiativtagerne til at udnytte nye teknologier, hvor de kan bidrage med nye måder at gøre tingene på.
- > Kunst- og kulturaktiviteter kan sættes i gang som begivenheder (f.eks. forestillinger og festivaler), men senere bør projekter, der får støtte fra en FLAG, sigte mod bæredygtighed på længere sigt (f.eks. museer, periodiske frem for engangsevents, skabelse af permanente forbindelser til nøglefigurer i kunstverdenen osv.).
- > Kulturelle begivenheder og faciliteter kan bruges som katalysatorer for videreudvikling.

2.6 Sociale tjenester og erhvervelse af kvalifikationer

Befolkningsaldring, øget kvindelig deltagelse i arbejdsstyrken og større social og kulturel mangfoldighed er blandt de faktorer, der skaber det europæiske samfund af i dag. Disse faktorer giver både muligheder og udfordringer, som er relevante for fiskeriområder, der gerne vil fremme social integration og lige muligheder samt sikre, at medlemmerne af deres lokalsamfund er aktive, kvalificerede og veloplyste. I forbindelse med Europa 2020-strategien, som har til formål at fremme en økonomi med høj beskæftigelse og social og territorial samhørighed, ser vi i de næste afsnit på nogle eksempler på typer af tjenesteydelser, som FLAG'erne kunne overveje at støtte for at gøre deres område attraktivt at bo og arbejde i... og være pensionist i!

Plejetjenester og erhvervsdrivende foreninger

I mange FLAG-strategier er aldrig defineret som en svaghed i området, men en stigning i antallet af ældre og forsørgelsesafhængige medlemmer af lokalsamfundet giver også muligheder. De ældre besidder viden og erfaring, som kan mobiliseres i projekter med fantasi og forestillingsevne, hvor man ønsker at udnytte denne ressource. De har også normalt den tid, der skal til, og som i stigende grad er en mangelvare blandt den arbejdende del af befolkningen. Med hensyn til de forsørgelsesafhængige personer – børn, ældre eller handicappede – udgør de et marked for plejefaciliteter, som forventes at vokse betydeligt i fremtiden. Og plejefaciliteterne leverer vitale tjenesteydelser til lokalsamfund, hvor man forsøger at forene kravene fra forsørgelsesafhængige familiemedlemmer med sine forhåbninger om et aktivt arbejdsliv.

Levering af tjenesteydelser til ældre og forsørgelsesafhængige gør ikke blot et område mere attraktivt, men hjælper også med at skabe job og nye økonomiske aktiviteter i lokalsamfundet, ikke kun gennem plejecentre og lignende tjenester, men også gennem de virksomheder, der leverer til dem. Fiskeriområderne kan tiltrække beboere med behov for langtidspleje, der f.eks. søger et kystområde eller en stille landsby at tilbringe pensionisttilværelsen i. Der er mange eksempler på pensionistboliger eller ældreplejecentre, der drives af erhvervsdrivende foreninger, men også private selskaber, der leverer centrale sociale tjenesteydelser med en rentabel forretningsmodel. Indtægten kan komme fra socialsikringsordninger og/eller private bidrag.

Nogle af de mest succesrige plejefaciliteter er imidlertid de mest fantasifulde og kombinerer pleje med andre aktiviteter. Og parallelt forsøger visse strand- og landhoteller aktivt at tiltrække ældre og handicappede ved hjælp af specialtilbud på pakker i lavsæsonen for at udvide turistsæsonen. De følgende eksempler viser, hvordan et fiskebrug har kombineret pleje af handicappede med lystfiskeri for turister.

Plejebruget Regnbueørreden, Nederlandene



De Regenboogforel (regnbueørreden) er et to hektar stort fiskebrug og put-and-take-center i landsbyen Meerkerk i det sydlige Holland. Unge ørreder købes med en levende vægt på 300-600 g (1 EUR/kg) og sættes ud i en fiskedam. Lystfiskeriet foregår for det meste om sommeren, men der kommer også entusiastiske lystfiskere om vinteren. De betaler 17,50 EUR for en halv dag (formiddag, eftermiddag eller aften) og må beholde fangsten.

I 2009 begyndte Rosita van Steenis, der ejer bruget, at tilbyde dagpleje for unge og voksne med fysiske og psykiske handicap. I øjeblikket kommer fire unge mænd med autismerelaterede vanskeligheder på bruget nogle halve dage om ugen for at være i pleje. Den officielle sats er 45 EUR pr. plejekunde pr. halve dag, og i Nederlandene

er pleje ydet på et land- eller fiskebrug momsfrataget.

Aktiviteterne er primært arbejdsrelaterede: rengøring, hjælp til udsættelse af ungfisk, fodring af fisk og andre dyr, modtagelse af lystfiskere, forberedelse af fiskestænger og madding, besvarelse af lystfiskernes spørgsmål osv. De hjælper også med at røge ørrederne, arbejde i grøntsagshaven eller kantinen og har sommetider tid til selv at fiske lidt. Aktiviteterne varierer efter årstiden som på ethvert andet land- eller fiskebrug. Om sommeren er der fokus på lystfiskeri, mens der skrues op for vedligeholdelsen om vinteren.

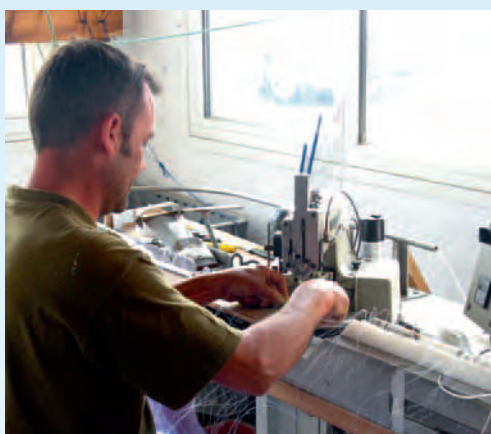
Rosita van Steenis er opsat på, at arbejdet på fiskebruget giver både omsorg og læringsmuligheder for disse unge, og at det tydeligt bidrager til deres personlige udvikling. Hun prioriterer kvalitet frem for kvantitet og accepterer derfor kun det antal gæster, der tillader en plejestandard, som hjælper den enkelte gæst med at udvikle sine sociale færdigheder i det tempo, der passer vedkommende. Rosita van Steenis arbejder aktivt sammen med *Foreningen af plejebrug i Utrecht* for at finde gæster, evaluere deres erfaringer og forbedre kvaliteten af plejetilbud på brug. Samspeilet med lystfiskerne giver en værdifuld mulighed for, at plejekunderne kan opbygge en social kontakt med almindelige mennesker, mens lystfiskerkunderne sikrer brugets økonomiske levedygtighed.

Kontakt: info@forelvisvijverszederik.nl

Følgende projekt er et andet eksempel på social integration, men denne gang gennem betalt beskæftigelse. Denne erhvervsdrivende forening opfylder både en social funktion ved at tilbyde handicappede

personer en lejlighed til at spille en aktiv rolle i en arbejdende virksomhed, hvor de kan bidrage med deres kvalifikationer og/eller viden, og en økonomisk funktion ved at generere indtægter og job til området.

Mellem hav og land: fremme af beskæftigelse for handicappede fiskere, Frankrig



Foreningen "Navicule Bleue" har med støtte fra FLAG for Marennes Oléron udviklet en række værktøjer, bl.a. undervisning og rådgivning, for at sætte fiskere, der er blevet kvæstet på havet, i stand til at blive reintegreret på arbejdsmarkedet. Projektet indeholdt bl.a. en altomfattende analyse af, hvilke behov tidligere fiskere med handicap har, foruden at det skabte jobmuligheder på tilpassede eller beskyttede vilkår i fiskeriet og andre havrelaterede aktiviteter.

Der blev stiftet en erhvervsdrivende forening i form af et særligt tilpasset værksted ("Atelier des Gens de Mer") med arbejdspladser svarende til seks fuldtidsjob. Akse 4-finansieringen blev bl.a. brugt til indkøb af udstyr, der var tilpasset de handicappede arbejdstageres behov.

Værkstedet leverer faglært arbejdskraft til kunder i havnen og sikrer en hensigtsmæssig kvalitet i tjenesteydelsen, samtidig med at det vedligeholder kommunikationen med kunderne og oplyser dem.

De vigtige erfaringer, der er høstet i dette projekt, er, at man nu kender:

- > behovet for specialiseret ekspertise til at identificere behov og begrænsninger vedrørende typen af handicap og den sociale kontekst
- > betydningen af at involvere støttemodtagerne selv som forandringsaktører
- > behovet for tilpasningsevne, dvs. konstant evaluering af arbejdstagernes evner for at fastslå, hvilken støttestruktur de har brug for
- > behovet for bæredygtighed: udvikling af en selvforsynende økonomisk model og en "social forretningsplan".

En lignende tilgang bruges i øjeblikket i større målestok i et andet fiskeriområde i Frankrig (Arcachon) med det formål at skabe op til 60 fuldtidsjob, bl.a. i et lokalt rugeri, reparation af net og havnerelaterede aktiviteter.

Samlede omkostninger: 89 300 EUR, akse 4-støtte: 30 000 EUR

Kontakt: thleques@wanadoo.fr

<http://naviculebleue.com/>

Vuggestuer og børnepasning

Levering af børnepasning og aktiviteter for børn er mere end bare en forretningsmulighed og kan være et vigtigt bidrag til en højnelse af livskvaliteten i fiskeriområderne. Og det er en central betingelse for at give lokalsamfundets medlemmer, især kvinderne, adgang til uddannelse og beskæftigelse. Der er som

sådan også en stor økonomisk fordel ved fleksibel børnepasning, fordi den har potentiale til jobskabelse, herunder til at hæve kvindernes beskæftigelsesgrad, og som vi skal se i det følgende eksempel, kan den også supplere turisme og fritidsaktiviteter og samtidig styrke samhørigheden i lokalsamfundet.

«De små banditter», legestue og indendørs legeplads, Irland

”De små banditter” er en indendørs legestue og legeplads i byen Mallow, County Cork (Irland), og blev udviklet af iværksættere som et rekreativt sted for både de lokale og områdets besøgende. Legestuen tilbyder almindelig børnepasning til lokalsamfundet og desuden en indendørs legeplads med bløde redskaber som boldbassiner, rutsjebaner og klatrerammer til underholdning for børn fra seks måneder til 12 år. Der lægges stærk vægt på udvikling i centret, og der er adgang for børn med handicap og en række værksteder og aktiviteter med fokus på at præsentere musik og dans for børnene. Der er også en basketball- og fodboldbane fra Soft Play for ældre børn.

Den lokale Leader-LAG, Blackwater Ressource Development Ltd., støttede udviklingen af denne institution med forretningsmentorhjælp og rådgivning, reklame og annoncering samt et kapitalindskud. Projektet supplerede da også LAG’ens lokale strategi ved at fylde et identificeret hul i leveringen af børnepasning. LAG’en mente også, der var store sociale og økonomiske fordele for området, herunder en positiv virkning for turismen.

Legepladsen ”De små banditter” har nu eksisteret i seks år. Der er 10 ansatte, og der kan være op til 250 børn på én gang. Institutionen bliver fremmet af de nationale og regionale turistmyndigheder som ”den ideelle løsning for børn og forældre” og betragtes som et væsentligt bidrag til at gøre området attraktivt for turisterne. Hvad angår de lokale familier, gør over 400 jævnligt brug af legepladsen og med plads til, at de voksne kan være sammen, mens nogen tager sig af børnene, er den blevet et socialt midtpunkt i lokalsamfundet.

Gennem årene har Leader i Irland støttet mange lokalsamfundsbaseerede og private legepladser og oplevelsescentre rettet mod familier og børn. Disse projekter har en betydelig økonomisk fordel, men det er også beviseligt, at de styrker det lokale sammenhold.

Samlede omkostninger: 130 000 EUR. Leader-tilskud: 65 000 EUR (50 %) i henhold til den lokale turismeforanstaltning

www.avondhubblackwater.com og www.littlerascals.ie

Social samhørighed

Da økonomien er blevet mere og mere diversificeret, oplever lokalsamfundene sjældent i dag de sociale bånd, der knyttes gennem en fælles afhængighed af en enkelt sektor som fiskeri eller landbrug. Da mobiliteten stiger, og migration bliver almindelig, bliver det desuden mere udbredt med tilflyttere, der ikke tidligere har haft forbindelse til medlemmerne af et lokalsamfund. Og dog bør betydningen af lokalsamfundets samhørighed og en fælles følelse af identitet ikke undervurderes.

Det gælder især i fiskeriområder, hvor lokalsamfundene i stigende grad mister følingen med fiskeriets lokale arv. Lokalsamfund med sammenhængskraft, som er bevidste om og stolte af deres traditioner

og arv, er da også bedre i stand til at mobilisere de værdier, der er i området, og få gavn af den sociale kapital ved opbygningen af interessante, behagelige og venlige områder, hvor folk kan bo og komme på besøg.

FLAG'erne kan gøre meget for at sørge for social samhørighed, herunder fremme projekter, som samler forskellige interessegrupper omkring et fælles mål. Imidlertid kan processen med at nære båndene i et lokalsamfund begynde med simpelthen at stille plads til rådighed for lokalsamfundet, hvor dets medlemmer kan mødes og lave ting sammen. Disse projekter begynder ofte på frivillig basis, men kan med tiden også blive rentable forretninger i sig selv.

Den lokale bar, Frankrig



Siden 2009 har den lille landsby Lherm (230 indbyggere) i det sydvestlige Frankrig fået en ny dynamik takket være etableringen af "Bar à Trucs", en livlig bar/restaurant, der drives af en lokal almen-nyttig forening.

I en landsby, som gradvis har mistet alle sine butikker, måtte indbyggerne "tænke ud af boksen" for at retablere, hvad der blev anset for væsentligt for den lokale levevis. Svaret blev Bar à Trucs, et

lokalt foretagende, der tilbyder en række tjenesteydelser og aktiviteter og giver det lokale samspil et nyt midtpunkt.

Da Bar à Trucs er mere end blot en bar og restaurant, er den blevet et populært sted at høre livemusik, og mange lokale bands optræder i et fyldt program for weekendens koncerter. Der er også en velforsynet mikrokøbmand, der sælger køkken- og husholdningsartikler og en række lokale landbrugsprodukter indkøbt inden for en radius af 15 km fra Lherm. Daglig levering af frisk brød giver også de lokale regelmæssig lejlighed til at besøge baren til en hurtig kop kaffe, en snak eller et blik i avisen, når de henter deres frokostbaguette. Ovenpå er der et offentligt bibliotek med internetadgang, som yderligere styrker bygningens karakter af multiservice og fællesskab.

Da den drives af en forening med et hold af frivillige til at hjælpe til, er baren blevet et deltagelsesbaseret foretagende, som sammen med den trofaste støtte fra borgmesteren og landsbyrådet betragtes som nøglen til dens succes.

Takket være denne lokale støtte er Bar à Trucs blevet en succesrig og rentabel forretning. Sammen med de mange sociale fordele, den skaber for landsbyen, spiller den også en værdifuld økonomisk rolle med hensyn til at sikre, at landsbyen får gavn af de mange turister, den tiltrækker hvert år, og giver arbejde nok til tre fuldtidsansatte lokale.

Kontakt: baratrucs.lherm46@yahoo.fr

Erhvervelse af kvalifikationer

Den vigtigste ressource i ethvert område er dets indbyggere. I sidste ende er det indbyggerne, der bliver hovedpersoner i enhver diversificering. At udstyre lokalbefolkningen med kvalifikationer, ikke blot til daglig drift, men også til at være konkurrencedygtig i en globaliseret verden under stadig forandring, bør være et grundlæggende element i enhver lokal udviklingsstrategi.

I fiskersamfund har der traditionelt ikke været noget presserende behov for højere uddannelse eller specifikke informations- og kommunikationsteknologiske (ikt) færdigheder. Imidlertid er dette ved at ændre sig i takt med sektorens omstrukturering. Fiskere og deres koner må nu være mere end blot folk, der fanger fisk. Kvalifikationer inden for forretning, it og kommunikation kan alle bidrage til at sikre, at fiskeriet og de tilhørende aktiviteter er rentable og tilpasset det moderne liv: effektive, bæredygtige og tilgængelige. Med det faldende antal job i fiskeriet vil mange også være tvunget til at bevæge sig ind i andre sektorer, og uddannelse, der kan støtte enkeltpersoner i at få succes i disse andre sektorer, er en grundpille i enhver diversificeringsstrategi.

Det samme gælder uddannelse af andre i lokalsamfundet, uanset om det drejer sig om forarbejdningsvirksomheder, butiksejere eller turistselskaber. Det er nødvendigt med et udvalg af uddannelses- og omskulingsaktiviteter, og på baggrund af deres områdes karakteristika bør FLAG'erne overveje, hvilke uddannelsesbehov og -krav der skal opfyldes for at få det maksimale ud af områdets aktiver. De bør tænke over, hvilke typer uddannelsesprojekter der bedst ville udstyre deres lokalsamfund med de nødvendige og nyttige færdigheder.

Forretningskvalifikationer og specialkvalifikationer

I mange områder vil der ofte allerede blive tilbudt forretningsrådgivning, gratis eller med tilskud, til iværksættere og SMV'er, og hvor det er muligt, bør FLAG'erne have kendskab til udbuddet af lokale kurser og være proaktive med hensyn til at tilskynde folk til at følge sådanne kurser. Afhængigt af landet kan kurserne udbydes af lokale arbejdsformidlinger, uddannelsesinstitutioner eller særlige bureauer, og det er vigtigt for FLAG'erne at opbygge og fastholde stærke bånd til disse organisationer. Følgende eksempel viser, hvordan fiskeriområder kan nyde godt af, at lokalsamfundets medlemmer tager specialuddannelser.

Fiskerirådgivning, Nederlandene

Konsulentfirmaet Post er ikke et gennemsnitligt regnskabsføringsfirma. Hr. Post, 39 år, er direktør og stifter af firmaet, der nu beskæftiger fem mennesker. Før da havde han været fisker i 13 år. I 2007 gik hr. Post i land for at hjælpe den skrantende familievirksomhed (en fiskerivirksomhed med et enkelt fartøj). Han tog sig nu af forretningens regnskaber og omskolede sig til regnskabsfører. Han tog sin uddannelse parallelt med fiskeriet, og med sit friske bevis i hånden gav han sig til at omdanne familievirksomheden.

Hr. Post forklarer, at fiskerne tilbringer det meste af deres tid til havs på hårdt arbejde, og den smule tid, de har derhjemme, ønsker de at bruge med deres familie. At blive iværksættere eller passe de ikke strengt fiskerirelaterede aspekter af deres forretning (politiske diskussioner, lovgivning, skatter, regnskab osv.) står ikke højt på deres dagsorden. Men alle disse emner er afgørende for fiskerens tilværelse i dag, da de har en stærk og direkte indvirkning på hans erhvervs fremtid.

Efter at have reddet sin familiefiskerivirksomhed fra konkurs og rettet den op igen solgte hr. Post den et år senere og har siden 2007 leveret regnskabs- og forretningsrådgivning til fiskerivirksomheder og ansatte. Det dækker omkring 60 % af hans omsætning. Hans unikke viden om sektoren giver ham en stærk konkurrencefordel, da han taler samme sprog som sine klienter. De skal ikke bruge tid på at forklare om kvoter, fiskerizoner, fangstregulering osv. Og han forstår den regnskabsmæssige kompleksitet for fartøjer, der er registreret under andre flag.

Udfordringer

Naturligvis bør man ikke undervurdere de krav, som sådanne nye aktiviteter stiller. Ud over tilpasning til en meget anderledes livsstil med bestemte arbejdstider skal man for at være regnskabsfører f.eks. også have et klart blik for detaljen, være villig til at holde sig ajour med konstant foranderlige regler og gå i gang med at tage en eksamen! Man skal også have adgang til et kontorareal, investere i udstyr som computere og telefoner og finde og købe ordentlig regnskabssoftware, hvilket er en post, der ikke må undervurderes.

Nu om dage er hr. Post fortsat engageret i fiskerierhvervet og opretholder en tæt kontakt med sine tidligere kolleger, mens han forsøger at varetage deres interesser.

www.post-consultancy.nl

FLAG'er kan også være proaktive med hensyn til at identificere og analysere huller i typen af udbudte uddannelser i et område og, når det er nødvendigt, tage skridt til at afhjælpe disse mangler enten ved at finde en projektinitiativtager med de fornødne kvalifikationer og den nødvendige entusiasme til at skabe langsigtede løsninger eller ved at engagere et center eller en enkeltperson til at levere et specifikt undervisningsforløb. Nedenfor præsenterer vi en række eksempler, der kan være til inspiration for FLAG'erne.

Informations- og kommunikationsteknologier

Anvendelsen af it giver regionerne en mægtig mulighed for at konkurrere effektivt og derfor generere økonomisk udvikling. Ikt-undervisning er et middel til at opbygge kvalifikationer, kapacitet og tillid (der giver nye jobmuligheder), så denne moderne teknologi kan udnyttes og håndteres.

Computerundervisning for skaldyrssamlere, Spanien

Cofradía (fiskeriforening) i Barqueiro-Bares, Galicien, modtog et tilskud fra sin lokale FLAG til at tilbyde it-undervisning til skaldyrssamlere, så de kunne indtage en mere aktiv rolle i markedsføring og salg af deres produkt.

Evnen til at navigere på internettet f.eks. og downloade og udfylde salgs- og leveringsblanketter blev opfattet som afgørende, da skaldyrssamlerne ellers var afhængige af, at der var en formidler til stede hos *cofradía*.

Undervisningen gav dem basale computer- og tastaturfærdigheder, herunder en introduktion til Word, så de kunne skrive breve, oprette tabeller og gemme oplysninger. Den gav også grundlæggende internetundervisning, så deltagerne kunne få adgang til information, f.eks. lokale forvaltningsplaner for deres ressource, og downloade dokumenter såsom de leveringsblanketter, der skal udfyldes ved første salg.

Samlede omkostninger: 2 450 EUR, finansieret 100 % af FLAG'en.

Kontakt: gac1@accioncosteira.es

Målrettede kurser

Baseret på en behovsanalyse vil FLAG'erne måske gerne levere specifik undervisning (f.eks. til fiskere og deres koner) i it eller andet. Denne undervisning kan række fra enkle kurser, som giver basale,

men væsentlige kvalifikationer, til mere integrerede undervisningspakker.

I kapitel 3, afsnit 3.2., findes der yderligere vejledning for FLAG'er om den rolle, de kan spille for at nære det menneskelige potentiale i deres område.

Kurser for fiskere, der ønsker at arbejde inden for turistbranchen, Finland



Fiskere i det nordøstlige Finland var klar over, at de kunne tjene en ekstra indkomst ved at diversificere ind i turistbranchen, men de manglede viden og kvalifikationer til at virkeliggøre det. På deres vegne kontaktede FLAG turistkontoret i byen Sodankylä, og baseret på resultaterne af en undersøgelse og en række møder mellem fiskerne, de lokale myndigheder og FLAG'en blev der udformet en pakke af kurser beregnet til at opfylde deres specifikke behov.

Syv sikkerhedskurser af 1-4 dages varighed blev udbudt. De dækkede emner som sikkerhedsdokumentation, førstehjælp og håndtering af en båd med turister om bord. Efter afslutningen af denne kursus-

pakke fik de 14 deltagende fiskere deres licens til at tage turister med om bord.

Desuden blev der tilbudt undervisning i kundeservice og i sammensætning af et turistprodukt til at hjælpe fiskerne med at forstå og udvikle rentable forretningsaktiviteter tilpasset profilen på den turist, man har valgt som målgruppe. Gruppearbejde såvel som individuel undervisning og personlig støtte blev tilbudt i denne fase for at åbne mulighed for ideudveksling, men også for at fiskerne kunne få feedback om forretningsideer, de ikke ønskede at dele med potentielle konkurrenter.

Endelig inkluderede projektet studieture til succesrige og ikke så succesrige selskaber i området. Dette satte fiskerne i stand til at få førstehåndsindsigt i turistforretningernes funktion og knytte værdifulde kontakter, som måske kunne henvise kunder.

Samlede omkostninger: 78 000 EUR. Akse 4-støtte: 70 200 EUR (90 %)

Projektinitiativtager: Lokalforvaltningen i Sodankylä

Vigtige erfaringer

- > *Aktiviteter, der giver en social fordel, kan også være rentable! Sommetider er det nødvendigt at kombinere komplementære aktiviteter for at sikre økonomisk levedygtighed (plejebruget Regnbueørreden, "De små banditter").*
- > *Mennesker er den største kapital i fiskeriområder. Invester i at give dem kvalifikationer til at diversificere deres område (vifte af kurser).*
- > *Tilskynd potentielle projektinitiativtagere og andre interessenter til at gennemtænke løsninger, som er tilpasset de specifikke behov i lokalsamfundet (turistpakker for fiskere, Finland).*
- > *Brug fantasien! Vend "svagheder" til muligheder (fritidsaktiviteter og pleje af ældre, udnyttelse af erfaring hos handicappede fiskere frem for at lade dem blive forsørgelsesafhængige).*
- > *Mist ikke de grundlæggende forretningsprincipper af syne: Ethvert foretagende, almennyttigt eller overskudsgivende, skal være rentabelt for at overleve. Ved levering af sociale tjenesteydelser må initiativtagerne især ikke overse de væsentlige elementer i god finansiell forvaltning (den lokale bar).*

3. Vigtige trin i gennemførelsen af en diversificeringsstrategi

3.1 Indledning

Dette kapitel handler om de konkrete tiltag, som FLAG'erne kan gøre for at sætte gang i en diversificeringsproces, som er bæredygtig både økonomisk, socialt og miljømæssigt.

Når vi siger diversificeringsstrategi, mener vi ikke blot det, der er skrevet i forslaget til akse 4-finansiering. Det skal altid være udgangspunktet, men det vil også være skrevet i temmelig generelle vendinger for at sikre fleksibilitet, når forslagene skal føres ud i praksis. Med strategi mener vi bare, at de aktiviteter, som FLAG'en udfører for at støtte diversificeringen, skal være godt planlagte, systematiske og fokuserede på klare prioriteter.

En sådan strategi skal omfatte en række tæt knyttede elementer, som kan være kategoriseret på forskellig vis. For at give FLAG'erne en enkel, operationel ramme har vi identificeret **fem felter**, som alle bør være dækket ind, når man har udformet en god diversificeringsstrategi.

Selv om FLAG'erne skal lægge ud med at præcisere de primære tanker om diversificeringen og identificere folkene bag, skal hvert af disse felter være i samspil med de øvrige og **skal vurderes under ét**.

Ideer. Hvad er hovedformålene og prioriteterne for diversificeringen? Hvad er de fælles tråde eller forenende temaer, som sikrer, at ressourcerne rettes mod de tiltag, der har den maksimale multiplikatoreffekt? Hvilke lokale aktiver og aktiviteter har størst potentiale? Hvad er den bedste måde at stimulere kreativ tænkning og nye projektideer på?

Mennesker. Hvem er hovedaktørerne – projekternes forkæmpere, initiativtagere, katalysatorer, sponsorer, brugere? Hvordan sikrer man sig, at centrale grupper som fiskere, fiskerkoner og unge deltager og får gavn af det?

Koordineret støtte. Hvilke former for og kombinationer af støtte er mest velegnede i en given sammenhæng? Hvem gør hvad, og hvordan sikrer man, at tiltagene forstærker hinanden frem for at modsige hinanden?

Timing. Hvornår er der brug for de forskellige tiltag, i hvilken rækkefølge, efter hvilken tidsplan og i hvor lange perioder?

Sted. Hvad er de mest velegnede placeringer for nye aktiviteter i området (med tanke på adgangsforhold, infrastruktur og lokale faciliteter)?

3.2 Hvilken rolle spiller FLAG?

FLAG'ernes handlefrihed og vifte af funktioner afhænger meget af den lokale sammenhæng og navnlig deres budget, antallet af ansatte og disses kvalifikationer, deres position i lokalforvaltningssystemerne, tilstedeværelsen af andre lokale agenturer og specifikke nationale eller regionale love og regler. Med undtagelse af nogle få områder, hvor FLAG'erne opererer næsten isoleret, vil de altid skulle arbejde parallelt med og om muligt sammen med andre lokale organisationer. I alle tilfælde er FLAG'erne mere end blot et kontor for uddeling af tilskud.

Ideer: katalysatorer for forandring

Hvis en FLAG ønsker reelle forandringer, er det meget vigtigt at opbygge en fælles vision om den type diversificering, de gerne vil fremme over f.eks. de næste 5-10 år, og opnå enighed (skriftlig eller mundtlig) om, hvordan det skal ske. Ellers er der fare for, at der kommer til at herske en "først til mølle"-indstilling, hvor det er "Tordenskjolds soldater", der kommer med standardprojekter, eller manglende risikovillighed. Reelle forandringer kræver visioner og normalt mindst to komplementære processer:



> For det første skal man i marken igen og grave i kreativiteten og dialogen med de lokale interessenter, som man fik gang i, da FLAG-strategien blev lagt. Arbejde med mennesker, få ideer, bruge sektor- eller temaarbejdsgrupper, task forces, anspore til reelle eller virtuelle lokale fora, platforme, studiebesøg, udvekslinger og mentorordninger. Det er alt sammen kreative værktøjer, som fremmer gensidig læring og gensidig næring af ideer. Fange nye ideer og engagere lokalbefolkningen i gennemførelsen af dem. Hvis man ønsker mere end blot en liste over lovende sektorer eller projekter og beslutninger om budgetter, kan FLAG'erne også forsøge at identificere:

- et eller to centrale **forenende temaer** forankret i områdets historie, miljø, økonomi eller lokalsamfund, som kan overføres til en fælles tråd, der går gennem diversificeringsstrategien
- **de lokale aktiver og aktiviteter** med størst potentiale
- eventuelle **strategiske projekter** (flagskibe eller fyrtårne), som reelt afspejler disse temaer og ideelt set har en stærkere multiplikatoreffekt eller forenende kraft
- **pilotprojekter** (både individuelle og kollektive), som kan motivere andre ved at levere håndgribelige resultater fra en hurtig og tidlig vellykket gennemførelse.

> For det andet skal man se sig godt for, være realistisk og objektiv og tage et realitetstjek på de forenende temaer og prioriterede aktiviteter. Hjælpere og entusiastiske aktører kan blive revet med af den seneste modetendens, men som vi så i kapitel 2, er konkurrencen meget skarp i mange af disse trendy, nye sektorer. Man skal fastlægge visse betingelser, før temaer og aktiviteter kan anses for at være en realistisk diversificeringsmulighed. Hvis din FLAG har sat gang i diversificering, skal du overveje

betingelserne for at komme ind i hver ny aktivitetssektor. Tænk over, hvordan du udformer din støtte på en integreret måde, der hjælper med at undgå de virkelige flaskehalse. FLAG'erne vil med tiden opbygge erfaring med, hvad der kan lade sig gøre

i hver sektor i deres område, men i starten er det godt at investere i ekspertrådgivning om, hvordan betingelserne er for private projektinitiativtageres indtræden, ved hjælp af skemaer som det nedenstående.

Betingelser for indtræden i aktiviteten/sektoren ¹⁵	Rangorden
Det foreslåede produkts eller tjenesteydelsens særpræg	
Det fornødne investeringsniveau	
Størrelse/tendenser på det eksisterende/potentielle marked	
Grad af intern og ekstern konkurrence	
Markedets tilgængelighedsgrad	
Graden af lokal kontrol med teknologi/produktionsprocessen	
Lokalt tilgængelige kvalifikationer	
Lovgivningsmæssige, administrative og skattemæssige hindringer	
Kvaliteten af supplerende infrastruktur og tjenester	
Andet: nødvendig arbejdskraft (tid), sæsonudsving, forenelighed med/forbindelser til fiskeriet osv.	

FLAG'erne skal også screene **offentlige eller almen-nyttige projekter** såsom infrastrukturinvesteringer eller uddannelse for det bidrag, de kan yde til diversificeringen. FLAG-medlemmerne skal kunne skelne mellem de investeringer, som giver området generelle fordele (f.eks. bred, generel uddannelse i sprog eller computerfærdigheder), fra dem, der virkelig skaber betingelserne for diversificering og fremmer reelle forandringer (f.eks. uddannelse skræddersyet til veldefinerede behov i diversificeringsprojekter). Professionel rådgivning og undervisning til FLAG-medlemmer kan være nyttigt her.

Når man har fundet målet for en diversificeringsstrategi, skal FLAG'en kommunikere klare budskaber med en effektiv intern og ekstern kommunikationskampagne. Hvis FLAG'en ikke har kvalifikationerne til det i egne rækker, bør den overveje at hyre professionelle folk til design, markedsføring og branding af området, så gennemslagskraften kan blive større.

¹⁵ Agro Campus Ouest har udarbejdet flere nyttige vejledninger, der rangordner betingelserne for fiskeres indtræden i visse tæt forbundne aktiviteter, samtidig med at de fortsætter fiskeriet: *Guide des Activités de Pêche et de Conchyliculture en Bretagne* og *Diversification des Activités de Pêche en Bretagne*.

Mulige værktøjer

- > Fuld udnyttelse af bestyrelse og partnerskab til at mobilisere de lokale lederes støtte til den valgte strategi.
- > Enighed om **forenende temaer**, eventuelle **strategiske projekter og pilotprojekter**.
- > Tematiske eller geografiske interessentmøder og arbejdsgrupper ved hjælp af forskellige inddragelsesteknikker (scenarieplanlægning, fremtidig dialog osv.).
- > Udvælgelse af lovende sektorer, undersektorer og aktiviteter, som repræsenterer muligheder eller huller, der skal fyldes (husk spørgsmålet om "dødvægt" og traditionelle og nye sektorer som nævnt i kapitel 1).
- > Råd fra eksperter og/eller forretningsfolk i forskellige sektorer om betingelserne for indtræden i visse centrale sektorer og markedspotentialet.
- > Inddragelse af professionelle i udformning og områdebestemt markedsføring med henblik på at udarbejde en kommunikationsstrategi.
- > Inddragelse af lokale medier (artikler i den lokale presse, interview i lokal radio eller tv, webbaserede medier) for at nå ud til og opmuntre potentielle projektinitiativtagere.
- > Informationsstande arrangeret af FLAG'en ved lokale begivenheder.
- > Udarbejdelse (eller få støttemodtagere til det) af korte projektbeskrivelser (casestudier) skrevet i enkle ikketechniske vendinger.
- > Oprettelse af en database med fotos, film og andet visuelt materiale om projekterne.

Mennesker: diversificeringens motorer

Mennesker er **den vigtigste** ressource i alle lokale diversificeringsstrategier. Selv om nye ideer er det, der sætter gang i en vellykket diversificeringsstrategi, udmønter de sig ikke i reelle, aktive og bæredygtige projekter uden motiverede mennesker til at drive dem frem. FLAG'ens afgørende bidrag er at identificere, rådgive, motivere, uddanne og hjælpe med at organisere de mennesker, de projektinitiativtagere og de medhjælpere, som faktisk skal drive den reelle diversificering.

Disse mennesker, iværksætterne og medhjælperne skal have de rette kvalifikationer til at drive diversificeringen fremad og levere bæredygtige tiltag. Ikke enhver FLAG vil have alle ressourcerne eller kvalifikationer til at levere forretningsstøtte eller undervisning direkte til projektinitiativtagerne, og det er ikke FLAG'ens opgave at udbyde generel erhvervsuddannelse i området. Men FLAG'en er ofte i en enestående position til at fremme en **strategisk tilgang til menneskelige ressourcer**. Den kan udarbejde en analyse og et overblik over både de lokale behov for kvalifikationer, det tilgængelige udbud og derudfra områdets behov, især de huller, der skal fyldes, for at diversificeringen kan lykkes.

FLAG'en kan også spille en afgørende rolle ved at forbedre den måde, hvorpå udbud og efterspørgsel efter uddannelse passer sammen, ved at agere **formidler** mellem lokalbefolkningen, de eksisterende uddannelsestilbud og forretningsstøtteorganisationer og arbejdsgivere. Der er mange muligheder, f.eks. kan FLAG selv udforme et uddannelsesprojekt, hyre en underviser og gennemføre undervisningen selv. I andre tilfælde kunne den arbejde sammen med en lokal uddannelsesinstitution og/eller en ngo, som kunne indsende en ansøgning til FLAG'en.

Erfaringen viser, at lokale aktionsgrupper typisk udbyder tre slags uddannelse:

- > kapacitetsopbygning til lokal udvikling (for lokal-samfundets grupper og FLAG'en)
- > skræddersyet iværksætterundervisning og
- > uddannelse i såvel de specifikke som de generiske kvalifikationer, som nye sektorer og aktiviteter har brug for.

Prioriteten eller den reelle værdi, FLAG'en tilfører i alle disse tilfælde, er ikke kun at fylde hullerne i standardudbuddet af uddannelser, men at udforme Action Learning-forløb tilpasset de reelle diversificeringsbehov i området og projekterne.

Hvem er de prioriterede grupper for FLAG'ens tiltag på området for menneskelige ressourcer?



For det første **fiskerne**. Et af de primære mål for alle diversificeringsstrategier i fiskeriområder skal være at sikre, at fiskerne står centralt i og får udbytte af den økonomiske forandring og de nye muligheder og aktiviteter. Fiskerne har et væld af viden om havet og søfart, kystmiljøet og havets ressourcer, men det potentiale, der ligger heri, og relevansen heraf i bred forstand er ofte underkendt eller undervurderet. Udnyttelse af dette potentiale kræver viden om projektudvikling og iværksætteri, markedsføring, kunderelationer, passagersikkerhed, it, sprog og andre specifikke og generiske kvalifikationer, som fiskerne måske ikke har eller har vanskeligt ved at oparbejde.

Den anden gruppe er de lokale **kvinder** – fiskernes koner eller samlevere og andre kvinder, der er ansat i fiskerisektoren eller i tilknyttede brancher (forarbejdning, skaldyrshøst, bødning af garn osv.). Der er mange deltidsarbejdende kvindelige ansatte, for hvem udviklingen af supplerende aktiviteter måske kan være en velkommen lejlighed til at supplere deres indtægt og forbedre deres økonomiske sikkerhed. Fiskernes koner og samlevere arbejder ofte ulønnet med at administrere og støtte deres ægtefælles lille fiskerivirksomhed, hvilket er et afgørende bidrag til deres overlevelse. Disse kvinder tager ofte initiativ til at diversificere ind i relaterede aktiviteter som direct marketing, forarbejdning i lille målestok, catering, restauranter og overnatning, kulturelle tilbud og sociale tjenesteydelser. At støtte denne overgang gennem skræddersyet støtte og undervisning for at styrke tilliden, opbygge iværksætterkapacitet og udvikle andre specifikke og generiske kvalifikationer motiverer og forbedrer chancerne for succes i både de nye forretninger og kerneforretningen. Kvindernes behov er ofte ikke blevet prioriteret, men deres deltagelse kan befordres gennem gunstige projektudvælgelseskriterier, inddragelse af dem i FLAG'ens beslutningsorganer og investering i eller på anden vis sikring af adgang til støttetjenester såsom børnepasning til en overkommelig pris.

Hvis fiskeri og fiskeriområder skal have en fremtid, skal de finde måder at få fat i **de unge** på. Da fiskernes gennemsnitlige alder er højere end den officielle pensionsalder i mange fiskeriområder, ser den nuværende situation ikke holdbar ud. Tiltrækning og fastholdelse af unge er derfor en stor udfordring for sektoren i mange fiskeriområder. Disse unge har energien, fantasien og kendskabet til nye teknologier til at kunne bringe deres fiskeriområde ind på nye veje. Hvis de skal bidrage effektivt, skal de støttes, når de

mangler erfaring eller kapital, inddrages i beslutningstagningen og have konkrete ansvarsområder. FLAG'erne skal være proaktive og sikre, at de unge er repræsenteret i bestyrelsen, tilskynde unge projektinitiativtagere til at fremsætte deres ideer og give dem metoder til at få kontakt med andre, som kan hjælpe dem med at gøre disse ideer til virkelighed. Der er ofte lejlighed til at forbinde ældre lokales viden og erfaring med unges energi og entusiasme.

Mulige værktøjer

- > Opsøgende arbejde (f.eks. via jævnlige lokale rådgivningsmøder eller afdelinger) med prioriterede grupper som fiskere, kvinder og unge kan hjælpe FLAG'erne med bedre at forstå de reelle behov, motivationen, de fælles interesser, potentielle konflikter og hindringer for inddragelse.
- > Identifikation af ledere og småaktiviteter, sikre tidlige succeser, som kan opbygge tro og tillid. Koncenerer dig først om muligheder og dernæst om mangler.
- > Kortlægning af tilgængelige kvalifikationer (formelle og stiltiende), det eksisterende udbud af uddannelse og undervisning og behovet for kvalifikationer i eksisterende firmaer og potentielle nye projekter.
- > Identifikation af huller i forretningsstøtten og undervisningen for hver prioriteret gruppe, område og sektor.
- > Oprettelse af et forum eller en task force sammen med organisationer, der udbyder almen og erhvervsfaglig uddannelse og forretningsstøtte samt arbejdsgivere.
- > Prioritering og incitamenter til lokale initiativer til uddannelse og forretningsstøtte, som opfylder afdækkede behov.
- > Oprettelse af en database over lokale konsulenter, undervisere og andre eksperter, som kan give specialistbistand til projektets støttemodtagere (f.eks. om økonomiske eller tekniske spørgsmål). Den bør ajourføres regelmæssigt under hensyntagen til kundernes anbefalinger.
- > Tilvejebringelse af plads og mødefaciliteter til undervisning og møder mellem projektinitiativtagerne og rådgivere/konsulenter.
- > Støtte til studiebesøg, mentorordninger, besøg af indlægsholdere i området.

Koordinerede støttepakker

En meget vigtig opgave for FLAG'en på en række felter er at agere formidler. Hvad betyder så det i denne sammenhæng? FLAG som formidler vurderer, hvad der kan gøres hos FLAG'en selv, gør status over lokal og bredere støtte, der er tilgængelig fra andre kontorer, og sikrer dernæst, at elementerne koordineres for at arbejde sammen om at optimere betingelserne for diversificering. Formidling kræver en "områdeiværksætters" indstilling og kvalifikationer, så man hurtigt og fantasifuldt kan reagere på muligheder for innovation i området. Forvaltningsmyndighederne skal sørge for, at akse 4-procedurerne ikke hindrer dette og er tilstrækkeligt fleksible.

FLAG'erne kan udføre denne formidlende opgave på mindst tre forskellige måder.

For det første kan FLAG'erne sikre koordinering mellem forskellige **støtteforanstaltninger** ved hjælp af en bred vifte af værktøjer (foranstaltninger), de har til rådighed. Hver FLAG's kunst består i netop dens evne til at levere den rette pakke af støtteforanstaltninger på rette sted og til rette tid, så der kan skabes optimale vilkår for diversificering¹⁶. Det nytter ikke at uddele tilskud, hvis kvalifikationerne ikke er der, og teknologien en ukendt. Investering i uddannelse nytter heller ikke, hvis den nødvendige investering i konkurrencedygtig produktion er uden for rækkevidde, eller markedet allerede er mættet. Den reelle værdi, som FLAG tilfører, ligger i dens kapacitet til at lytte direkte til projektinitiativtagerne, forstå den lokale situation og markedsmulighederne og koordinere med andre kontorer. På denne baggrund kan de så sammensætte hurtige og fleksible støttepakker, der er skræddersyet til de lokale behov.

For det andet kan FLAG'erne forbedre sammenhængen mellem forskellige diversificeringsprojekter og investeringer, og de kan sørge for, at projekterne er komplementære. De kan f.eks. hjælpe med, at den infrastruktur, et projekt kræver, er på plads



(f.eks. adgang, landskab, miljøforbedringer), hindre konflikter mellem projekterne (f.eks. ikke støtte en vindmøllepark, der påvirker det lokale fiskeri negativt) og fremme synergier (f.eks. et ørredbrug, som bygger på lokal identitet og traditioner og samtidig leverer særlige tjenesteydelser til handicappede børn).

Begge disse former for koordinering indebærer, at **forskellige lokale aktørers indsats forenes**. Det kan være lokale producenter, hvis der skal skabes et lokalt mærke, eller udbydere af overnatning og andre turistattraktioner, når der skal skabes en sammenhængende turistpakke. Andre aktører – skoler og uddannelsesinstitutioner, forretningsstøttecentre, banker og andre finansielle institutioner osv. – bør også tilskyndes til at overveje, hvordan de bedst når målet om diversificering i deres daglige virksomhed.

Tabellen nedenfor giver et eksempel på en liste over diversificeringsstøtteforanstaltninger. FLAG'erne kan udforme sådanne foranstaltninger med henblik på at dække forskellige sektorer og målgruppers behov og beslutte, hvilke den kan levere effektivt, og hvilke et andet kontor vil være bedre til. I sidste ende er det vigtigst, at nogen tager ejerskab og koordinerer og sikrer, at alle de primære betingelser for succesrig diversificering er til stede.

¹⁶ http://ec.europa.eu/regional_policy/policy/future/pdf/report_barca_v0306.pdf

Liste over støtteforanstaltninger målrettet prioriterede grupper og sektorer	Leveret af FLAG	Leveret af andre organisationer
Aktiviteter, der primært udføres af (eller er bestilt) af FLAG selv		
Information, animation, opsøgende, facilitering	Aktiviteter rettet mod alle målgrupper	Interessentorganisationer, lokale kvinder og unge
Identifikation, motivation, undervisning for projektets forkæmpere, initiativtagere og medhjælpere	En vis undervisning af prioriterede grupper	Aktive udbydere af almen og erhvervsfaglig uddannelse i området
Målrettet forretningsrådgivning og projektstøtte	Første fase, lille målestok	Anden fase ved regionale forretningsstøttekontorer
Proaktivt arbejde for at undgå administrative flaskehalse (licenser, tilladelser, skat, ejendomsret, ansøgninger osv.)	Følgeoplysning, arbejde med den lokale offentlige sektor	Egne initiativer, f.eks. fra kommunen
Aktiviteter, der primært støttes finansielt af FLAG		
Markedsundersøgelser og teknologiske undersøgelser og forskning	Tilpasning af samfinansieringskrav til typer af projekter og initiativtagere*	Universitetet, forskningscentre
Kvalitetskontrol, sporbarhed, certificering	Som ovenfor	Regionale og nationale kvalitetsordninger
Branding, promotion og markedsføring	Som ovenfor	Som ovenfor
Investeringer i produktive projekter	Som ovenfor	Større tilskud fra regionale udviklingsagenturer, lån fra banker osv.
Komplementær infrastruktur	Tilskud til infrastruktur i lille målestok med stærk direkte virkning	Nationale, regionale eller kommunale investeringer i infrastruktur i større målestok

* FLAG'erne kan bede om et højere niveau af privat samfinansiering til ikkeprioriterede projekter eller projekter, hvor støttemodtageren kan bidrage mere end det minimale beløb, der er fastsat i EFF-forordningen.

Timing

Denne diversificeringsproces kan sammenlignes med en rejse, som starter langsomt med meget små skridt, før den opbygger momentum, men pas på: Sommetider kan tempoet kamme over og skabe overforsyning.

I de meget tidlige stadier kan mange af betingelserne for indtræden, selv de små skridt, forekomme uoverstigelige og tage modet fra private investorer, som måske ikke er klar til at løbe risikoen. Hvordan kan FLAG hjælpe her? En af de tilgange, FLAG'en kan vælge, er at vurdere, om det er værd at hjælpe med at nedbryde disse hindringer og lette vejen frem ved at foretage målrettede **investeringer forud for konkurrencesituationen**. Det kan kræve markeds- og feasibilityundersøgelser, partnerskaber med forskningscentre for at teste nye teknologier, investering i forbedringer af relevante natur- og kulturressourcer, identificering af potentielle interessenter, tilbud om uddannelse osv. Det meste heraf vil sandsynligvis blive ledet af den offentlige sektor, medmindre området er heldigt nok til at have meget stærke og motiverede civilsamfundsorganisationer. Denne type forberedende investering er ofte en absolut forudsætning for, at en ny sektor eller aktivitet kan komme i gang, men er også i sagens natur risikabel.

Så snart de grundlæggende betingelser er til stede, vil de private projektinitiativtagere sandsynligvis begynde at vise interesse. FLAG'en kan meget vel stadig skulle yde støtte til den første bølge af projekter, indtil aktiviteten har nået et vist momentum, og processen er blevet selv bærende. Herefter kan FLAG'en ofte reducere sin støtte. Selv på dette tidspunkt kan FLAG'en imidlertid hjælpe med at konsolidere indtjeningen ved at yde støtte længere fremme i omsætningsledene på områder som promotion og markedsføringsstøtte til aktiviteten frem til modenhedsstadiet. Det er en dynamisk proces, og sommetider er der fare for, at markedet bliver mættet, og FLAG'en måske bliver nødt til aktivt at overveje at tale folk fra at starte flere projekter af samme type.



Det samme gælder den fornødne tid, der skal til for at fremme projekterne blandt de **prioriterede grupper**, der er beskrevet ovenfor. I de tidlige dage i en FLAG's liv vil de fleste ansøgninger sandsynligvis komme fra større, mere erfarne lokale erhvervsdrivende, både i den private og den offentlige sektor, med forslag om projekter på velafprøvede felter. Disse er frugter, der er lige til at plukke, og kan være værdifulde med hensyn til opbygning af momentum. Fiskere, kvinder og unge vil sandsynligvis bruge længere tid på at opbygge den nødvendige mængde tillid, motivation, kvalifikationer og kapital, men det er afgørende, at FLAG afsætter ressourcer til det forberedende arbejde med potentielle projekter sammen med disse prioriterede grupper.

Et andet afgørende punkt, der skal medtages, er behovet for at **afbalancere de tiltag, der gøres på henholdsvis markedets udbuds- og efterspørgselsside** og at skelne mellem modne og nye sektorer. Hvis f.eks. et område ønsker at starte en ny aktivitet i en temmelig moden sektor, kan det måske overføre og tilpasse eksisterende teknologier, opgradere lokale kvalifikationer (udbud) og koble sig på eksisterende kommercielle kredsløb (efterspørgsel) ret hurtigt. Imidlertid skal området være sikker på, at den nye lokale vare eller tjenesteydelse kan overleve i et konkurrencepræget miljø, ikke flytter eksisterende forretning og undgår overmættede markeder.

Timing af forskellige tiltag kræver nøje planlægning og koordinering. Indtræden i et nyt varemarked eller en forholdsvis ung markedssektor kan kræve perfektionering af produktive processer samtidig med dannelsen af helt nye markeder. Hvis produktionen ekspanderer for hurtigt, kan det føre til en skadelig overkapacitet (f.eks. på et nyt turistprodukt). Og hvis markedet stimuleres, førend der findes en kritisk masse af kvalitetsprodukter at levere, kan kundeinteressen gå tabt og aldrig blive genvundet. Det skal FLAG'erne tage hensyn til, når de overvejer timingen og typen af støtte, de leverer. Her er to nyttige timingtips til FLAG:

- > Bryd de nyere, mere risikable projekter ned i **mindre trin eller faser**, før der foretages større investeringer eller produktionsforøgelser. Sørg f.eks. for, at kvalifikationerne er til stede, f.eks. uddanne i

markedsføring, skabe prototyper, teste teknologi eller markeder, indbygge forbedringer i kvaliteten. Hvis det skal lykkes, skal procedurerne for indkaldelse af projektforslag være tilstrækkeligt fleksible.

- > Frem for at vente på, at initiativtagerne fremsender ansøgninger kan FLAG'erne tage føringen og opsøge dem for at opbygge en **portefølje med potentielle projekter** for fremtiden. Nogle FLAG'er formaliserer dette ved at bede om skriftlige interessetilkendigelser. Når FLAG'en først er i stand til at vurdere omfanget af efterspørgslen efter støtte (det potentielle udbud af projekter), kan den lettere lægge en tidsplan for sine første tiltag. Hvis der er tilstrækkelig efterspørgsel, kan den stramme betingelserne for de stærkere, mere konventionelle projekter og samtidig yde mere støtte til prioriterede projekter og grupper.

Mulige værktøjer – at ramme den rette timing

- > Identificering af områder for investering forud for konkurrencesituationen, potentielle projekter fra prioriterede grupper, modne og nye sektorer
- > Udvikling og konstant ajourføring af projektporteføljen med timingen for støtte og investering
- > Nedbrydning af nyere eller mere risikable projekter i mindre trin eller faser.

Sted

Ofte er det sværest for FLAG'ens bestyrelse og ledere at beslutte, **hvor** de skal støtte nye aktiviteter, frem for hvilke. Det skyldes til dels, at så snart en investering gøres i en by, landsby eller havn, vil andre forlange det samme. Resultatet kan være en konkurrence mellem de forskellige parter i samme område om at opbygge ens museer og faciliteter, og det kan føre til dobbeltforsyning eller udflytning, en forringelse af kvaliteten af investeringerne eller utilstrækkelig kritisk masse til nye placeringer.

En af måderne at håndtere dette på er at inddrage et element af deltagelsesbaseret fysisk planlægning i diversificeringsstrategien for FLAG-området. Dette kan bidrage til at opbygge de lokale interessenters forståelse for potentialet og prioriteringerne for



området, og for at nogle områder er bedre egnede til bestemte typer investering. Resultatet heraf bør være enighed om, at investeringerne bliver retfærdigt fordelt, alt efter hvad hvert område er bedst til.

Et indlysende eksempel er, at nogle dele af et område er bedre egnede til turister og fritidsaktiviteter, mens andre er bedre egnede til en højere grad af fiskeri og industri. Der kan tilrettelægges større flagskibsprojekter og projektudvælgelseskriterier for at bygge videre på specifikke fordele ved forskellige dele af området (f.eks. understregning af forskellige fiskeritraditioner eller aspekter af lokalhistorien, naturarven og kulturarven). Ligeledes kan projekter bygge på eksisterende infrastruktur. I koncentrerede områder, f.eks. havne eller turistfaciliteter, kan der udvikles supplerende initiativer, der kan opnå stordriftsfordele, projekter kan blive mere bæredygtige, og FLAG-investeringen kan give et større afkast.

Mens det rigtige sted kan være et afgørende bidrag til diversificeringsprojekternes succes og diversificeringsstrategien, kan det forkerte sted være meget skadeligt. Prøv f.eks. i de to tidligere eksempler at overveje virkningerne af at placere en industri på et turiststed, lægge et for stort pres på infrastrukturen eller tilføre et allerede overfyldt marked et nyt projekt. FLAG'en bør overveje de stærkeste placeringer, hvor projekterne kan bidrage mest, og hvor placeringen kan bidrage mest til initiativets succes.

I sidste ende kan dette føre til en større mangfoldighed i området, så der opnås en balance mellem styrkerne i områdets aktiver og aktiviteter på en strategisk og komplementær måde og dermed en reel merværdi til området og dets befolkning.

Mulige værktøjer – stedet

- > Task forces eller platforme med basis i landsbyen eller byen skal identificere centrale lokale aktiver og felter, som er særligt velegnede til nye aktiviteter
- > Lokale handlingsplaner og porteføljer med lokale projekter
- > Aftaler om fordeling af større projekter eller flagskibsprojekter
- > Kriterier for begunstiggelse af områder med særlige styrker eller behov
- > Lokale informations- og rådgivningsafdelinger og -møder
- > Udformning af ruteplaner med skiltning om hvert områdes bedste værdier.

Konklusioner

Når du har læst denne vejledning til ende, har du fået nyttige retningslinjer for:

- > hvorfor fiskeriområderne måske ønsker at diversificere
- > de forskellige mulige typer af diversificering
- > den brede vifte af muligheder, som fiskeriområderne har til rådighed
- > nogle af de primære betingelser for succes.

Men ikke to fiskeriområder er ens, så du vil uden tvivl skulle tilpasse opskriften og tilføje dine egne ingredienser. Fortæl os endelig om nye ideer, der virker, og gamle ideer, der ikke gør.

Held og lykke!





FARNET Support Unit

Rue Saint Laurent 36-38 – B-1000 Bruxelles

T +32 2 613 26 50 – F +32 2 613 26 59

info@farnet.eu – www.farnet.eu

