



Etter adresseliste

Trondheim, 15.05.2018

Deres ref.:
[Deres ref.]

Vår ref. (bes oppgitt ved svar):
2018/5611

Saksbehandler:
Reidar Dahl

Nasjonalparkkommuner som aktører under merkevaren Norges nasjonalparker Invitasjon til kommunene om å søke status som nasjonalparkkommune

I 2015 lanserte regjeringen en ny merkevare- og kommunikasjonsstrategi for Norges nasjonalparker. Målet for strategien er at flere skal besøke nasjonalparkene, bedre vern og større verdiskaping. Merkevaren innebærer en helhetlig visuell profil som skal gjøre nasjonalparkene mer gjenkjennelige og tilgjengelige. Nasjonalparkkommunene skal bruke merkevaren i profileringen av nasjonalparkene og av kommunen. Kommunene inviteres nå til å søke om status som nasjonalparkkommune. Kommunene må være søknadsberettiget for å kunne søke.

Merkestrategien legger opp til et utstrakt samarbeid mellom nasjonalparkstyrene, besøksentrene, nasjonalparkkommunene, nasjonalparklandsbyene og forvaltningsmyndighetene for andre verneområder, de såkalte "aktører under merket". Miljødirektoratet er ansvarlig for implementeringen av merkestrategien og har en koordinerende rolle på nasjonalt nivå, mens aktørene vil stå for den praktiske gjennomføringen av strategien. For å nå målsetningene for strategien, kreves det et målrettet arbeid fra aktørene under merkevaren.

I dag er det 34 kommuner som har status som nasjonalparkkommune. De første nasjonalparkkommunene fikk statusen 2008, de siste i 2012. Kriteriene som ble brukt da kommunene ble tildelt statusen, var i stor grad basert på nasjonalparkareal i kommunen. Statusen ble gitt for perioden fram til 2018. Denne ble i 2017 forlenget fram til 2021.

Når nasjonalparkkommunene får et ansvar for å gjennomføre merkestrategien, stilles det andre krav til kommunene enn i 2008. Kriteriene for nasjonalparkkommuner som aktører under merkevaren ble fastsatt i 2017, se vedlegg 1 og 2.

Et sentralt begrep i merkestrategien er "kundereisen". Kundereisen kan for eksempel starte når en besøkende finner informasjon på nettet, fortsetter med å besøke en nasjonalparkkommune eller et

besøkscenter og drar videre til en nasjonalpark. Konseptet er at "et besøk et sted/hos en aktør fører til besøk hos en annen". Merkevaren skal skape gjenkjennelighet gjennom hele "kundereisen". Det forutsetter at aktørene må samarbeide.

Kriteriene for nasjonalparkkommunene skal sikre at kommunen følger opp ansvaret og oppgavene det medfører å være aktør. Det gjelder egen virksomhet og i samarbeidet med andre aktører under merket, lokalt næringsliv og andre.

En kommune som er godkjent som "aktør under merket"/nasjonalparkkommune kan og skal bruke merkevaren i profileringen av kommunen.

Invitasjonen går til kommunene som er berettiget til å søke om status som nasjonalparkkommune. For å være søknadsberettiget (se også vedlegg 3), må kommunen:

- ha en hel nasjonalpark innenfor kommunegrensen
- eller
- ha nasjonalparkareal og delta i et interkommunalt samarbeid med andre kommuner med nasjonalparkareal angående nasjonalparkinformasjon, tilrettelegging og reiseliv
- eller
- ha et autorisert besøkscenter nasjonalpark evt. et informasjonssenter med samarbeidsavtale med et besøkscenter nasjonalpark gjelder tilsvarende samarbeidskrav som over.

I særlige tilfeller kan kommuner som ikke tilfredsstillt kravene ovenfor, søke om status som nasjonalparkkommune. Kommunen må da be Miljødirektoratet om en vurdering av om de er søknadsberettiget.

Invitasjonen til å søke om status som nasjonalparkkommune går til kommuner som har nasjonalparkareal, se vedlegg 4. Informasjon om at kommuner kan søke om status som nasjonalparkkommune vil også bli lagt ut på Miljøkommune.no.

I vedlegg 3 fremgår hva søknaden skal inneholde og gangen i behandlingen av søknader. Miljødirektoratet vil behandle søknadene fortløpende. Søknader fra kommuner som i dag er nasjonalparkkommuner og søknader fra kommuner som ikke er det, vil bli behandlet på samme måte.

Hilsen
Miljødirektoratet

Dette dokumentet er elektronisk godkjent

Olav Nord-Varhaug
seksjonsleder

Reidar Dahl
seniorrådgiver

Vedlegg:

1. Kriterier for nasjonalparkkommuner for å være aktører under merkevaren Norges nasjonalparker
2. Brev fra Miljødirektoratet av 31.05.2017: Kriterier for nasjonalparkkommuner for å være aktører under merkevaren "Norges nasjonalparker"
3. Prosedyrer vedrørende søknad om status som nasjonalparkkommune
4. Kommuner med nasjonalparkareal større enn 1 km²

Nyhetsmelding fra KLD 13.04.2015: Ny merkevare- og kommunikasjonsstrategi for Norges nasjonalparker: <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/ny-merkevare--og-kommunikasjonsstrategi-for-norges-nasjonalparker/id2405689/>

Tenk miljø - velg digital postkasse fra e-Boks eller Digipost på www.norge.no.