



17021

F-sak 071/2021
K-sak 074/2021

Saksbehandler: Kristian A. Moen

Sakens hjemmelsgrunnlag:

Jnr. ref: 2018/1067

Arkiv:

Klageadgang: nei

Off. dok: ja

SØKNAD OM STATUS SOM NASJONALPARKKOMMUNE**BAKGRUNN**

Kommuner som ikke tidligere har vært nasjonalparkkommune, kan fra 2018 søke om å bli nasjonalparkkommune. Ordningen med nasjonalparkkommuner ble innført i 2008. I 2018 ble kriteriene endret slik at Rødøy kunne kvalifisere. Rødøy ble invitert til å søke status som nasjonalparkkommune i et brev fra Miljødirektoratet i 2018.

Foreningen Norges Nasjonalparkkommuner har fått tilskudd fra direktoratet for oppfølging av mulige nye nasjonalparkkommuner. Bjørn Åge Jensen fra foreningen holdt orientering for kommunestyret i møtet 25. juni 2020. Orienteringen handlet om:

- Merkevaren «Norges nasjonalparker»
- Status som nasjonalparkkommune etter nye kriterier og søknadsprosessen i forbindelse med dette
- Foreningen Norges nasjonalparkkommuner

Miljødirektoratet er ansvarlig for implementeringen av merkevaren og har en koordinerende rolle på nasjonalt nivå. Den praktiske gjennomføringen av strategien er det nasjonalparkstyrene, nasjonalparkkommunene, nasjonalparklandsbyene, besøksentrene og forvaltningsmyndighetene for andre verneområder, de såkalte "aktørene under merkevaren", som skal stå for.

Formålet med merkevarestrategien er å legge til rette for lokal og nasjonal verdiskaping gjennom samarbeid mellom aktørene.

Et sentralt begrep i merkevarestrategien er "kundereisen". Kundereisen kan for eksempel starte når en besøkende finner informasjon på nettet, fortsetter med å besøke en nasjonalparkkommune, en nasjonalparklandsby eller et besøksenter og drar videre til en nasjonalpark. Konseptet er at "et besøk et sted/hos en aktør fører til besøk hos en annen". Merkevaren skal være gjenkjennelig gjennom hele "kundereisen". For merkevaren gjelder de tre fokusområdene besøksforvaltning, verdiskaping og vern.

En kommune som er godkjent som nasjonalparkkommune kan og skal bruke merkevaren i profileringen av kommunen. Nasjonalparkkommuner skal arbeide aktivt med å fylle rollen som aktør under merkevaren. Dette kan skje gjennom egne tiltak eller i samarbeid med andre aktører.

KRITERIER

Fullstendige kriter for å få status som nasjonalparkkommune er vedlagt. En oppsummering av hovedpunktene:

- Nasjonalparkareal større enn 1 km². Rødøy har 122 km² i Saltfjellet-Svartisen nasjonalpark.
- Kommunen skal implementere kriteriene for nasjonalparkkommuner i planverk, og i kommunens virksomhet for øvrig.
- Man skal arbeide aktivt for mer besøk, økt verdiskaping og bedre vern.
- Kommunen skal ha minst en naturlig innfallsport til nasjonalparken i form av et tettsted med grunnleggende turistservicefunksjoner.
- Man skal gjennomføre eller bidra til tiltak som styrker kompetansen innen verdiskaping, besøksforvaltning, vern og vertskapsfunksjon i egen kommune.

NORGES NASJONALPARKKOMMUNER

Foreninger Norges nasjonalparkkommuner er åpen for kommuner som har fått status som nasjonalparkkommune. Det er en frittstående organisasjon. Formålet deres er å stimulere og bidra til lokal verdiskaping og næringsutvikling med grunnlag i merkevaren Norges nasjonalparker. De skal bidra til at kommunene kan oppfylle merkeverens intensjoner og muligheter.

Medlemskap i foreningen er frivillig og nye medlemmer betaler et engangsbeløp ved innmelding samt en årlig medlemskontingent. Per 2020 var engangsbeløpet 22 781 kroner og medlemskontingenten 20 000.

VURDERING

Reiselivsnæringen er viktig for kommunen, og status som nasjonalparkkommune kan bidra til økt verdiskaping. Undersøkelser har vist at en stor andel turister har nasjonalparkbesøk som et mål for reisen. Rødøy møter allerede kriteriene ganske godt, og kan søke status som nasjonalparkkommune. I vurderingen under vurderes nåværende status i Rødøy mot kriteriene.

KOMMUNEPLANER

Kommuneplanens samfunnsdel fra 2019 har mål og strategier for næringsutvikling som er relevante for merkevaren Norges nasjonalparker. Blant annet har vi som strategier at vi

- Møter kriteriene for nasjonalparkkommuner og utvikler en besøksstrategi
- Utvikler tydelige opplevelsesprodukter
- Jobber med turistnæringa for å styrke lokalt og regionalt samarbeid

Ved revisjon av samfunnsdelen kan mål og strategier knyttet til kommunen som nasjonalparkkommune konkretiseres videre. Målene fra samfunnsdelen følges opp i handlingsdelen.

Kommuneplanens arealdel er under revisjon, og det vil bli tatt hensyn til verneområdene og verneverdiene i områdene.

Nasjonalparkkommuner skal gjennomgå status på kriteriene hvert fjerde år i forbindelse med revidering av kommuneplanen og sende status til Miljødirektoratet. Dette er naturlig å ta inn som fast punkt i planstrategien.

Rødøy er med i reisemålsutviklingsprosjekt for Nord-Helgeland som også vil kunne bidra til måloppnåelse for merkevaren.

KUNDEREISEN

Rødøy er med i Midtre Nordland nasjonalparkstyre og samarbeider der om å lage besøksstrategi og plan for besøksforvaltning.

Kriteriet 2.2 sier at kommunen skal ha minst en naturlig innfallsport til nasjonalparken i form av et tettsted med servicefunksjoner som dekker primærbehov. De mest besøkte innfallsområdene til nasjonalparken i Rødøy er antakelig Nordfjorden og sekundært Melfjordbotn. Grensa til nasjonalparken går omtrent midt i Nordfjorden, over halvøya mot Melfjordbotn og så langs Storvatnet og Storvassdalen til kommunegrensa i øst.

Melfjordbotn kan ikke tilby servicefunksjonene per i dag, men det er et godt besøkt område med utviklingsmuligheter og mange fritidsboliger. Innfallsporten til Nordfjorden er via båt, og det er flere aktører i og rundt kommunen som tilbyr turer inn. Flere steder i kommunen fungerer dermed som innfallsport.

2.3 sier at kommunen skal ha en stedsutviklingsplan for tettstedet/ne som er valgt som innfallsport. Dette må arbeides videre med, og det bør avklares nærmere hva som må ligge i en slik plan. Per i dag er det minst fire områder i kommunen som brukes som innfallsport til nasjonalparken som oppfyller vilkårene om informasjon (må jobbes videre med), overnatting, matservering og dagligvarehandel: Jektvik, Rødøy, Selsøyvik-Rang Sund, og Tjongsfjorden. Kilboghavn er også en mye brukt innfallsport, men har ikke dagligvarehandel i bygda.

Det er godt med turmuligheter og merkede stier i hele kommunen, og kommunen legger til rette for stedsnære aktivitets-, friluftslivs- og opplevelsestilbud.

2.7 sier at kommunen skal være en aktiv pådriver og tilrettelegger for å høyne kvaliteten på alle punktene i kundereisen innenfor sitt nedslagsfelt. Dette er ting kommunen arbeider aktivt med sammen med kommersielle og ikke-kommersielle aktører fra før. Kriteriet 3 om kompetanse er noe det også jobbes med fortløpende. Om kommunen får status som nasjonalparkkommune er det naturlig at det blir større fokus på nasjonalparken og merkevaren også i dette arbeidet.

NORGES NASJONALPARKKOMMUNER

Foreningen er en pådriver for fokus på mulighetene nasjonalparkkommunestatus gir og for å bidra til økt verdiskaping. Dersom Rødøy får status som nasjonalparkkommune kan vi melde oss inn. Dette kan vedtas i denne saken om ønskelig, selv om innmelding ikke kan skje før eventuell godkjenning av status hos Miljødirektoratet.

Det jobbes med forpliktende plan i formannskapet, og vi er allerede medlem av tre organisasjoner som arbeider for økt verdiskaping, besøksforvaltning, vertskap og kompetanseheving for reiselivet på mer generelt grunnlag. Derfor innstilles det ikke på å bli medlem i foreninga i denne omgang.

ØKONOMISKE OG ADMINISTRATIVE KONSEKVENSER

Status som nasjonalparkkommune har ingen direkte kostnader knyttet til seg. Om kommunen melder seg inn i Norges nasjonalparkkommuner er det medlemskontingent og et engangsbeløp ved innmelding. Det er små beløp.

Status som nasjonalparkkommune innebærer at fokuset i reisemålsutvikling bør tilpasses noe, men det har ikke betydelige administrative konsekvenser. Nasjonalpark bør innarbeides videre i kommuneplanen. Kommuneplanens samfunnsdel sammen med masterplan for reiselivet som utarbeides gjennom reisemålsutviklingsprosjektet på Nord-Helgeland bør fungere godt som stedsutviklingsplaner for innfallsportene til nasjonalparken.

KONKLUSJON

Rødøy kan søke status som nasjonalparkkommune. Vi har allerede god oppnåelse av kriteriene og videre arbeid med det vil kun gi en mindre omlegging av fokuset i reisemålsutviklingsarbeidet.

Hensikten ved å søke er å legge til rette for god håndtering av besøkende til Saltfjellet-Svartisen nasjonalpark og for økningen i antallet turister som vil oppleve området. God besøksforvaltning og fokus på kundereisen kan gi økt verdiskaping og bedre vern av de viktige verdiene.

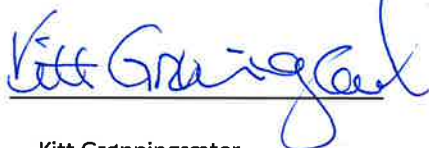
VEDLEGG

1. Mdir – invitasjon om å søke status som nasjonalparkkommune
2. Mdir – brev om kriterier for å søke
3. NPKL – Kriterier for nasjonalparkkommuner
4. Prosedyrer for å søke status som nasjonalparkkommune

RÅDMANNENS INNSTILLING

1. Rødøy kommune søker om status som nasjonalparkkommune.
2. Kriteriene for nasjonalparkkommuner implementeres videre i kommunens planer og virksomhet for øvrig.

Rødøy kommune, 12.10.2021



Kitt Grønningsæter
Rådmann



Kristian A. Moen
Prosjektleder

Utskrift av møteprotokoll

for Rødøy formannskap tirsdag den 19. oktober 2021 ved Rødøy rådhus

Av 5 medlemmer var 5 tilstede (medregnet møtende varamedlemmer).

Sak 071/2021: SØKNAD OM STATUS SOM NASJONALPARKKOMMUNE

Jf. saksutredning 17021

Rådmannens innstilling:

1. Rødøy kommune søker om status som nasjonalparkkommune.
2. Kriteriene for nasjonalparkkommuner implementeres videre i kommunens planer og virksomhet for øvrig.

Vedtak:

Som innstillingen. Enstemmig.

Rett utskrift

Rødøy kommune, formannskapskontoret den 21.10.2021



June Seljevoll, konsulent

Rødøy kommune

Trondheim, 03.07.2019

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 – ny og revidert versjon

I 2015 lanserte regjeringen merkevaren "Norges nasjonalparker". Målet er flere besøkende, 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. Kommuner med nasjonalparkareal på land større enn 1km² er søknadsberettigede og inviteres til å søke om status som nasjonalparkkommune. I særlige tilfeller kan også andre kommuner søke om statusen.

Miljødirektoratet inviterte i brev av 15.05.2018 96 kommuner til å søke om status som nasjonalparkkommune og bli en aktør under merkevaren. Pr 1.6.2019 har 11 kommuner fått status som nasjonalparkkommune og aktør under merkevaren. Behandlingen av søknadene har avdekket behov for noen klargjøringer og justeringer, særlig kravene for å være søknadsberettiget. Omtalen av dette i søknadsprosedyrene (vedlegg 3) er justert tilsvarende. Dette brevet er en revidert versjon av invitasjonen og erstatter brev med vedlegg av 15.5.2018.

Denne invitasjonen går til de 102 kommunene som har nasjonalparkareal på land større enn 1 km² (nye beregninger januar 2019). Brevet går også til orientering til kommunene som allerede har fått status som nasjonalparkkommune uten at brevet har konsekvenser for disse.

Merkevaren "Norges nasjonalparker" og nasjonalparkkommunene

Miljødirektoratet er ansvarlig for implementeringen av merkevaren og har en koordinerende rolle på nasjonalt nivå. Den praktiske gjennomføringen av strategien er det nasjonalparkstyrene, nasjonalparkkommunene, nasjonalparklandsbyene, besøkssentrene og forvaltningsmyndighetene for andre verneområder, de såkalte "aktørene under merkevaren", som vil stå for. For å sikre et godt resultat, kreves et målrettet arbeid fra aktørene og et utstrakt samarbeid dem imellom.

Ordnningen med nasjonalparkkommuner ble etablert i 2008 og i perioden fram til 2012 fikk 34 kommuner status som nasjonalparkkommuner. Kriteriene som ble brukt ved tildeling av statusen var

i stor grad basert på nasjonalparkareal i kommunen. Disse kommunene fikk statusen for perioden fram til 2018. Den ble i 2017 forlenget til ut 2021.

Kommuner som nå får status som nasjonalparkkommune, blir også "aktør under merkevaren". Med det følger et ansvar for å innfri kravene i de nye kriteriene fastsatt i 2017, se vedleggene 1 og 2.

Et sentralt begrep i merkevarestrategien er "kundereisen". Kundereisen kan for eksempel starte når en besøkende finner informasjon på nettet, fortsetter med å besøke en nasjonalparkkommune, en nasjonalparklandsby eller et besøksenter og drar videre til en nasjonalpark. Konseptet er at "et besøk et sted/hos en aktør fører til besøk hos en annen". Merkevaren skal være gjenkjennelig gjennom hele "kundereisen".

Kriteriene for nasjonalparkkommunene skal sikre at kommunene følger opp ansvaret og oppgavene det medfører å være en "aktør under merkevaren". Det gjelder i egen virksomhet og i samarbeidet med andre aktører under merkevaren, lokalt næringsliv og andre. Interkommunalt samarbeid med andre kommuner/nabokommuner med nasjonalparkareal angående nasjonalparkinformasjon, tilrettelegging og reiseliv er ikke et krav, men kommunene oppfordres til å etablere slikt samarbeid da det kan være en avgjørende for å etablere gode "kundereiser", samtidig som det kan gi stordriftsfordeler og bedre ressursutnyttelse.

En kommune som er godkjent som nasjonalparkkommune kan og skal bruke merkevaren i profileringen av kommunen.

Når er en kommune søknadsberettiget og når kan den søke?

Kommuner som innenfor kommunegrensene har et nasjonalparkareal på land større enn 1 km², er berettiget til å søke om status som nasjonalparkkommune og som aktør under merkevaren. Invitasjonen går til de kommunene som har slikt areal, se vedlegg 4. Informasjon om at kommuner kan søke om status som nasjonalparkkommune, vil også bli lagt ut på Miljøkommune.no.

Søke om status som nasjonalparkkommune kan kommunen gjøre når kommunestyret har gjort vedtak om at kommunen skal oppfylle kriteriene for nasjonalparkkommuner.

I særlige tilfeller kan kommuner som ikke tilfredstiller kravet til nasjonalparkareal søke om status som nasjonalparkkommune. Kommunen må da be Miljødirektoratet om en vurdering av om det er andre forhold som gjør at de likevel kan søke. Ett forhold som kan åpne for det, er om kommunen har en viktig innfallsport til en nasjonalpark. Det kan også være andre.

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.

Vedlegg:

1. Kriterier for nasjonalparkkommuner for å være aktør under merkevaren "Norges nasjonalparker"
2. Brev fra Miljødirektoratet av 31.5.17: Kriterier for nasjonalparkkommuner for å være aktører under merkevaren "Norges nasjonalparker"

3. Prosedyrer vedrørende søknad om status som nasjonalparkkommune - revidert versjon juni 2019
4. Kommuner med nasjonalparkareal større enn 1 km², status 3.6.2019

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/>

Hilsen
Miljødirektoratet

Dette dokumentet er elektronisk godkjent

Knut Fossum
seksjonsleder

Reidar Dahl
seniorrådgiver

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

Kopi til:
Norges nasjonalparkkommuner Brubakken 2 2688 LOM

Vedlegg

- 1 Kriterier for nasjonalparkkommuner for å være aktører under merkevaren Norges nasjonalparker
- 2 Kriterier for nasjonalparkkommuner for å være aktører under merkevaren Norges nasjonalparker, brev datert 31 mai 2017
- 3 Prosedyrer
- 4 Kommuner med nasjonalparkareal større enn 1 km² status 010619



Norges nasjonalparkkommuner og nasjonalparklandsbyer
Brubakken 2
2686 LOM

Trondheim, 31.05.2017

Deres ref.:
[Deres ref.]

Vår ref. (bes oppgitt ved svar):
2017/4649

Saksbehandler:
Reidar Dahl

Kriterier for nasjonalparkkommuner for å være aktører under merkevaren "Norges nasjonalparker"

Direktoratet mener kriteriene NPKL har utviklet er egnet for å vurdere om kommunene kan godkjennes som aktører under merkevaren. Kriteriene vil bli tatt i bruk etter første rullering av kommuneplanene. Direktoratet vil komme tilbake til prosedyrer for godkjenning av nasjonalparkkommuner som aktører under merkevaren.

Kommunene kan søke om status som aktør før første rullering av kommuneplanen. Det forutsetter at de kan vise til et systematisk arbeid for å nå målsetningene for merkevaren.

Vi viser til Deres oversendelse av 8.5.2017 med kriterier for Nasjonalparkkommuner som kan være aktører under merkevaren "Norges nasjonalparker".

Merkevaren Norges nasjonalparker har som målsetning at nasjonalparkene skal trekke flere besøkende og at verneområdene skal få et bedre vern, noe som igjen skal føre til større verdiskaping. Kommunenes oppgaver og roller gjør at de har gode forutsetninger for å kunne bli sentrale aktører i arbeidet med å implementere merkevaren "Norges nasjonalparker". Samtidig vil det kreve et målrettet arbeid med klare målsetninger og konkrete tiltak om målsetningene for merkevaren skal nås.

Miljødirektoratet mener kriteriene NPKL har utviklet er egnet for å vurdere om kommunene kan gis status som aktører under merkevaren. Å knytte kriteriene til kommuneplanen gir et godt grunnlag for å vurdere hvordan kommunene arbeider for å nå målsetningene for merkevaren "Norges nasjonalparker". Kriteriene forutsetter videre at kommunen arbeider for å heve kvaliteten på kundereisen. Tettstedsutvikling og konkrete tiltak vil være sentralt i dette arbeidet. Det samme vil kompetanseoppbygging.

Som aktører under merkevaren kan nasjonalparkkommunene benytte logoen for "Norges nasjonalparker" og designmanualen. De andre aktørene under merkevaren er Norges nasjonalparker, de autoriserte besøkssentrene, Norges nasjonalparklandsbyer og andre verneområder (ved forvaltningsmyndigheten/forvaltningsstyret). Logo og designmanualen profilerer merkevaren.

Miljødirektoratet forvalter designmanualen strengt og gir råd og veiledning i bruk av den. Samtidig er en sterk merkevare avhengig av at det er sammenheng mellom forventningene besøkende har til merkevaren og opplevelsen av den. For kommunene vil det viktigste være kvaliteten på kundereisen og hvordan de besøkende opplever den.

Miljødirektoratet er gitt ansvaret for å implementere strategien for merkevaren "Norges

nasjonalparker". Med det følger å tildele kommuner status som aktører under merkevaren. Miljødirektoratet vil bruke kriteriene ved behandlingen av søknader fra nasjonalparkkommunene om status som aktører under merkevaren.

I kriteriene står at nasjonalparkkommunene skal gjennomgå status for kriteriene hvert fjerde år i forbindelse med rullering av kommuneplanen. Kommunene sender statusen til NPKL. NPKL vil så sende rapportene til Miljødirektoratet. Prosedyrene knyttet til nasjonalparkkommunenes rapportering og NPKLs behandling av rapportene vil vi komme tilbake til. Vi vil da også redegjøre for hvordan kriteriene skal brukes ved Miljødirektoratets behandling av søknader om status som aktører under merkevaren. Rullering av kommuneplanene vil skje i neste kommunestyreperiode (2019-2023). Gjennomgangen av statusen i kommunene kan da tidligst bli i 2020.

Miljødirektoratet ønsker at noen kommuner får status som aktører under merkevaren også før 2020. Vi vil derfor behandle søknader fra kommuner som kan vise til at de arbeider systematisk med målsetningene for merkevaren. Det kan være at kommunen har en kommunedelplan for temaet. Det kan også henvises til relevante tiltak i handlingsdelen i kommuneplanen. Direktoratet vil da ta hensyn til om tiltakene er i tråd med kriteriene som omhandler kundereisen og kompetanser. Statusen som nasjonalparkkommuner ble i 2008 gitt for inntil 10 år og kommunene skulle da søke på nytt om statusen ønskes opprettholdt. Direktoratet vil forlenge statusen som nasjonalparkkommuner til 2021. Da vil ordningen for godkjenning nasjonalparkkommunene som aktør under merkevaren være etablert og det vil være naturlig å vurdere om ordningen med nasjonalparkkommuner etter kriteriene fra 2008 skal videreføres.

Hilsen
Miljødirektoratet

Dette dokumentet er elektronisk godkjent

Olav Nord-Varhaug
seksjonsleder

Reidar Dahl
seniorrådgiver

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



Norges nasjonalparkkommuner og nasjonalparklandsbyer
att. Medlemmene

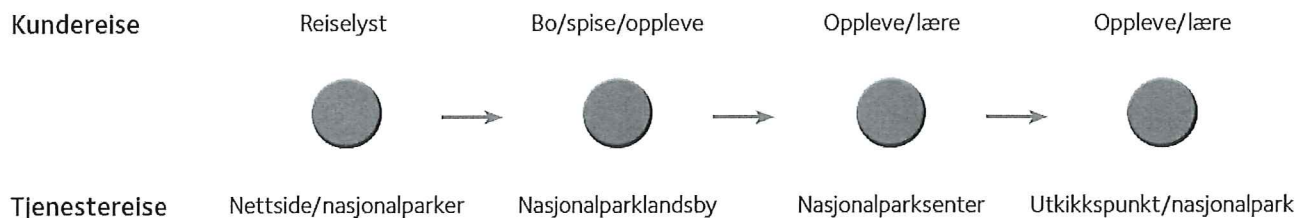
Dato 2. mai 2017

Kriterier for nasjonalparkkommuner for å være aktører under merkevaren Norges nasjonalparker

Nasjonalparkene er det flotteste vi har av natur, og skal oppleves og bevares. For å synliggjøre nasjonalparkene som attraktive turmål, skal det implementeres en merkevare- og kommunikasjonsstrategi for nasjonalparkene. Formålet med denne er å gjøre nasjonalparkene enda mer attraktive som friluftslivsområder og reisemål, og bidra til tettere samarbeid mellom alle relevante aktører. En enhetlig profilering og kommunikasjon om nasjonalparkene er en del av strategien, slik at nasjonalparkene fremstår som en enhetlig merkevare. Etablering av informasjonspunkter, utkikkspunkter og tilrettelegging for at personer med lite friluftslivserfaring kan gå kortere turer i områdene, er viktige elementer i strategien. Merkevaren Norges nasjonalparker skal bidra til økt besøk på en bærekraftig måte. Fokusområdene for merkevaren er verdiskaping, besøksforvaltning og vern.

Nasjonalparkene, besøkssentrene, nasjonalparklandsbyene, nasjonalparkkommunene og lokalt næringsliv skal være vertskap for opplevelser og vise omsorg for de besøkende og naturen. Denne oppgaven må løses av aktørene i fellesskap.

Merkestrategien legger opp til et utstrakt samarbeid mellom aktørene. Kundereisen starter når den besøkende finner informasjon på nettet, og fortsetter via besøk i for eksempel nasjonalparklandsbyen med reiselivsaktører og besøkssenter til startpunkt, utkikkspunkt eller informasjonspunkt ved nasjonalparken. Hensikten er å gjøre alle aktørene mer tilgjengelige for besøkende, men ikke minst legge til rette for at besøk hos en aktør fører til besøk hos en annen.



Kundereisen betinger høy kvalitet i alle ledd og hos alle aktører, og merkestrategien skal bidra til å sikre denne kvaliteten. Det er i kvaliteten på kundereisen vi som vertskap kan innfri merkevarens lovnad om gode opplevelser. Samtidig kan vi påvirke gjestenes bruk av nasjonalparken og området rundt for å ivareta verneverdiene. Ikke alle verneområder har en kundereise som beskrevet over, men i et samarbeid med reiselivsaktører vil alle verneområder ha sin egen kundereise.

Nasjonalparkene gir muligheter for utvikling av lokal og nasjonal bred (økonomisk, kulturell, sosial og miljømessig) verdiskaping. Nasjonalparkkommunene skal legge til rette for realisering av mulighetene merkevaren Norges nasjonalparker medfører. Selv om aktørene har forskjellige roller og ansvarsområder må implementeringen av merkevaren skje som et aktivt og kontinuerlig samarbeid mellom aktørene.

Besøksforvaltning er å legge til rette for og styre bruken av kommunale områder slik at opplevelsen for de besøkende og den lokale verdiskapingen blir best mulig, samtidig som man ivaretar naturkvalitetene.

Det er viktig at det stilles krav til aktørene under merkevaren for å sikre gjennomgående høy kvalitet. For nasjonalparkkommuner som ønsker å bli en aktør under merkevaren betyr det at de skal bygge opp under verneverdiene og kvalitetene i nasjonalparkene, legge til rette for verdiskaping samt implementere merkevaren Norges nasjonalparker. Hvordan dette gjennomføres i kommunene behandles i kommuneplaner og handlingsplaner.

Nasjonalparkkommunen har som aktør under merkevaren ansvar for å bidra, stimulere og legge til rette for lokal verdiskaping og næringsutvikling.

Nasjonalparkkommunen har ansvar for tilrettelegging for kundereisen innenfor kommunens grenser, utenfor nasjonalparkens grenser.

Nasjonalparkkommunen har et medansvar når det gjelder hvordan kommune og verneområdestyre skal samarbeide om bidrag, stimuli og tilrettelegging i og utenfor nasjonalparken. Kundereisen gir gode rammer for dette og det er avgjørende at partene er bevisst sine roller og oppgaver, og at de utfyller hverandre og arbeider godt sammen.

I et kundereiseperspektiv bør det være en sømløs overgang mellom områdene i og utenfor verneområdene. Vernegrensene skal være tydelige og det bør oppleves som positivt å komme inn i et verneområde. Kommuneplanen bør derfor komplettere besøksstrategien for nasjonalparken.

Nasjonalparkkommunen skal arbeide aktivt med å fylle rollen som aktør under merkevaren. Dette skjer gjennom tiltak i egen regi eller i samarbeid med andre aktører som verneområdestyrer, besøkssenter, næringsliv, grunneiere, fjellstyrer, frivillige organisasjoner og andre det er naturlig å samarbeide med. Tiltak som bidrar til at opplevelsene i kundereisen blir så gode som mulige for de gjestene som besøker våre områder skal prioriteres.

Nasjonalparkkommunene skal gjennomgå status i forhold til kriteriene nedenfor en gang hvert fjerde år i forbindelse med rullering av kommuneplanen. Statusen sendes NPKL.

Gjennom kontinuerlige forbedringer vedlikeholdes eksisterende tilbud samtidig som det utvikles nye over tid.

Alle aktører under merkevaren Norges nasjonalparker skal følge retningslinjene i Designmanual for Norges nasjonalparker.

KRITERIER FOR NASJONALPARKKOMMUNER UNDER MERKEVAREN NORGES NASJONALPARKER

1.0 Kommuneplan

Nasjonalparkkommunen skal forankre sin status som aktør under merkevaren Norges nasjonalparker i sitt planverk.

- 1.1** Nasjonalparkkommunens ansvar og rolle under merkevaren Norges nasjonalparker skal beskrives i kommuneplanen.
- 1.2** I kommuneplanens samfunnsdel beskrives mål og strategier for kommunen som nasjonalparkkommune.
- 1.3** I handlingsdelen beskrives konkrete tiltak og hvordan de skal gjennomføres i kommunal virksomhet og ved medvirkning fra andre offentlige organer, frivillige organisasjoner og private aktører.

- 1.4 I kommuneplanens arealdel skal det tas hensyn til verneområdene og verneverdiene i områdene. Det må komme fram hvordan kommunen gjør dette ved bruk av arealformål og eventuelt hensynssoner.
- 1.5 Nasjonalparkens plass som attraksjon og satsingsområde skal beskrives i kommuneplanen. Kommuneplanen skal støtte opp om besøksstrategien for nasjonalparken(e) og de øvrige verneområdene i kommunen og slik bidra til en funksjonell overgang mellom verneområdene og områdene utenfor.
- 1.6 Nasjonalparkkommunen skal gjennom et aktivt og kontinuerlig arbeid vurdere behov for endringer og forbedringer som bidrar til merkevarens målsetting om mer besøk, økt verdiskaping og bedre vern. Forslag til forbedringer tas opp under den årlige revisjonen av handlingsdelen.
- 1.7 Nasjonalparkkommunene skal gjennomgå status på kriteriene hvert fjerde år i forbindelse med revidering av kommuneplanen. Statusen sendes Miljødirektoratet.

2.0 Kundereisen

Nasjonalparkkommunen skal som aktør under merkevaren Norges nasjonalparker være med å innfri merkevarens målsetting om mer besøk, økt verdiskaping og bedre vern.

- 2.1 Nasjonalparkkommunen er forpliktet til å delta i de arenaene nasjonalparkstyrene har etablert som faglig rådgivende utvalg og administrativt kontaktutvalg.
- 2.2 Nasjonalparkkommunen skal ha minst en naturlig innfallsport til nasjonalparken i form av et tettsted.
Tettstedet skal ha grunnleggende servicefunksjoner som dekker primære behov i et kundereiseperspektiv, herunder; informasjon, overnatting, matservering og dagligvarehandel.
- 2.3 Nasjonalparkkommunen skal ha en stedsutviklingsplan for tettstedet/tettstedene som er valgt som innfallsport til nasjonalparken.
- 2.4 Nasjonalparkkommunen skal ha turmuligheter og merkede stier.
- 2.5 Nasjonalparkkommunen skal legge til rette for stedsnære aktivitets-, friluftslivs- og opplevelsestilbud.
- 2.6 Nasjonalparkkommunen skal, i tett samarbeid med sitt respektive verneområde-/nasjonalparkstyre, informere om de nærliggende verneområdene og tilbudene i randsonen til disse. Dersom det skal informeres under merkevaren skal kommunens nasjonalparkkommunelogo benyttes, ikke respektivt kommunevåpen og det tilhørende malverket. All informasjon skal være i henhold til Designmanual for Norges nasjonalparker og holdes oppdatert.
- 2.7 Nasjonalparkkommunen skal være en aktiv pådriver og tilrettelegger for å høyne kvaliteten på alle punktene i kundereisen, innenfor sitt nedslagsfelt. Dette medfører tett dialog med kommersielle og ikke-kommersielle aktører.

3.0 Kompetanse

Økt kompetanse skal sikre god lokal kunnskap om nasjonalparkkommunen, verneområdene og god service til gjestene.

- 3.1 Nasjonalparkkommunen skal gjennomføre eller bidra til tiltak som styrker kompetansen innen verdiskaping, besøksforvaltning, vern og vertskapsfunksjon i egen kommune.

PROSEDYRE VEDRØRENDE SØKNAD OM STATUS SOM NASJONALPARKKOMMUNE – REVIDERT VERSJON JUNI 2019

Innledning

Det er et mål at verneområdene og andre verdifulle naturområder blir en viktig ressurs i samfunnsutviklingen. I 2013 ga KLD Miljødirektoratet i oppdrag å utvikle en merkevare for nasjonalparkene. Merkevaren skal medvirke til å gi nasjonalparkene en tydeligere identitet og sikre mer helhetlig informasjon om nasjonalparkenes verdier.

Merkevaren skal også styrke nasjonalparkene som attraksjoner for besøkende gjennom høy kvalitet på tilbudet i og rundt parkene. Da vil flere bruke nasjonalparkene og den lokale verdiskapingen, blant annet i reiselivet, vil øke. Samtidig skal naturverdiene i parkene sikres på en enda bedre måte. Merkevaren og en implementeringsplan ble godkjent av KLD i 2016.

Miljødirektoratet har ansvaret for å implementere merkevaren. I implementeringsplanen pekes det på fem aktører som vil være sentrale i gjennomføringen:

- Norges nasjonalparker (forvaltningsstyrene)
- Autoriserte besøkssentre
- Nasjonalparkkommunene
- Nasjonalparklandsbyene
- Andre verneområder (forvaltningsmyndighetene)

Nasjonalparkkommunene som aktør under merkevaren

I perioden 2008 – 2012 fikk 34 kommuner status som nasjonalparkkommuner. Kriteriene som da gjaldt, bygde på i stor grad på hvor store areal i kommunen som var nasjonalpark.

Med merkevaren følger at nasjonalparkkommunene sammen med de andre aktørene får ansvar for å implementere merkevaren Norges nasjonalparker. Samtidig gir statusen kommunene rett og plikt til å bruke merkevaren i arbeidet med lokal verdiskaping og profilering av kommunen.

Krav til nasjonalparkkommunene

For å være søknadsberettiget til status som nasjonalparkkommune, må kommunen ha et nasjonalparkareal på land innenfor kommunegrensen større enn 1 km².

Kommuner som er søknadsberettiget, kan søke om å bli godkjent som nasjonalparkkommune når kommunestyret har gjort vedtak om at kommunen skal oppfylle kriteriene for nasjonalparkkommuner. Kravet til kommunen er at tiltak for å oppfylle kriteriene skal innarbeides i kommunens planverk og virksomhet forøvrig. Kommunene bør begynne arbeidet så snart den er tildelt statusen. Innarbeiding i kommuneplanen skal senest skje ved første revidering av kommuneplanen.

Eksisterende nasjonalparkkommuner som søker og får godkjenning etter nye kriterier innen utløpet av 2021 beholder sin status som nasjonalparkkommune.

I særlige tilfeller kan kommuner som ikke tilfredsstillt kravet til nasjonalparkareal, søke om status som nasjonalparkkommune. Kommunen må da be Miljødirektoratet om en vurdering av om det er andre forhold som gjør at de likevel kan søke. Ett forhold som kan åpne for det, er at kommunen har en viktig innfallsport til en nasjonalpark. Det vil også kunne være andre.

Rettigheter som nasjonalparkkommune

Status som nasjonalparkkommune gir kommunen rett til å ta i bruk merkevaren og designmanualen med retningslinjer i profilering av kommunen.

Status som nasjonalparkkommune gir rett til å søke medlemskap i Norges nasjonalparkkommuner (org.nr. 914 889 375).

Prosedyrer ved søknad om og tildeling av status som nasjonalparkkommune

Følgende prosedyre benyttes ved søknad om og tildeling av status som nasjonalparkkommune:

1. Kommunestyret gjør vedtak om at kommunen skal implementere kriteriene for nasjonalparkkommuner i kommuneplanens samfunnsdel og øvrige planverk og i kommunens virksomhet forøvrig.
2. Kommunen sender søknad til Miljødirektoratet om å bli godkjent som nasjonalparkkommune og aktør under merkevaren «Norges nasjonalparker»
Følgende informasjon skal fremgå av søknaden:
 - kommunens navn, adresse og organisasjonsnummer,
 - navn på kontaktperson, telefon-/mobiltelefonnummer og e-postadresse

Følgende vedlegg skal følge søknaden:

- Kopi av kommunestyrevedtak og saksframlegg.
 - Tidfestet handlingsplan for implementering av kriterier for å være aktør under merkevaren Norges nasjonalparker. Handlingsplanen skal vise hvordan kommunen vil innarbeide kriteriene i kommuneplanen. Frist for innarbeiding er ved første revisjon av planen.
3. Miljødirektoratet tildeler statusen hvis søknaden er fullstendig og kommunen oppfyller kravene ovenfor. Miljødirektoratet avviser søknaden om søkeren ikke kvalifiserer til statusen

Miljødirektoratets avgjørelse kan ikke påklages.

Rapportering

Nasjonalparkkommunene skal gjennomgå status for implementeringen av kriteriene en gang pr. kommunevalgperiode. Det bør gjøres i forbindelse med rullering av kommuneplanen. Statusen sendes Miljødirektoratet.

Tilbaketrekking av status som nasjonalparkkommune

Miljødirektoratet kan/vil frata kommuner statusen som nasjonalparkkommune hvis:

- kommunen ikke innarbeider kriteriene i kommunenes virksomhet, eller
- kommunens bruk av merkevaren ikke er i tråd med retningslinjene

Tilbaketrekking av statusen kan ikke påklages.

Når en kommune mister statusen som nasjonalparkkommune, skal all informasjon om at kommunen har slik status fjernes og ikke lenger anvendes. På samme måte skal skilt og andre effekter der merkevaren er brukt fjernes.

Tilbaketrekking av status som følge av statlige beslutninger

Ordningen med nasjonalparkkommuner kan opphøre som følge av politiske vedtak på nasjonalt nivå. Miljødirektoratet vil da trekke tilbake retten til å gjøre seg nytte av status og merkevare. Berørte kommuner skal i så fall varsles om dette i god tid.