

VERSJON HØRING

06.11.2020



NÆRINGSPLAN 2021-2024

NÆRINGSVENNLIG - BÆREKRAFTIG - VEKST KOMMUNE



SURNADAL KOMMUNE
NÆRING OG UTVIKLING

INNHALD

Innledning

Kapitel 1. Handel, service og tenester..... s. 8

Kapitel 2. Industri..... s.10

Kapitel 3. Samferdsel..... s. 12

Kapitel 4. Landbruk.....s.13

Kapitel 5. Lokalmat.....s.15

Kapitel 6. Reiseliv.....s. 17

Kapitel 7. Kulturnæring.....s. 21

Kapitel 8. Rekruttering og utdanning.....s. 24

Kapitel 9. Samarbeid.....s.27

Kapitel 10. Arealstrategi.....s. 28

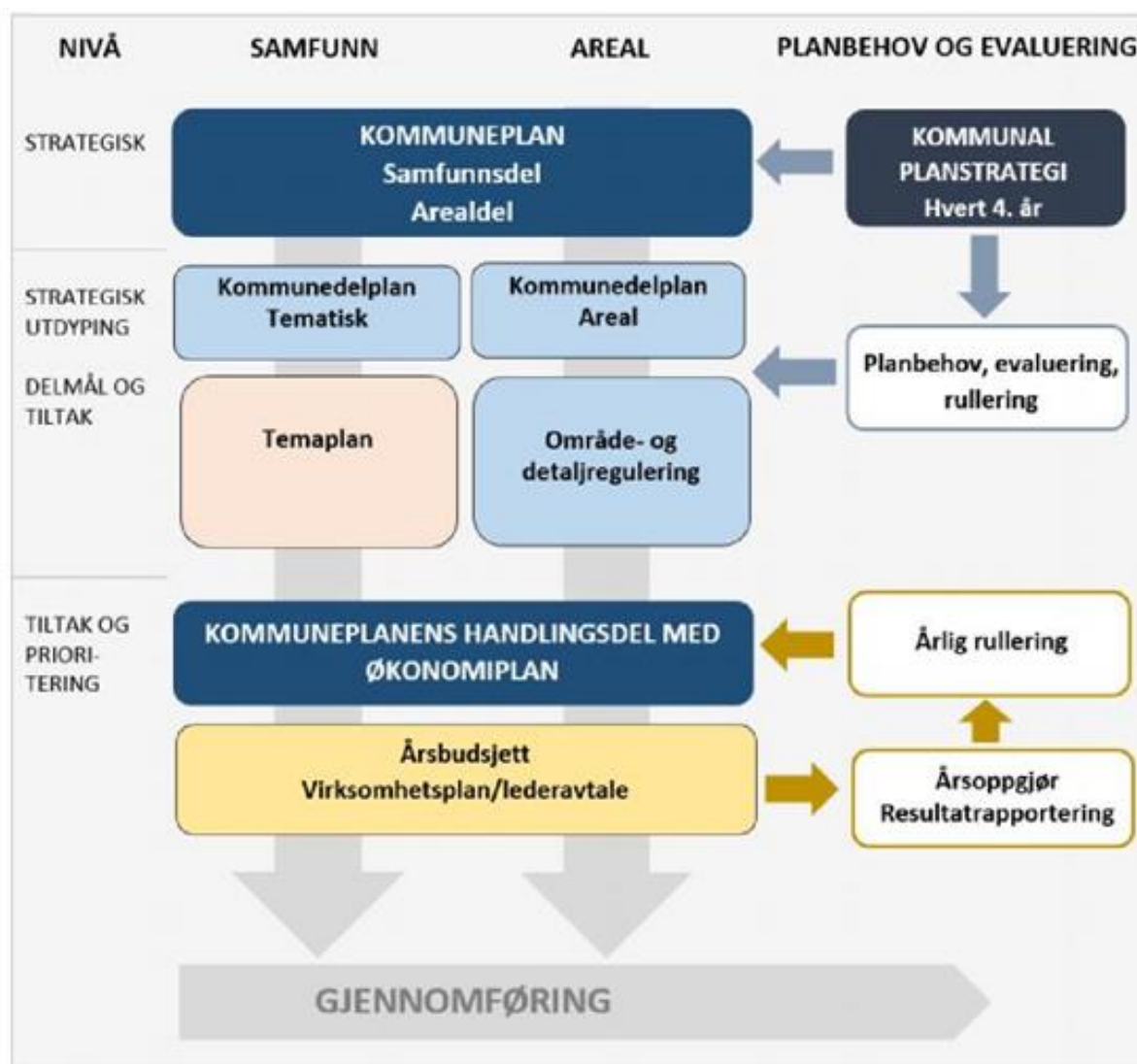
INNLEIING

Næringsplan for Surnadal kommune 2011-2015, vart vedteken 15.09.11., med ein lettare revisjon for 2016-2020. Det er no utarbeid ein heilt ny næringsplan i 2020 som er gjeldande fra 2021. Det skal vidare lagast årleg handlingsplan som del av økonomiplanen. Det er planar om å utarbeide ein felles overordna næringsplan for Surnadal og Sunndal.

Planen omhandlar 9 tema:

Handel, industri, samferdsel, landbruk, reiseliv, lokalmat, kulturnæring. Rekruttering og utdanning. I tillegg blir arealstrategi og samarbeid for å nå måla omtala i egne kapittel.

Skjematisk oversikt over planstrategien:



UTFORDRINGAR 2020-2032

Verda er i endring, og i aukande tempo. Det blir stadig vanskelegare å seie noko sikkert om framtida. Likevel må vi handle, og vi må halde oss til det vi trur mest sannsynleg vil komme. I dette innleiingskapitlet vil vi presentere dei faktorane som påverkar utviklinga i og for Surnadal kommune mest.

Kommuneplanens samfunnsdel er kommunens overordna plan og skal gi kommunen grunnlag for å styre samfunnsutviklinga i ønska retning. Kommuneplanen sin samfunnsdel skal ta stilling til langsiktige utfordringar, mål og strategiar for kommunesamfunnet som heilheit og kommunen som organisasjon.

Planen har eit tidsperspektiv på 12 år og måla er derfor langsiktige. Dei skal peike på kor ein ønsker at kommunen skal vere i 2032.

Kommunane og plansamarbeidet har i arbeidet med ny planstrategi for perioden 2020 – 2032 sett på sentrale utviklingstrekk og utfordringar for kommunane og Nordmørsregionen. Dette er eit viktig kunnskapsgrunnlag for arbeidet med kommuneplanen sin samfunnsdel.

Med eit folketal på 5 920 pr. 1. juli 2020 er Surnadal kommune ein middels stor kommune i Norge. Folketalet var på sitt høgaste i 1988 med 6 514 innbyggjarar. Etter ein liten oppgang var folketalet oppe på 6 512 i 1994. Etter ein jamn nedgang i fleire år har folketalet halde seg rundt 6000 innbyggjarar dei siste åra,

Det er relativt stor inn- og utflytting i kommunen, rundt 150-200 personar kvart år. Dei siste åra er det blitt fødd mellom 50-60 ungar og mellom 65-75 personar døy.

Delen av befolkninga med universitet- og høgskuleutdanning (22,4%) er lågare enn fylkes- og landsgjennomsnittet (28,7% og 34,6 %), men om lag på same nivå som andre distriktskommunar på vår storleik. Kommunen har større del kvinner med høgare utdanning (27,5%) enn menn (17,5%).

Som tabellen under viser vil vi i følge prognosane bli langt færre yrkesaktive i forhold til personar over 67 år i åra framover.

	2020	2030	2040	2050
20-66 år	3 420	3 083	2 763	2 647
67+	1 226	1 480	1 676	1 636

Tabell 1: Prognose på talet på personar mellom 20-66 år pr. person over 67 år i Surnadal kommune

Vi ser også av tabellen at talet på personar i aldersgruppa 20-66 år blir redusert med 773 personar fram mot 2050. Den framtidige eldreomsorga, anna offentleg forvaltning og næringsliv skal hente si arbeidskraft frå ei gruppe som i 2050 er redusert med heile 773 personar. Det blir ei viktig oppgåve i åra framover å arbeide for tilflytting .og sikre nok arbeidskraft. Den store utfordringa er at det er låge fødselstal i heile landet og det vil bli stor etterspurnad etter arbeidskraft, truleg i heile landet. Arbeidsinnvandring og arbeidskrafta til busette flyktningar er og vil bli viktig også i åra framover. Slik sett er vi i same situasjon som Tyskland og mange andre nasjonar som over lengre tid har slitt med små fødselskull.

Det tenesteytande næringslivet er også avhengig av eit visst befolkningsgrunnlag. For denne næringa kan også handelslekkasje, her også netthandel, og ikkje minst utanlandsreiser vere ei utfordring.

Pendlartala dei siste åra viser at pendlinga ut av kommunen er stabil, mens innpendlinga har auka.

Det er Sunndal kommune som tek imot flest pendlarar frå Surnadal. Deretter kjem etter tur Rindal og Halså. Inn til kommunen kjem flest rindalingar, mens innpendlarar frå Heim (Halså) er ein god nr.2.

Frå ▼ Til ►	Surnadal	Surnadal 2010	Rindal	Rindal 2010	Halså	Halså 2010	Sunndal	Sunndal 2010
Surnadal 2019			78		48		114	
Surnadal 2010				97		54		115
Rindal 2018	190							
Rindal 2010		188						
Halså 2019	63							
Halså 2010		75						
Sunndal 2019	45							
Sunndal 2010		28						

Tabell 2: Pendling til og frå i regionen (SSB). Tala for Rindal er frå 2018.

Tabellen under viser utviklinga for sysselsettinga i kommunen for aldersgruppa 15-74 år. Kollonna sysselsette etter bustad viser kor mange av dei som bur i kommunen som er i arbeid, anten ved at dei arbeider i kommunen eller pendlar ut. Sysselsette etter arbeidsstad viser kor mange som har eit arbeid her i kommunen, av desse også innpendlarar. Tala på sysselsette har endra seg lite dei siste åra. Veg

År	20-66 år Surnadal	Sysselsette etter bustad	Sysselsette etter arbeidsstad	Netto utpendling
2010	3 439	2 769	2 601	168
2015	3 464	2 711	2 571	140
2019	3 409	2 688	2 634	54

Tabell 3: Sysselsette, arbeidsløse og netto utpendling (SSB)

I hamneområdet har kommunen Industrikaia sentralt plassert. Frå landsida er det gode vegsamband inn til kaiområdet. Det er fylkesvegar som alle er 10 – tonns vegar og som er viktige samband til indre strøk av landet og til utlandet. På sjøsida er det korte avstandar til dei havrelaterte aktivitetane utanfor kysten: olje, gass og fisk. I området ved hamna ligg store areal regulert og delvis opparbeidd til industriformål. Surnadal må ta større del i dei aktivitetane som er retta mot offshorenæringane og legge til rette for spesielt mekanisk industri i framtida.

UTVIKLINGSTRENDAR OG UTFORDRINGAR VI KAN MØTE FRAM MOR 2032

Klima og naturmangfald

Vi står overfor to hovudutfordringar:

Det blir stadig mindre uberørt natur og natur som har for stor belastninga av auka bruk og trafikk. Det vert og stadig aukande utslepp av klimagassar. Både desse tendensane heng saman med ei aukande befolkning, og med aukande forbruk.

Gjennom Parisavtalen har Norge forplikta seg til å bidra til at den globale oppvarminga blir halde godt under to grader samanlikna med førindustriell tid, og helst avgrense temperaturauken til 1,5 grader. Norge sine klimaforpliktingar er vedtekne gjennom ein eigen klimalov der lågutslepps-samfunnet er beskrevet. Klimaloven har mål om at utsleppa av klimagassar i 2030 skal være minst 50, helst 55 prosent lågare enn i 1990. I 2050 må utsleppa av CO2 være netto null.

Å redusere utsleppa krev lokal innsats både frå innbyggjarar og lokalsamfunn. Den globale oppvarminga har medført ustabil klima på fleire måtar. Meir intens nedbør gir auka fare for flom og skred. Langs kysten kan vi få auka risiko for orkan og stormflo, og på sikt havnivåstigning. Dette kan få store konsekvensar både for næringslivet og ulike samfunn langs kyst og vassdrag.

Menneska har tilpassa seg klimaet sia tidenes morgon. I dag er det vanskeleg å forutsjå alle samfunnsmessige endringar som kan komme på grunn av endra globalt klima, og det blir nødvendig å gjennomføre klima og sårbarheitsanalysar med jamne mellomrom. Lokalt vil aukande temperaturar og hyppigare og meir intens nedbør sannsynlegvis føre til nye utfordringar for våre boligar, næringsbygg, vegar, avløpssystem og anna infrastruktur. Vi må starte tilpasningsarbeidet i dag.

Den andre viktige miljøutfordringa er stans i tap av naturmangfaldet. Dette forsvinn nå i eit skremmande høgt tempo. Surnadal kommune har eit variert og rikt biologisk mangfald med høg tettheit av trua artar og naturtypar. Som samfunn har vi eit spesielt ansvar for å ta vare på dette.

Klimautfordringane vil prege næringslivet framover. Det er ikkje opp til næringslivet å løyse alle samfunnsutfordringane, men vi treng eit bærekraftig næringsliv som tar ansvar i ein globalisert økonomi for å bidra til reduserte utslepp og sikre naturmangfaldet. Bærekraft må også inn som ein del av forretningsstrategien for å sikre framtidig konkurransekraft. Det handlar om å ta ansvar for ei breiare bærekraftig utvikling og tilpasse aktiviteten til nullutsleppssamfunnet.

Digitalisering

Alt som kan digitaliserast vil bli digitalisert. Ny teknologi, ny programvare, nye måtar å arbeide på og kommunisere på. Digitalisering er ein føresetnad for samfunnsutvikling og modernisering av kommunane. Dette krev stadig påfyll av utstyr og kompetanse.

Det kan vere vanskeleg å få tak i personar med høg digital- og teknologikompetanse i kombinasjon med god forretningsforståelse. Denne situasjonen er forventta å eskalere kraftig framover og påverke bedriftene sine emne til å få realisert sine digitale planar.

Bedrifter som evner å ta i bruk ny teknologi kjem til å få eitt forsprang på andre aktørar. Betre utnytting av mellom anna data og digitale plattformer til meir smidige endringsprosessar er fordelar som blir nemnt.

Bærekraftig digitalisering handlar også om verksemda sine evne til å sjå korleis teknologi kan skape mulegheiter for utvikling av nye produkt og tenester, og forbetring av eksisterande.

BÆREKRAFT KOMMUNE

FNs bærekraftsmål

Hausten 2015 vedtok FNs medlemsland 17 mål for bærekraftig utvikling fram mot 2030. Bærekraftsmåla ser miljø, økonomi og sosial utvikling i samanheng. Dei gjeld for alle land og er eit vegkart for den globale innsatsen for ei bærekraftig utvikling. (Lenke til FN-sambandet)

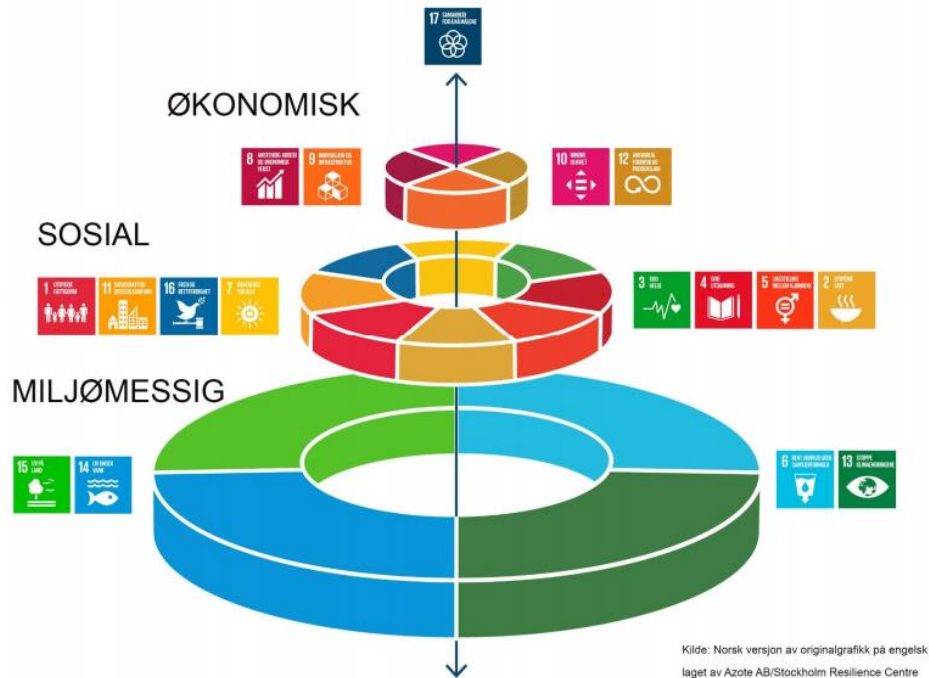
Regjeringa har bestemt at dei 17 bærekraftmåla til FN skal vere det politiske hovudsporet for å ta tak i dei største utfordringane i vår tid, også i Norge. Gjennom nasjonale føringar for regional og kommunal planlegging, er det tydelege forventningar om at kommunal sektor legg FN sine bærekraftsmål til grunn for samfunns- og arealplanlegginga.



Bærekraftmåla viser dei tre dimensjonane i bærekraftig utvikling: klima og miljø, økonomi og sosiale forhold. Samanhengen mellom desse dimensjonane avgjer om noko er bærekraftig. Måla skal vise veg mot ei bærekraftig utvikling på kort og lang sikt. Plansamarbeidet på Nordmøre har bærekraftsmåla som grunnlag for revisjon av kommuneplanen sin samfunnsdel.

Bærekraftig utvikling er ei utvikling som imøtekjem dagens behov utan å øydelegge mulegheitene for at kommande generasjonar skal få dekkja sine behov.

Modellen under viser dei tre dimensjonane bærekraftsmåla er organisert etter:



NÆRINGSVENNLIG KOMMUNE

«Næringsvennlig kommune» og «Næringsvennlig Region» er to anbefalte verktøy utvikla av Innovasjon Norge. Sunndal og Surnadal kommuner har starta dette arbeidet for å vurdere forbedring av sine tjenester og samhandling med lokalt næringsliv.

Målet er at Sunndal og Surnadal kommunar (regionen) skal fremstå som ein av dei mest attraktive kommunane for etablering av arbeidsplassar innan område der kommunane har spesielle fortrinn. Dette skal skje ved at kommunane sin evne til å arbeide utviklingsrettet styrkes, slik at eksisterende og nytt næringsliv får gode rammevilkår for vekst og utvikling.

VEKSTKOMMUNE

Definisjon på vekst, målsetting – innbyggere, arbeidsplasser, studenter, inntekter, omsetning, skatter og avgifter – samfunnsøkonomisk. Surnadal kommune ønsker å vere ein attraktiv og framoverlent kommune for næringslivet.

PROSESS

Arbeidet med denne plana har gått over 4 månader. Det har vore gjennomført møter med kolleger innafor ulike fagområder, med bedrifter og samarbeidspartar. Det har vore gjennomført webinar der næringslivet var invitert til å komme med innspel før plana vart lagt ut på høring. Høringsrunden vart satt til 3 veker frå 6. november til 27. November og skal gjennomarbeidast med innspel saman med formannskapet som skal godkjenne plana før det skal behandlast i kommunestyret 10. desember 2020.

HANDLINGSPLAN PRIMO 2021

Næringsplana er ei strategisk plan for næringsutvikling og det skal utarbeidast handlingsplan for kvart år som skal innehalde tiltak som er forankra i den strategiske næringsplana. Handlingsplana skal godkjennast av formannskapet for kvart år. Tiltaka blir utarbeid i lag med samarbeidspartar som næringsforening, Innveno og SuSu.

1. Handel, service og tenester

Med handel, service og tenester meiner vi all verksemd som tilbyr varer og tenester, t.d. frisører, bank, landbruksmaskiner og detaljhandel. Handelsnæringa er ein stor arbeidsgjevar og gjev jobb til mange. Det er forbruket av varer og tenester som danner rammene for markedet. Innafør disse er det handel og tenestebedriftenes jobb å skape god konkurransekraft og lønnsemd.

Framtidas velferd avheng av at yrkesdeltakinga auker. Varehandelen kan spele ei sentral rolle her, da bransjen er mangfoldig og gjev fleire sin første arbeidserfaring. Varehandel er som dei fleste andre næringar avhengig av teknologisk endring som går stadig raskare. Dette gjev bransjen nye muligheter, særleg innafør netthandel. Sjølv om hovedyngda av omsetninga framleis går gjennom tradisjonelle kanaler veks netthandel med 15-20 % årleg.

I tillegg til dei teknologiske drivarane er også kundenes handlevaner i endring. Kunden kan handle dyre merkevarer før lunsj, seinere på dagen handle i ein bruktbuikk og på kvelden gjere vekeshandelen for mat på nettet. I tillegg er kunnskap om produkt og pris så lett tilgjengeleg at opptil 70% av kjøpsbeslutninga kan være gjort før kunden kjem inn i butikk/nett-butikk. Kunden kan på enkelte produktområder ha meir kunnskap om produktet og pris enn det selgar har. Dette set heilt nye krav til mellom anna salskompetanse, produkt- og priskommunikasjon.

Statistikk: antall virksomheter innen handel

	Verksemd	
	2018	2019
K-1557 Gjemnes	0	0
K-1560 Tingvoll	0	18
K-1563 Sunndal	97	97
K-1566 Surnadal	60	69
K-1576 Aure	0	25

Statistikk: Omsetning per innbygger i detaljhandel (kr),

	Omsetning				
	2015	2016	2017	2018	2019
1557 Gjemnes	32 343	36 528	34 902	34 034	33 258
1560 Tingvoll	57 237	53 054	55 153	55 468	59 256
1563 Sunndal	81 873	86 228	85 558	84 080	85 725
1566 Surnadal	85 354	88 653	89 946	91 304	90 855
1576 Aure	57 688	57 373	54 392	55 647	53 439

Innspel frå webinar med næringslivet:



Mål og strategier:

Mål:

- Styrke Surnadal sin posisjon som eit handelssenter på Indre Nordmøre
- Nå ei omsetning innan detaljhandel på 100 000 kroner pr.person pr. år

Strategi:

- Bidra til kompetanseheving innafor bransjen
- Bidra til at dei teknologiske endringane blir implementert
- Redusere svinn og usortert avfall fra aktørene i bransjen
- Bidra til å opprettholde og videreutvikle hovedkontor for kjøpesenter i Surnadal
- Bidra til og opprettholde en variert detaljhandel i kommunen
- Bidra til et attraktivt sentrum for handel, service og tjenester
- Bidra til å opprettholde og utvikle gode nærbutikker utanfor sentrum

FN's-bærekraftsmål, miljømessig. Sosial, økonomisk



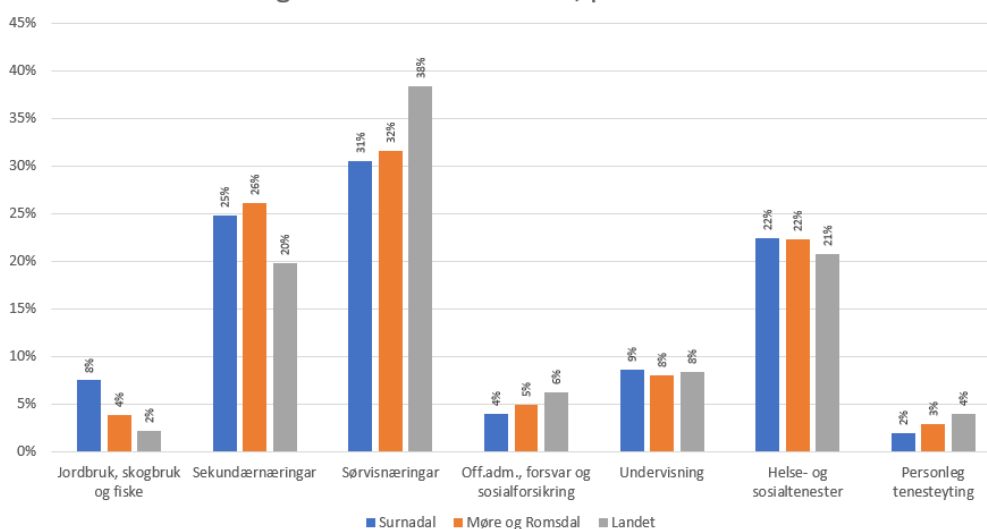
2. Industri/Sekundærnæring

Industri er ein generell betegnelse for næringsverksemd som består i bearbeiding av råstoff eller råvarer. Begrepet brukes oftast om fabrikkmessig framstilling av varer. Men i denne plana legg vi også handverk og anleggsværksemd inn under dette kapitlet og begrepet. Dermed er begrepet sekundærnæring meir korrekt. Sekundærnæring er næringsliv kor varer blir heilt eller delvis produsert ved å bearbeide råvarer frå jord- og skogbruk. Næringsgruppa omfatter bergverk, vareproduserande industri, vatn og kraftverk, raffinering av olje, og bygg og anlegg. Som ein kan sjå av statistikken nedanfor utgjer sekundærnæringa ca 25% av næringsverksemda i Surnadal og sysselsett i overkant av 700 personar. Dette i all hovudsak innafor privat sektor.

Næringsstruktur og sysselsetting



Næringsstruktur i kommunen, pr. 4. kvartal 2019

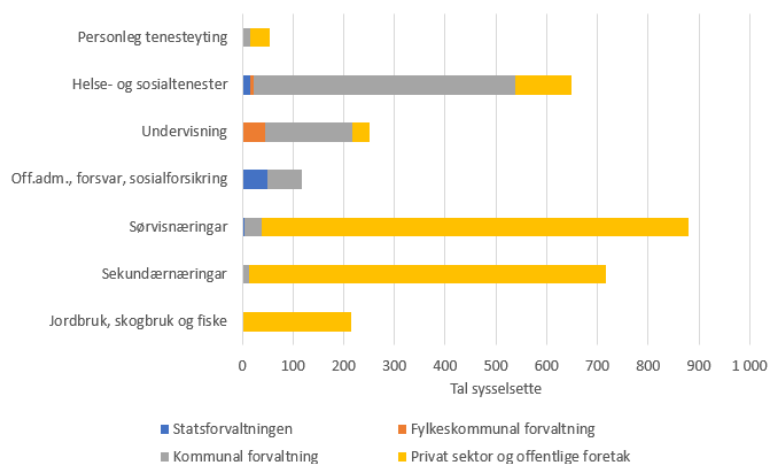


Sekundærnæringar:
Industri, bygg og anlegg og kraft og vassforsyning.
Sørvisnæringar:
Varehandel, hotell og restaurant, samferdsel og finans- og forretningsmessige tenesteyting.

Kjelde: SSB



Sysselsette etter næring og sektor i kommunen, 2019



Kjelde: SSB

Det har vore stor vekst og oppløftande tal for sekundærnæringa i Surnadal dei siste åra. Sysselsetting innafor område har auka med over 100 sysselsette dei siste 6-7 åra. (ref. SSB), tilsvarande ca 15%. Ser ein på utviklinga av sysselsette totalt i Surnadal i den same perioden er denne på berre 1%. Sekundærnæringa har såleis ein sterk vekstfaktor.

I næringsplana vil ein derfor legge til rette for at denne veksten skal halde fram. Med Surnadal sin ambisjon om å framstå som ein bærekraftskommune, bør kommunen bidra med å legge ekstra godt til rette for såkalla "grøne" arbeidsplassar.

Ein [fersk rapport frå Menon Economics](#) viser eit enormt potensiale for nye, grønne arbeidsplasser i Norge. I eit scenario der Norge omstiller seg på ein måte som gjer at vi når måla i Parisavtalen, vil fire næringar kunne skape opptil 80.000 nye arbeidsplasser i løpet av dei neste 15 åra: fornybar energi, maritim næring, prosessindustrien, sjømatnæringen. Med vår mangeårige kultur og erfaring innafor skog- og treindustrien vil det være høve for Surnadal ta del i denne utviklinga av nye, grønne arbeidsplassar.

Innspel frå webinar med næringslivet:



Mål og strategier:

Mål

- Legge til rette for vekst og utvikling av industribedrifter
- Bidra til samarbeid i nettverk innen industrien
- Bidra til robotisering og effektivisering innenfor industrien
- Bidra til at flere industribedrifter aukar eksporten med 10%

Strategier

- Redusere utsleppa av klimagasser
- Digitalisering og robotisering av industriproduksjonen
- Tilrettelegge for fleire kvinner i industrien
- Redusere sjukefråværet
- Bidra til Kompetanseheving og kompetent rekruttering
- Nok areal og gode logistikk-løysingar

FN's-bærekraftsmål, miljømessig. Sosial, økonomisk

3. Samferdsel

Næringslivet har utfordringar knytt til vegstandarden i og inn til kommunen. Spesielt gjeld dette strekninga mellom Surnadal og Berkåk.

Auka regulær trafikk over hamna er ønskeleg for å frakte meir gods over på sjø. Her er utfordringa at det må meir gods til for å få regulære anløp.

Innspel frå webinar med næringslivet:



Mål og strategier:

Mål

- Gjennom Todalsfjordprosjektet skal Indre Nordmøre bli ein døgnåpen region innen 2030
- FV 65 + FV 700/701 til Berkåk skal kunne kjøyrast med modulvogntog
- Bussrutenettet mellom Mørebyane og Trondheim **via Surnadal**, skal vidareutviklast/Timeekspres
- Flaskehalsar for vegklassifisering jft tømmertransport skal utbetrast
- Auka trafikk på Surnadal Hamn

Strategier

- Være positive bidragsytarar for raskast mogleg realisering av Todalsfjordprosjektet.
- Bidra til at fylkeskommunen sett av nødvendige midler til vegprosjekt, som Todalsfjordprosjektet, FV 65 og busstilbud
- Påvirke Trøndelag fylkeskommune til å sette av midler til utbetring av “flaskehalsene” langs FV65 på Trøndelagssida.
- Påvirke at fergeavgangar er tilpassa næringslivet sine behov
- Påvirke sentrale aktørar for å betre tømmertransporten sine behov for oppgradering av bruer.
- Bidra til at det blir etablert Surnadal Industripark rundt hamneområdet I Røtet, med fleire tenester som for eksempel spedisjon.
- Bidra med å legge til rette for energi-infrastruktur til kjøretøy som ikkje nyttar seg av fosilt drivstoff. (gjeld både personbilar og lastebilar)

FN's-bærekraftsmål, miljømessig. Sosial, økonomis

4. Landbruk

I 2019 var det 146 gardsbruk i drift i Surnadal (260 bruk i år 2000) med eit gjennomsnittleg dyrka areal på 249 dekar (141 dekar i år 2000).

Det er ein påstand at kvart årsverk direkte i landbruksproduksjon skaper ein til to arbeidsplassar i andre tilstøtande verksemdar. Det blir utført flest årsverk i mjølkeproduksjon på storfe og i saueholdet. Andre produksjonar er ammekyr, korn, gris, fjørfe og egg.

I Surnadal har 67 gardsbruk produksjon av storfekjøtt, av disse er 46 mjølkebruk. Det er 36 sauebruk, 17 bruk med ammekyr, 4 bruk med gris og 35 bruk med korn.

Bønder driv også i tillegg med andre produksjonar, til dømes næring innan skogbruk, turisme, jakt og fiske, videreføring og sal av gardsmat. Etablering av gardsslakteri, gardsmeieri, småkraftverk og veterinærklinikk er også næringsverksemd landbruket i Surnadal står bak.

Surnadal har ei offensiv landbruksnæring, og dei siste åra er det bygd fleire nye fjøs. Det dyrkes vel 36.400 dekar jordbruksareal, mest gras til fôr og beite. Av dette 4.300 dekar korn. Kommunen har vel 41 prosent av kornarealet i fylket.

Status for landbruket i Surnadal pr. 2019:

- 146 bruk i drift, av disse 67 med storfekjøtt
- 46 mjølkebruk og 36 sauebruk
- 1.450 mjølkekyr
- 3.700 ammekyr og andre storfe
- 8.300 sau og lam
- 2.300 griser
- 15.000 høner
- 83.000 slaktekyllinger
- Femte største jordbrukskommune i fylket målt i antall bruk
- Kultur- og fjordlandskap av verdensformat
- Det aktive landbruket gir ringvirkningar for arbeidsplassar og omsetning i kommunen

Produksjonen frå landbruket i Surnadal tilsvarer årsforbruket av drikkemjøl, ost og andre meieriprodukter til vel 37.500 personer, og kjøttproduksjonen tilsvarer årsforbruket av kjøtt til vel 15.500 personer. Surnadal er såleis ein solid bidragsytar i sjølforsyningsgraden av mat, og dermed ein støttespelar for samfunnet vårt med tanke på sikkerheit og beredskap.

Skogbruk

Surnadal er den største skogbrukskommunen i Møre og Romsdal. Det er stor aktivitet både i primærskogbruket og innan viderføring.

All skog i Surnadal kommune vart taksert i samband med områdetakst for kommunen i perioden 2004-2007. Resultata viser:

Areal produktiv skog	Total tilvekst	Brutto balansekvantum
235 000 dekar	50 000m ³	35 000m ³

Hogst av tømmer

Hogst av tømmer i dag, blir all hovedsak utført av innleide entreprenører. Det aller meste av tømmervolumet er hogst av gran. Det er plantefelta frå dei store planteåra på 50- og 60-talet som no er kome i hogstmoden alder.

Hogst av tømmer siste fem år:

År	2015	2016	2017	2018	2019
m3	32778	53548	36691	39398	50519

Tabell: Hogst i Surnadal kommune omsett gjennom ALLSKOG SA og Nortømmer AS.

Skogkultur

Vi nyt i dag godt av tidlegare generasjonars langsiktige investeringar i skogen, og vi må sørge for at våre barnebarn også kan hauste av den same ressursen. Målet framover er å plante til hogstfelta etter gran, noko som også lovpålagt. I furumark er plantinga no erstatta med markberedning og naturleg forynging av furu.

I 2020 blir det gjeve 40% statstilskott til planting og opptil 70% statstilskot til etterarbeid (også kalla ungskogpleie).

Planting og etterarbeid

År	2015	2016	2017	2018	2019
Planting, daa	512	542	356	774	696
Etterarbeid, daa	661	1002	939	1061	1157

Tabell: Areal nyplanting og etterarbeid (ungskogpleie).

Mål og strategier:

Mål

- Auke kunnskapen og kompetansen innan landbruket som bidrag i å vidareutvikle landbruket
- Auke rekrutteringa innan landbruket
- Utvikle meir bærekraftige driftsmåter innan landbruket

Strategier

- Vidareføre førehandskonferanser for nye driftsbyggingar
- Samarbeid om Kløverstukveldar, avløyarkurs m.m.
- Stimulere til større gjødselslager slik at gjødsling skal skje i vekstsesongen
- Kunne bidra til tilskudd til grøfting
- Stimulere til god vetrinærtjeneste for alle dyreslag, både husdyr og kjæledyr, bygge opp et kompetansemiljø med regional attraktivitet.

FN's-bærekraftsmål, miljømessig. Sosial, økonomisk

5. Lokalmat

Omsetningen av lokalmat er sterkt økende og spesielt under koronaperioden. Folk søker lokal og trygg mat, andre kjøpskanaler og visshet om opprinnelse og bærekraft i større grad enn tidligere. Lokalmat har en viktig rolle i utviklingen av landbruket, reiselivsnæringen og å bygge opp om lokal stolthet og identitet.

Omsetningen av lokalmat er stadig økende og de siste årene, og serveringsstedene i Surnadal har begynt å bruke lokalmat i større grad en tidligere noe som er veldig positivt. I tillegg er de større produsentene lokalt, representert i lokale matbutikker og rapporterer om godt og stadig økende salg.

Reko-ring er en ny markeds kanal som har kommet som en vind over landet de siste årene og i Surnadal er det etablert en ring sammen med Rindal med oppstartstøtte fra Surnadal kommune, både økonomisk og personellbidrag. Denne har pr i dag 2360 medlemmer (potensielle kunder) og har utlevering eng gang hver mnd. Dette er en suksess lokalt og er en nyttig salgs og markeds kanal for de lokale tilbyderne. Dette er også lavterskel for å komme inn i markedet (nye tilbydere får prøve seg) og hvor man enkelt kan teste nye produkter.

Lokalmat er en viktig del av identiteten vår og gir god omsetning for; produsentene, reiselivsbedriftene og lokal stolthet. Det er viktig med en bevisstgjøring rundt hva vi har og hva som kan produseres lokalt. Dette bygger også opp rundt et av konseptene fra RISS om at vi er «midt i matfatet» som også ønske videreutviklet framover med reiselivsprodukter rundt dette.

Gjennom reko-ringen tilbys lokale produkter fra storfe, fisk, poteter, urter og grønnsaker, bakervarer, sau og gris. Reko-ringen har i dag ca 25 produsenter, men alle er ikke like aktive. Antall tilbydere varierer, men ca 10-15 annonserer varer ved hver utlevering.

Sal av lokalmat igjennom REKO-ringen.

REKO står for RETtferdig kOnsum og er ein måte å handle og selje lokalprodusert mat, heilt utan mellomledd.

Handelsfenomen REKO vart grunnlagt av Thomas Snellman i Finland i 2013 og har sidan spreidd seg i september 2019, og har hatt utlevering ca. ein gong i månaden etter dette. Bestillingane skjer via Facebook.

Auka omsettinga av lokalmat er bra både for miljø og lokaløkonomi. Derfor har Surnadal kommune støtta oppstarten til den lokale REKO-ringen. Å kunne selje varer direkte på dette viset gjer det enklare å starte opp og drive som småskalaprodusent. Samtidig kan det gi eit bein til å stå på for også store produsentar som i hovudsak leverer råvarer til vidareforedling. REKO er nok interessant for både store- og små produsentar.

For matprodusentane er ein REKO-ring føreseieleg og trygt, dei veit kva dei skal levere på utleveringsdagen, og dei er heller ikkje pliktig til å vere med kvar gong. Det skal vere låg terskel for å vera med, enkelte varer er sesongbaserte og ikkje alle produserer like mykje.

Ved å handle frå lokale matprodusentar, støttar vi som lokalebefolkning lokale arbeidsplassar, produksjon av mat på måtar vi har tillit til og for å få eit kulturlandskap vi vil ha.

Produsentane er sjølv ansvarleg for og forplikta til å følgje reglar i forhold til matsikkerheit og rekneskap/skatt. Det betyr at den enkelte er ansvarleg for å vera registrert i Mattilsynet og ha dei nødvendige godkjenningane.

Mål og strategier:

MÅL

- Surnadal kommune vil fortsette å legge til rette for positiv utvikling av lokalmat-bedrifter i Surnadal, både nye og eksisterende bedrifter. Nye markedskanaler som f.eks REKO-ring gjør det lettere å teste produkter i markedet og sitt eget konsept.
- Surnadal kommune ønsker også å støtte nye tiltak rundt markedsarbeid, markedskanaler etc. for å hjelpe bedriftene innenfor lokalmat med å øke omsetningen som er helt nødvendig for videre utvikling. Dette gjelder både nye og eksisterende bedrifter.
- Surnadal kommune vil støtte opp under samarbeid mellom produsenter som markedsfører seg ut over kommunens og distriktets naturlige områder.
- Surnadal kommune ønsker å bidra til at Surnadal kan ta en posisjon som «midt i matfatet» innenfor lokalmat og reiseliv.
- Bidra til at det blir solgt meir lokalmat
- Bidra til at minst 30% av all mat i kommunal regi (kantiner og sjukeheim) skal være lokalprodusert mat.
- Auka kjøp av kortreiste matvarer produsert i midt-Norge.

Strategier

- Bidra til at innkjøpsavtalane ivaretar målet om å auke kjøp av lokalprodusert – kortreist mat.
- Bidra til å handle lokalt av lokalproduserte matvarer, rekoring, bondens marked
- Stimulere til meir produksjon av lokalprodusert mat
- Bidra til lønnsom drift for lokalprodusenter
- Slakting og foredling – kan det etableres nye lokale bedrifter -stimulere til etablering
- Bidra til å ivareta og viderutvikle store produksjonsmiljø
- Bidra til bærekraftige driftsmåter innen landbruket

FN's-bærekraftsmål, miljømessig. Sosial, økonomisk



6. Reiseliv

Reiseliv er ei næring som er særst samansett og som bidreg positivt til kommunen på mange måtar. Surnadal og aktørane i området har fleire godt etablerte bedrifter innan reiseliv og ei fin blanding av erfarne drivarar og nyetableringar. Mange av aktørane har verksemda innan reiseliv som attåttnæring. Det er lite samhandling mellom bedriftene, og fram til no har det vore lite koordinering og samla innsats for å utvikle Surnadal som ein reiselivsdestinasjon. Turistinformasjonen er lokalisert på kulturhuset, og det er Thon Hotel Surnadal som tar seg av den daglege drifta. Drifta er heilårleg og skjer gjennom tenesteavtale med Surnadal kommune.

Surnadal har mange bedrifter som er knytt til reiseliv. Det er mange overnattingsbedrifter, frå hotell til campingplassar og turisthytter. Dei er godt spreitt rundt i heile kommunen, frå Flessen til Bæverfjord, Skei og Surnadalsøra, Kårvatn og Todalsøra, Kvanne og Øvre Surnadal. Dei fleste heilårs serveringstilboda er i sentrum, forutan gourmet restaurant på Svinvik Gard som på kort tid har fått eit godt renome langt utanfor kommunen. Det er i tillegg fleire sesongdrevne tilbod som kafeen i Svinvika og Todalshytta for å nemne nokre. Reiselivsnæringa gjev omsetning langt ut over reiselivsbedriftene, inklusive sal av varer og tenester som transport, overnatting, servering, formidling av reiser, aktivitetar og attraksjonar. Globalt har reiselivsnæringa hatt ein stor vekst sidan starten på 70-talet. Norge har tatt del i denne veksten, men har hatt svakare utvikling enn snittet. Det kjem mellom anna av sterk kronekurs og høgt lønnsnivå. Det at mange reiser meir og oftare har ført til ei utvikling kor det blir stilt stadig høgare krav til innhald i reiselivsprodukta og det er ein betydeleg vekst i etterspurnaden etter naturbaserte og kulturelle opplevingar. Ved å tilfredsstille denne etterspurnaden syner det seg at viljen til å betale for slike opplevingar er aukande. Det vil og kunne føre til at reiselivstilbodet ikkje lenger er berre sesongbetont, men blir meir heilårleg.

Gode tilbod og tilrettelegging til fastbuande vil og medføre fleire og betre reiselivstilbod. Det samegjeld godt tilrettelagte reiselivstilbod, som og oftast vil vere til stor glede for lokalsamfunna. Eksempel på dette er Surnadal Alpinsenter, Nordmarka skisenter, Surnadal golfklubb, og alt arbeidet som er lagt ned med stimerking og skilting dei siste åra, for å nemne noko.

RISS: er et utviklingsløp hvor 10 bedrifter (8 fra Surnadal) er med på å finne, forme og utvikle opplevelser gjennom historier. Prosjektet er i sin siste fase og i neste planperiode vil det vært viktig å få gjennomført tiltakene som har kommet fram og inkludere flere bedrifter i dette arbeidet.

Det er arbeidet fram 5 konsepter hvor de aller fleste bedriftene kan knytte seg mot en eller flere konsepter.

De 5 konseptene er:

- Midt i matfatet – Råvarens kraft og lokal-mat og drikke
- Kunst i Vårsøgland – Nært kunst og kunstneren og kulturfestivalene.
- Herifrå – Kultur og historie og produkter med utgangspunkt i vår historie og våre «helter».
- Hæm ått trolle – Aktiviteter og opplevelser tilknyttet Trollheimen.
- Det gode liv – gardsdrift og bygdeliv, opplevelser på bygda, gårdsopplevelser og basert på det vi har rundt oss (Natur; elv, fjell, vann, sjø etc.)

Status før og etter korona: for reiselivsnæringa er det nok i alle fall ei tid før og etter korona og 2020 vil gå inn i historia som eit spesielt år.

For Surnadal har vi tall for juni, juli og august er tallet på samla overnatting (dvs. hotell og hytter over 5 boenheter) 17 849 overnattinger er registrert.

Det er også tall for april-august (dvs. januar-mars er det for lite grunnlag som betyr at det er for få som har meldt inn statistikk) Da er tallet 20 168.

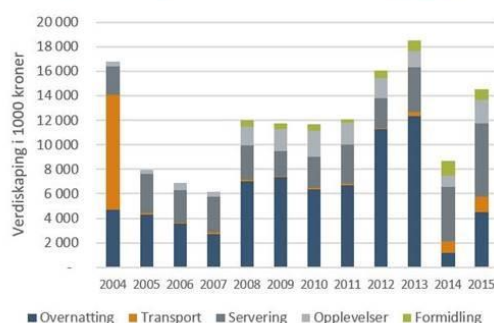
For Nordmøre er overnattingsstatistikken i sommer månedene på 133 893 (nedgang på 19,6 % i dette spesielle året).

VEDLEGG

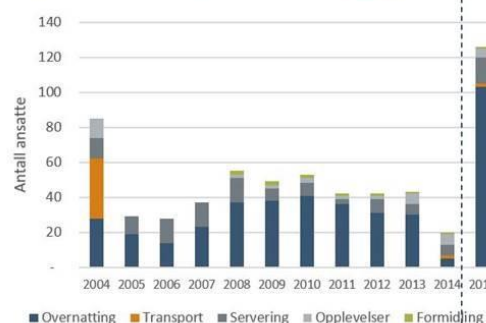


Surnadal

Verdiskaping i reiselivsnæringen i 1000 kroner, 2004-2015. Kilde: Menon (2017)



Antall sysselsatte i reiselivsnæringen, 2004-2015. Kilde: Menon (2017)



* Pga. omlegging av statistikkgrunnlaget er sysselsettingstall for 2015 ikke sammenlignbart med tidligere år
 ** Vårsga Hotell fikk nye eiere etter konkurs i 2015. I det nye driftsselskapet ligger det høyere ansattetal for 2015, men det er trolig ikke reelt.

MENON ECONOMICS

19.10.2020

73

“2020 var året der nordmenn besøkte de mest kjente attraksjoner. Vi mener at årene fremover kan tyde på at både nordmenn og turister fra utlandet, vil søke de litt ukjente stedene som ikke har kø og opplevelser for den store massen. Det forutsetter at man er tilgjengelig, har gode og gjennomarbeidet produkter og samarbeider med andre reiselivsaktører.

Vi ser tydelig at nordmenn også vil etterspørre disse opplevelsene i fremtiden: Kortreiste opplevelser og kortreist mat. Nordmenn er erfarne reisende og overnatter mye på hotell. I ferien, søker mange andre opplevelser enn en hotellseng- de ønsker tilleggsopplevelser hvor man får andre og flere opplevelser f.eks. i form av utsikt, fred og ro og annerledes enn det vi er vant til. Det er stadig viktigere med trygge opplevelser, unngå trengsel, enkel bestilling og tydelige regler for f.eks. avbestilling.

Destinasjoner som klarer å kombinere flere opplevelser og spesielle overnattinger, vil har større sjans å lykkes. Man må i tillegg klare å synliggjøre hvordan man kommer seg hit og gjerne med forslag til rundtur hvor man også viser hva naboen har og samarbeider om utfyllende opplevelser.

Vi har også fått tilbakemelding fra turoperatører fra det utenlandske markedet som underbygger det som her er nevnt: Norge er mer aktuelt enn noen gang fordi det oppleves som et trygt land å besøke. Det andre poenget er at turoperatørene jobber med mindre grupper.”

Kilde: Vist NR

“Karlegging av nordmenns reisevaner på norgesferie viser:

Naturopplevelser og spise på restauranter og spisesteder på topp, Ca. 70%

Strand, sol og bading, byopplevelser og oppsøke kjente naturatasskjoner ligger på rundt 50%.

Videre kommer besøkemuser, utstillinger, gallerier og sightseeing.

På rundt 20% kommer fornøylesparker, konserter, leie sykler, kajakk og delta på aktiviteter.”

Kilde: Innovasjon Norge

Utmarka

Utmarka i kommunen utgjer ein stor ressurs, både som beiteland for husdyr og storvilt, som ein jakt- og fiskeressurs, sal og feste av hyttetomter og utleige av hytter. Hytter har vore og er ein viktig inntektspost for mange grunneigarar. Store areal er regulert for hyttebygging. Jakt- og fiskeressursane er lite kommersielt utnytta.

Storviltjakt

Hjortestammen i kommunen er no høg, og det er eit spørsmål om vi nærmar oss ei grense for kor stor han bør bli. Avskytinga er siste år på omlag 600 dyr. Vi opplever auka skadepress på både innmark og utmark. Det er å viktig å sjå på hjorten som ein ressurs. Jakta har ein stor rekreasjonsverdi og kan også gi grunneigarane ei tilleggsinntekt ved sal av kjøtt eller sal av jakt.

Elg og elgjakt er også ein viktig ressurs. Vi ligg no på ei avskyting på 40-50 dyr i året. Det er eit ønske å halde avskytinga på dette nivået.

Småviltjakt

Småviltjakta er organisert av grunneigarane ved sal av kort eller privat utleige. Jakta er ein viktig del av friluftslivet for både kommunen sine innbyggjarar og utanbygds hytteeigarar.

Innspel frå webinar med næringslivet:



Mål og strategier:

MÅL

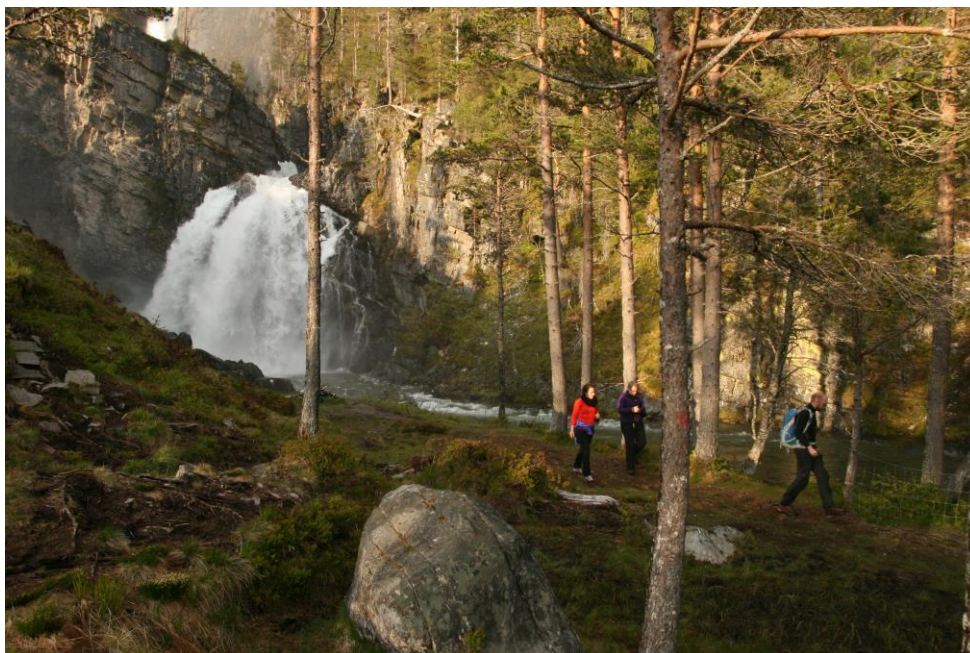
- Alle reiselivsbedrifter skal drive profesjonelt, bærekraftig og lønnsomt.
- Vi vil ha fleire naturbaserte reiselivsprodukt

- Avklare ansvar og rolleavklaring i næringa, i forhold til både marknadsføring og produktutvikling
- Styrke og etablere gode nettverk innafor næringa
- Motivere næringa til å ha bookbare produkt og produktpakkar
- Få etablert fleire gode reiselivsprodukt
- Auke talet på hyttebygging i kommunen

STRATEGIAR

- Utvikle og skape fleire arbeidsplassar innafor reiseliv generelt og natur- og kulturbasert reiseliv spesielt, da basert på våre lokale ressursar, som laksefiske, jakt og anna fiske, rein natur og friluftsliv.
- Avklare og legge til rette for god marknadsføring av kommunen og reiselivsnæringa
- Ivareta kommunen sin vertskapsrolle med å lege til rette for turstiar, skilting mm
- Bidra til kompetanseheving og gode rammevilkår for reiselivsnæringa
- Bidra til at fleire bedrifter driv bærekraftig og blir sertifisert
- Utvikle vidare kultur- og idrettsbasert næringsutvikling, m.a. gjennom å etablere større arrangement med utgangspunkt i dei idretts- og kulturanlegga og fritidstilboda vi har.
Strategi for kultur-omdømme-identitet:
- Bidra til å bli blant dei fremste og mest kjente i Midt-Norge innafor friluftsliv, og til å legge til rette for aktivitetar i tilknytning til det.
- Verneområdet, Innfallsporten til Trollheimen, bidra til skilting, informasjon og tilrettelegging for tilgang til Trollheimen via innfallsport Todalen
- Bidra til at det blir fleire hyttetomter og fleire som bygger hytte i kommunen.

FN's-bærekraftsmål, miljømessig, Sosial, økonomisk



7. KULTURNÆRING

DEFINISJON PÅ KULTURNÆRING:

Kulturell og kreativ næring er eit samleomgrep på næringsverksemd som framstiller kulturelle uttrykk. Disse blir primært kommunisert gjennom estetiske virkemidlar som symbol, tegn, bilde, farger, bevegelse, formar, lyder og fortellingar.

Visuell kunst, utøvande kunst, musikk, litteratur, film, dataspel, TV og radio, trykte medier, arkitektur, design og reklame inngår i omgrepet kulturell og kreativ næring.

Regjeringa si satsning for å styrke kulturell og kreativ næring, blir styrt gjennom Innovasjon Norge, Norwegian Arts Abroad og Kulturrådet. Målet er en koordinert innsats på området. Innovasjon Norge retter sine tiltak mot bedrifter med vekstambisjonar og -potensial, mens Norwegian Arts Abroad skal bidra til styrket markedsføring og salg av norsk kunst og kultur internasjonalt.

STATUS KULTURNÆRING I SURNADAL

Om ein søker i Brønnøysundregistra finn ein at det per august 2020 er registret 65 firma med forettningsadresse Surnadal, som kjem inn under definisjonen på kulturnæring. Av disse er det 15 AS, 2 DA, og 48 ENK.

Det er registrert 56 tilsette fordelt på 8 AS og eit enkeltmannsføretak. Når ein ser på dei 48 enkeltmannsføretaka så kan ein anslå at det er 10 personer som "lever" av denne næringa, medan 38 har det som ei ekstranæring. Det vil seie at det er omlag 65 tilsette innanfor kulturnæringa i Surnadal. Da har ein ikkje rekna på offentlege tilsette som kultur/kino bibliotek/ kulturskule etc, eller tilsette i frivillige organisasjonar.

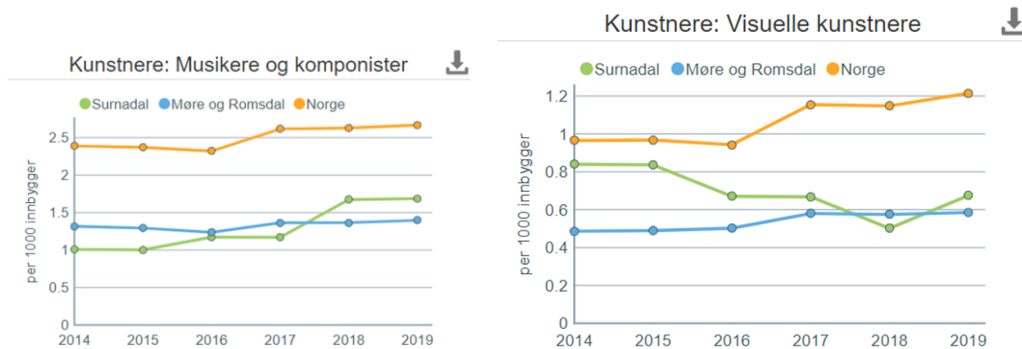
Kulturnæringa vart eit omgrep i byrjinga av 2000 talet, av tabellen ser vi at det har vore ei sterk auke i etablering av firma etter 2010. Det er fleire kunstnarar som har etablert seg her dei siste åra, og fleira av dei samarbeider om prosjekt innanfor formidling og reiseliv. Dei samarbeider òg med kunstnarar nasjonalt og internasjonalt. Til dømes så har vi Surnadal Billag som har eit recidency program med mykje internasjonalt besøk. Det er eit ønske om å komme inn i ordningar som er EU finansier og som går på samarbeid med tilsvarande bedrifter i EU land.

Det er oppretta 21 nye føretak i denne planperioden, fordelt på 17 ENK/3 AS/1 DA

Norsk kulturindeks består av 10 kategorier og 38 delindikatorer. De to første hovedkategoriene tar for seg de som jobber med produksjon av kunst og kultur. I Norsk kulturindeks for 2019, finn vi meir om Surnadal:

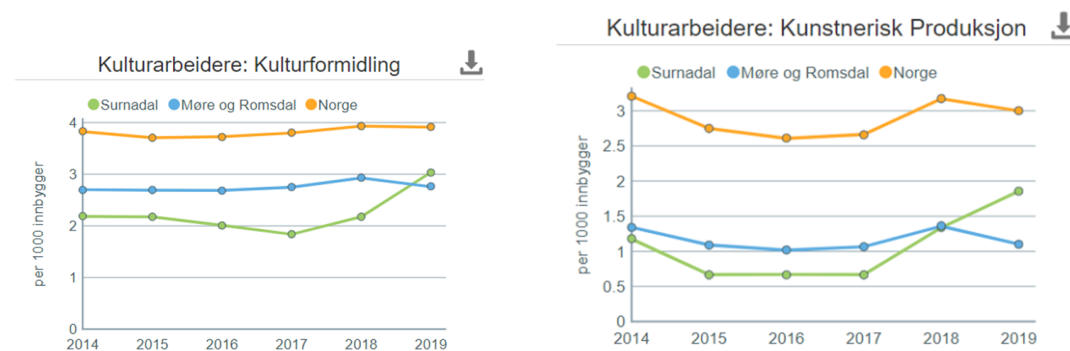
Det står mellom anna at vi ikkje har registrerte forfattarar eller film- og scenekunstarbeidarar her i kommunen, dei har henta tala sine frå DNF, Dramatikerforbundet, NBU og Norsk oversetterforening. Norsk Filmforbund, Norsk Skuespillerforbund, Norske dansekunstnere og Norske filmregissører. Vi veit at vi både har forfattar og forleggjar i kommunen.

Alle tabellane nedanfor indikerer hvor stor andel av befolkningen som er medlem av en kunstnerorganisasjon og som dermed kan anses som en profesjonell kunstner eller kor mange som er sysselsatt innan kulturformidling eller kunstnarleg produksjon.



Kilder:

Creo, Folkorg, Gramart, NOPA, Norsk Jazzforum og Norsk komponistforening. FFF, Grafil, NIL, Norske billedkunstnere, Norske husflidshåndverkere, Norske kunsthåndverkere og UKS.



Kilde:

SSBs sysselsettingsstatistikk på fem-siffernivå (SN2007).

Om vi for enkeltheits skuld bruker måltallet 6 000 innbyggjarar, så har vi i overkant av 4 visuelle kunstnarar per 2019 og om lag 10 musikarar/komponistar. Atten personar arbeider med kulturformidling og om lag 11 personar arbeider med kunstnarleg produksjon i Surnadal.

Henta frå dokumentet Kunstpolitikk for Møre og Romsdal: *“Kunst er ei viktig drivkraft for regional samfunnsutvikling, og ikkje minst ein sentral fellesskapsbyggjar. Kunst skaper og utviklar verdiar i samfunnet i vid forstand. Ut over økonomi, er verdiskapinga knytt til identitet, kompetanse og kunnskap, meiningsdanning og oppleving”.*

“Verdiskaping i kulturell og kreativ næring profesjonell kunstproduksjon og -formidling er definert inn i kulturell og kreativ næring i Statistisk sentralbyrå si næringsgruppering. Ei kartlegging frå 2014 viser positiv vekst i verdiskapinga i næringa for hele perioden 2008 – 2014. I 2016 hadde kunstområda musikk, litteratur, visuell kunst og scenekunst nasjonalt ei samla omsetning på 13,7 milliardar kroner. Tala viser at den totale omsetninga veks kvart år. Trass dette, viser utgreiingar ein realnedgang i kunstnarleg inntekt frå 2006 til 2013. For mange kunstnarar har inntektskurva gått nedover, medan svært mange andre opplever ein kraftig lønnsvekst. Auka satsing på kreative næringar kan medverke til at dette blir endra”.

MÅL OG STRATEGIER:

MÅL

I Surnadal kan man leve av kunsten. Kommunen skal være ein myldre plass for kreative næringar.

Næringa står solid i Surnadal, med eit mangfald av driftsmåtar og retningar. Vi har både enkeltmannsføretak og firmaer med fleire tilsette som har gode kår.

STRATEGIER

- Vi har arenaer for faglege møteplassar og nettverksbygging med fagleg fokus og kompetanseheving
- Vi har utstyr som ikkje forrureiner, det blir gitt støtte til teknologi som er bærekraftig.
Tilrettelegg for kunstproduksjonar som igjen gir økonomiske ringverknadar i lokalsamfunnet
- Oppmuntrer til samarbeid på tvers innanfor næringa og samarbeid lokalt, regionalt, nasjonalt og internasjonalt.

FN's-bærekraftsmål: Surnadal kommune vil saman med næringa, bidra til at ein har fokus på aktivitetar, teknologi og utstyr som bygger opp under FN sine bærekraftsmål, både når det gjeld miljø og mindre forureining. Vi skal ha ei næring som ikkje diskriminerer eller bygger opp under ulikskap på anna vis i samfunnet. Til sist vil ein prøve å få inn sirkulærøkonomi - evig vekst er ikkje ei målsetting. Når ein kjem til tiltaksdelen må ein sjå på bærekraftsmåla som ei rettesnor.



8. Rekruttering og utdanning

Ein kommune eller ein stad som har eit godt omdømme vil styrke sin attraktivitet som bustad, som område å besøke og som ein region det er attraktivt å investere i. Eit omdømme representerer ikkje nødvendigvis kva vi meiner eller hevder å vere, men er summen av korleis omverda oppfattar oss. Med andre ord er eit omdømme meir avhengig av kva vi faktisk er og gjer enn kva vi gjennom slagord og symbol ønsker å vere. Alle som bur i kommunen er med på å utforme kommunen sitt omdømme. Surnadal kommune har mangla ein felles struktur og idè omkring å bygge omdømme.

For å bygge omdømme og identitet bør det utviklast eit samarbeid mellom kommunen, lag, skular og frivillige.

Eit kommuneomdømme har to variantar:

- 1) Kommunen sitt omdømme som offentleg verksemd.
- 2) Kommunen sitt omdømme som lokalsamfunn.

Eit godt omdømme for kommunen som offentleg verksemd gir motiverte medarbeidarar, lågare sjukefråvær og kvalifiserte jobbsøkjjarar.

Innspel frå webinar med næringslivet:



Media er både ein trussel og ei mulegheit for å styrke det kommunale omdømet. Politikarar og tilsette bør vere medvetne korleis dei kommuniserar, både med omverda og med media. Ikkje berre når dei blir spurde, men også vere den som set dagsorden. Andre sider ved media, som bloggar, formidlar i for mange samanhenger ein negativ budskap. Vi har eit allsidig arbeidsliv med mange mulegheiter for ulike typar arbeid. Det er ei utfordring å få bedriftene til å vise kva dei har og kva dei kan bruke av kompetanse. Sommar- og helgejobbar er viktig for at ungdommen skal kunne få arbeidspraksis og nærare kjennskap til næringslivet i kommunen.

Vi bør bli flinkare til å ta i mot nye innbyggjarar , slik at dei blir kjende med folk og lokalsamfunn. Det kan vere ei utfordring for nyinnflyttarar å sette seg inn i det som kommunen har å tilby av tenester og fritidstilbod. Det hadde vore tenleg med ein tilflyttingsvert eller liknande person som kunne følgje opp innflyttarane samt drive informasjonsarbeid og haldningsarbeid slik at alle surnadalingar blir meir bevisst vertskapsrolla og vil framstå som eit betre vertskap. Middagsvener, fadderordingar og liknande er tiltak som vil gjere det lettare for nyinnflyttarar å tilpasse seg lokalsamfunnet.

Vi bør alle vere gode ambassadørar for heimlassen vår. Dette er noko vi alle kan tenke på, både om vi bur i kommunen eller er utflytta. Det er derfor viktig å legge til rette for at ein kan halde oppe kontakten med dei som veks opp i kommunen, bur eller har budd her og spele på dei verdiar og opplevingar vi har felles. Kommune og næringsliv bør saman sjå på korleis ein kan halde kontakten med denne målgruppa. Facebook og digitale media blir sett på som viktige for å halde kontakt med ungdomane.

Det blir svært viktig å forankre arbeidet med ei framtidig omdømmeplan både i næringslivet, lag og organisasjonar og blant folk flest. Kommunen skal stimulere til samarbeid mellom næringsliv, offentlig sektor og andre aktørar, slik at vi kan finne løysingar som gjer at folk ønsker å bu her, styrke lojalitetsbanda til kommunen og sikre eit robust folketal. Det skal vere særleg fokus mot barn og unge og personar i etableringsfasen. Vi må ikkje gløyme at det også er svært viktig å ta vare på dei som allereie bur her. Ikkje minst er det viktig å ha eit lokalsamfunn som er attraktivt for kvinner.

Mål og strategier:

Mål

- Å være ein attraktiv plass å flytte til og koma heim til som arbeidstakar og fastbuande
- Ha fleire gode utleige-einingar
- Ha rett kompetanse til rett tid både for næringslivet og for kommunen som arbeidsgjevar
- Ha nok helsepersonell til å ivareta den aukande andel eldre i kommunen
- Ha ein solid vidaregåande skule med fagtilbud som næringslivet og kommunen treng.
- Ha eit tettare samarbeid med NOFO (Nordmøre Folkehøgskule) både som tilbydar av kursverksemd og som ein viktig institusjon i bygda.
- Ha eit godt samarbeid med utdanningsinstitusjonar som Høgskule, Campus og NTNU.

Strategier

- Arbeide for at dei som bur og veks opp i kommunen skal oppleve sterk bulyst, og på den måten utvikle sterk identitet og lojalitetsband til kommunen.
- Arbeide for gjenkjenneleg marknadsføring gjennom tekst og bilde i flest muleg media og blant flest muleg aktørar i vår felles bu- og arbeidsmarknadsregion.
- Støtte opp om gründerar og hjelpe til med å realisere gode idear gjennom ei positiv haldning, tilgang på risikokapital og legge til rette for næringsareal.
- Aktivt rekruttere innbyggjarar og arbeidskraft gjennom å profilere kommunen med alt det positive vi har å by på, og som gjer kommunen til ein god stad å leve og arbeide.
- Dei som flytter til kommunen må ofte ha ein jobb å gå til. Spesielt næringslivet blir utfordra til å synleggjere kva dei har å tilby elevar/ungdom og nyutdanna unge.
- For å kunne marknadsføre heile kommunen breitt og tilgjengeleg, må vi opprette ein felles nettstad/PORTAL, med sider på dei språka som er aktuelle til marknadsføring , og desse må vere jamt oppdaterte.



FN's-bærekraftsmål, miljømessig. Sosial, økonomisk

9. Samarbeid for å nå målene

Samarbeid for å nå målene er FN's 17 bærekraftsmål, og omhandler tre nivå:

- a. Samarbeid internt
- b. Samarbeid med andre kommuner
- c. Samarbeid med sivilsamfunnet

I en stor organisasjon som Surnadal kommune med mange ulike fagavdelinger er det heilt avgjerande at ein kan samarbeide på tvers. Det er viktig å sette kunden i fokus og innrette seg slik at ein kan løyse dei behov som er viktig for innbyggerane.

Ein person eller ei avdeling vil nesten i alle situasjoner være avhengig av andre i organisasjonen for å utføre ei teneste eller det vil få konsekvenser for fleire i organisasjonen. Da er det viktig at kommunikasjon og struktur er slik at dette kan bli gjort på beste måte.

Samarbeid med andre kommunar har Surnadal kommune gjort i mange år og det er fleire titalls samarbeidsarena som anten er forankra i lovverk eller kan også være i ein meir uformell kontekst.

I næringsutviklingsamanheng har kommunen samarbeid med Sunndal kommune i programmet SuSu. Dette har vore avtalefesta med 2 x 4 års varighet. Avtalen som ein har no går ut i 2021 og skal opp til ny vurdering hausten 2021.



Samarbeid med Surnadal Næringsforening er særst viktig for å få forankre strategiar og tiltak i trå med næringslivet sine behov. Dette vert gjort både i kommunal samanheng og i det interkommunale næringsarbeidet saman med SUNS.

Det frivillige arbeidet som skjer i kommunen har stor betydning og kontakten mellom lag og foreningar skjer gjennom kultureininga. Vitige tiltak som gir bolyst som kulturtilbud og idrettsanlegg blir stimulert gjennom kulturmidlar og spillemidlar.

10. Arealstrategi



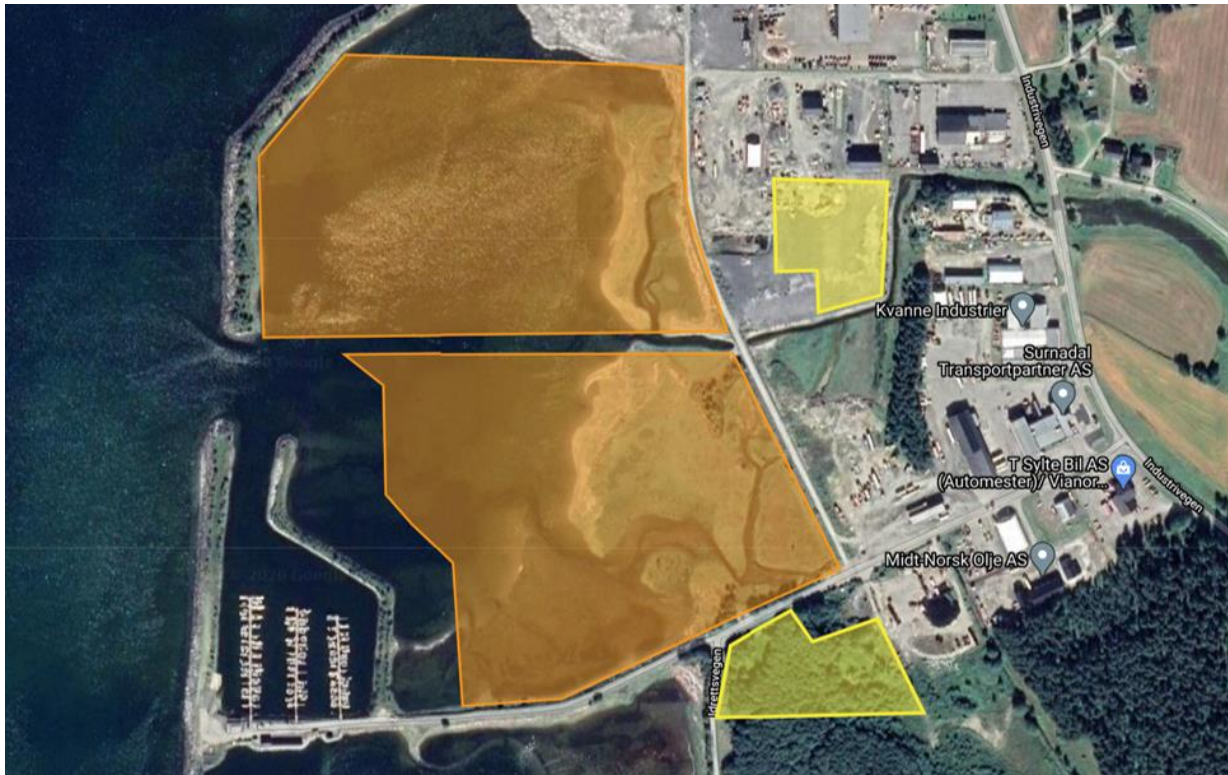
Det vil vere eit svært viktig konkurransefortrinn for kommunen å ha næringsareal med plassering, størrelse, sammensetning som er tilpassa til næringslivets og samfunnets behov til ei kvar tid. Næringsareal er viktig for å skape arbeidsplasser, som igjen er svært viktig for å få nye innbyggjarar/tilflyttarar til kommunen.

Klargjering av nye næringsareal foregår gjennom langsiktige prosesser. Det er vanleg at det kan ta 10-15 år frå ein vurderer eit område som eit muleg/framtidig næringsområde og fram til at utbygging kan starte. I mellomtida skal området takast inn i kommuneplanens arealdel, kommunen må avsette investeringsmidlar i økonomiplanen, ein må erverve grunn, utarbeide og vedta reguleringsplan og til slutt opparbeide infrastruktur (veg, vatn, avløp, strøm/fiber mv).

For at kommunen skal ha nok næringsareal til det framtidige næringslivet, er det viktig at vi ligg i forkant av utviklinga. Vi må sørge for å ha god innsikt og til ei kvar tid har oversikt over eksisterende og framtidig næringsliv sine behov, og nytte denne kunnskapen for å ha riktig type/størrelse av næringsareal tilgjengeleg både på kort og lang sikt.

Av kartet nedanfor kan ein sjå at pr. hausten 2020 er det berre 2 små areal (gul farge) med kommunalt næringsareal som er ledig og til sals. Det eine ligg på det gamle avfallsdeponitet og vil derfor være hefta med så mange restriksjonar at det i praksis ikkje er interessant for mange.

Det orange området viser regulert næringsareal som så langt ikkje er tatt i bruk eller tilrettelagt/oppfyllt. Det går ein regulert kanal (grønt belte) gjennom området som deler arealet i 2. Arealet nord for kanalen er ca 100daa og arealet sør for kanalen er ca 115daa. Fylkesmannen har i løpet av 2020 gjennomført ei naturmangfold-kartlegging i delar av dette området, det kan derfor vise seg å være utfordringar med å kunne utnytte heile arealet til næringsareal. Dette gjeld først og fremst arealet sør for kanalen.



I tillegg til arealet i Røtet har Surnadal komme to små område med næringsareal der det framleis er noko ledig areal. Det eine "Krokjen" ligg på nedsida av Øravegen ved Surnadal Varme og Sanitær. Det andre ligg på Kvanne mellom Kvande & Nordvik og motorcross-banen. I området ved Krokjen må det nok påregnes ein god del opparbeidingskostnader, da grunnforholda her er sær s dårlege.



Framtidig næringsareal

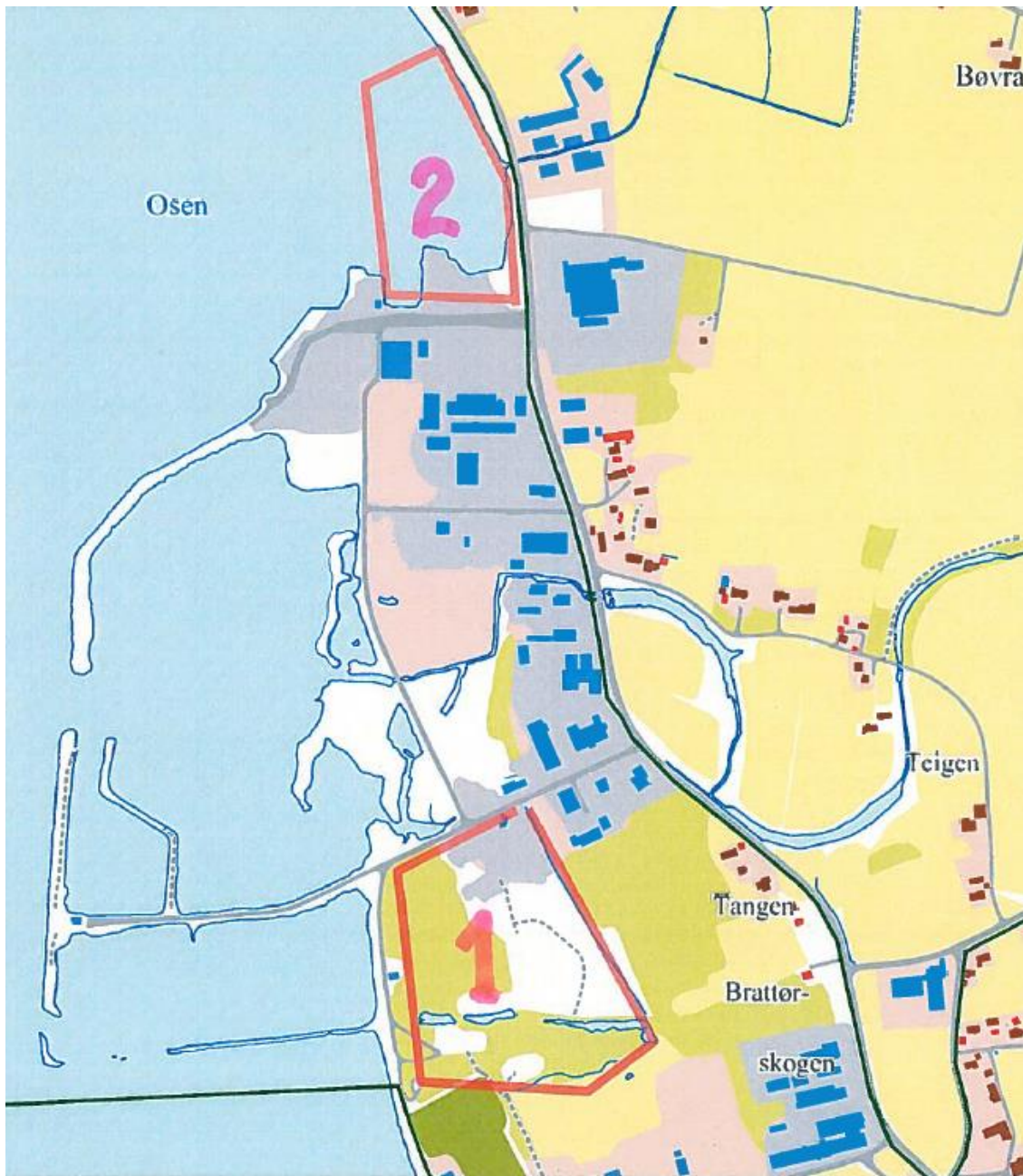
Med tanke på framtidig tilgjengeleg næringsareal kan det være muligheter både sør og nord for det "orange" arealet på kartet ovanfor. I kartet nedanfor er det teikna inn 2 område som kan være slike område utan at det har vore gjort nokon konkrete sonderingar rundt realismen i desse områda.

Område 1) ca 80daa

Kommunalt areal som har vore nytta som avfallsdeponi. Arealet er derfor hefta med ein del restriksjonar, men ikkje umogleg å nytte til ulik type næringsverksemd.

Område 2) ca 50 daa

Her er ikkje Surnadal kommune grunneigar og ein stor del av arealet må fyllast opp.



Mål og strategier:

Mål:

- Kunne ha rikeleg med tilgjengeleg næringsareal ferdig klargjort
- Kunne ha tilgjengeleg areal til ulike typar næring, både handelsveksemd og industri
-

Strategier:

- Legge til rette for fortetting av næringsarealet slik at ein får utnytta arealet meir effektivt enn i dag.
- Vi må gjere det attraktivt for næringsaktørar og etablere seg i Surnadal.
- Vi bør legge til rette for ulike typar næringsareal