



# FRILUFTSLIVETS ÅR 2015

## GJENNOMFØRINGSPLAN

# Friluftslivets år 2015 – Gjennomføringsplan

## Innhold

Innhold .....	2
1 Innledning.....	4
2 Bakgrunn og rammer for året.....	4
3 Visjon for året.....	5
4 Mål og målgrupper .....	6
4.1 Hovedmål .....	6
4.1.1 Nærmere om målene .....	6
4.2 Delmål.....	7
4.2.1 Delmål kommunikasjon.....	7
4.2.2 Delmål aktivitet .....	8
4.3 Måloppnåelse .....	9
4.4 Målgrupper.....	10
4.4.1 Hovedmålgrupper.....	10
4.4.2 Strategiske målgrupper .....	11
5 Organisering, ansvar og roller .....	11
5.1 Miljøverndepartementet.....	11
5.2 Miljødirektoratet .....	12
5.3 Friluftslivets fellesorganisasjon .....	12
6 Kommunikasjon og samarbeid med andre aktører.....	12
6.1 Offentlige aktører på nasjonalt nivå.....	13
6.2 Fylkeskommunene .....	14
6.3 Kommunene .....	15
6.4 Friluftsrådenes landsforbund og interkommunale friluftsråd .....	15
6.5 Organisasjonene.....	15
6.5.1 De frivillige organisasjonene .....	16
6.5.2 Andre organisasjoner .....	16
6.5.3 Mobilisering av organisasjonene.....	16
7 Mobilisering av sponsorer og andre typer av samarbeidspartnere .....	17
7.1 Samarbeid med sponsorer .....	17

7.2	Samarbeid med ulike stiftelser.....	17
8	Økonomi.....	18
8.1	Nærmere om tilsagnsfullmakten.....	19
9	Evaluering og oppfølging av mål om varig aktivitet .....	19
	Vedlegg.....	20

# 1 Innledning

Denne planen danner fundamentet for gjennomføringen av Friluftslivet år 2015. Den beskriver mål, målgrupper, ansvar, roller og prosesser som skal sikre at Friluftslivets år gjennomføres i tråd med intensjonene nedfelt i gjeldende Stortingsmelding om Friluftsliv og i Nasjonal strategi for et aktivt friluftsliv som ble vedtatt av regjeringen i august 2013. Forberedelsene til gjennomføring av året er en prosess der mye ennå ikke er avklart. Planen vil derfor være et dynamisk og levende dokument som vil endre seg i løpet av prosjektperioden, og da først og fremst ved at planen blir supplert med vedlegg som beskriver nærmere gjennomføringen av deler av arbeidet. En egen tiltaksplan og kommunikasjonsplan er eksempler på slike vedlegg.

Som prosjekt er det naturlig at FÅ15 deles inn i fire faser:

1. Ide/kartleggingsfase
2. Planleggingsfase
3. Gjennomføringsfase
4. Evalueringsfase



Fasene må ses som veiledende med flytende overganger, og der f.eks. forberedelse av evaluering allerede har startet. Fasene markerer hovedfokus for den daglige driften av prosjektet.

Ved levering av dette dokumentet er prosjektet fortsatt i første fase, ide/kartleggingsfasen. Dette er en strategisk viktig fase da det er her fundamentet for prosjektet fastsettes. Det er også fasen da man kartlegger mulige aktører og henter inn ideer. Det vil være en relativt lang overlappende fase mellom ide- og planleggingsfasen der noen ideer er omsatt i beslutning om konkrete tiltak mens andre ideer fortsatt utvikles. Avslutning av idefasen vil naturlig være sammenfallende med søknadsfrist for midlene på tilsagnsfullmakten, jfr. Kap. 8. For lokale prosjekter vil idefasen kunne vare enda noe lenger enn dette. Planen, slik den foreligger nå, vil ikke omhandle konkrete tiltak, men fokusere på den overordnende retningen for prosjektet.

## 2 Bakgrunn og rammer for året

Friluftslivsmeldingen, St. meld. nr. 39 (2000-2001) Friluftsliv – ein veg til høgare livskvalitet anbefaler at det gjennomføres et Friluftslivets år hver tiende år. Begrunnelsen er: *«I eit samfunn der friluftslivet får sterkare og sterkare konkurranse frå andre aktivitetar, må det jamleg fokuserast på verdien av friluftslivet»*. Med bakgrunn i Stortingsmeldingen ble det gjennomført et Friluftslivets år i 2005. Målet den gang var å synliggjøre og mobilisere friluftslivet, og året skulle være departementets

hovedbidrag til Hundreårsmarkeringen Norge 2005. Prosjektansvaret for FÅ 2005 ble tildelt Friluftslivets fellesorganisasjon (FRIFO), og friluftslivsorganisasjonene hadde en sentral rolle i gjennomføringen av året.

Friluftslivets år ble også arrangert i 1993. Selv om omfanget var mindre enn i 2005, var dette en stor mønstring av dugnadsinnsats blant organisasjonene, og det satte noen viktige spor. Det var blant annet da den landsomfattende satsingen "Friluftslivets Uke", som fortsatt gjennomføres, ble arrangert for første gang.

I august 2013 lanserte Regjeringen Nasjonal strategi for et aktivt friluftsliv. Et nytt Friluftslivets år i 2015 ble presentert som et viktig tiltak i strategien. Foruten å være en egen satsing kan Friluftslivets år også være et virkemiddel for å iverksette andre tiltak i strategien.

Nærmere rammer for gjennomføringen av året er nedfelt i brev fra Miljøverndepartementet til Miljødirektoratet datert 04.09.2013. I henhold til dette er overordnet mål for året å gi friluftsliv økt oppmerksomhet og at året skal gi varige resultater i form av økt deltakelse i friluftsliv i alle deler av befolkningen. Det går videre fram at Regjeringen ønsker at året skal gi økt bevissthet om friluftslivets positive effekter knyttet til folkehelse og at året skal øke bevisstheten om allemannsretten og de svært gode mulighetene som alle i Norge har til å utøve friluftsliv. I brevet poengteres også at friluftslivets år skal bidra til økt informasjon om rettigheter og plikter under utøvelse av friluftsliv, for eksempel i form av en kampanje om rettigheter og plikter etter friluftsloven.

I brevet defineres noen temaområder som skal gis særlig oppmerksomhet:

- Friluftsliv i nærmiljøet
- Fritidsfiske
- Kulturminner i naturen som opplevelsesverdi

Barn, unge og barnefamilier er målgrupper som skal ha et særlig fokus.

Friluftslivsorganisasjonene forutsettes å ha en sentral rolle i planlegging og gjennomføring av året. I tillegg påpekes at fylkeskommunene, kommunene og mange av de statlige etatene vil være svært viktige. Det påpekes at relevante direktoratet, fylkeskommunene og kommunene er avgjørende for et vellykket år, og at gjennomføringsplanen må inkludere en strategi for hvordan disse kan nås og involveres. FÅ15 har med dette et sterkere fokus på kommunene og andre offentlige aktører enn tidligere Friluftslivets år.

### **3 Visjon for året**

FÅ15 skal være en stor folkelig mobilisering av både frivilligheten, kommunene og andre offentlige instanser, næringslivet og enkeltindividet, som skal bidra til økt deltagelse i friluftsliv og synliggjøring av friluftslivets verdier og gevinster.

Friluftsliv er en svært populær fritidsaktivitet som bidrar til fysisk aktivitet, trivsel og folkehelse for alle grupper i befolkningen. Ni av ti nordmenn går på tur eller driver med andre former for friluftsliv,

og vi gjør det i gjennomsnitt to ganger per uke. Samtidig er det fysiske aktivitetsnivået i store deler av befolkningen i dag for lavt for å oppnå tilstrekkelig positiv helseeffekt.

Omtrent to tredjedeler av befolkningen, inkludert de lite aktive, ville foretrekke å gå turer i naturen og i nærmiljøet dersom de skulle bli mer fysisk aktive (Synovate 2012). Jevnlig og varig aktivitet er vesentlig for å oppnå en helseeffekt, og dette oppnås enklest i områder som er lett tilgjengelig i nærmiljøet.

Visjonen for FÅ 2015 må derfor gjenspeile at mange deltar i friluftslivet, men ikke ofte nok til å få tilstrekkelig helsegevinst av det. Derfor foreslås at prosjektet har visjonen:

### **Flere ut – oftere!**

For å oppfylle visjonen vil fundamentet i prosjektet være lokale aktivitetstiltak i regi av ulike organisasjoner, kommuner, friluftsråd m.fl. I tillegg vil det bli gjennomført noen nasjonale hovedtiltak og arrangementer. For bl.a. å oppnå synergieffekter av felles innsats og finne effektive kanaler for å nå målgruppene, vil samarbeid om planlegging og gjennomføring av tiltak mellom ulike organisasjoner, fylkeskommuner, kommuner og andre aktører bli vektlagt i arbeidet. FÅ15 skal være det året vi får samlet alle gode krefter til å jobbe sammen for å løfte friluftslivet.

Året vil i tråd med Nasjonal strategi for et aktivt friluftsliv legge vekt på aktiviteter som kan gjennomføres i hverdagen og i nærmiljøet. Aktivitetene skal ha lav terskel for deltakelse, og inkludere og inspirere hele befolkningen. Det vil bli lagt vekt på et bredt spekter av aktiviteter og argumenter som forventes å inspirere til deltakelse som f.eks. fritidsfiske og opplevelse av kulturminner.

## **4 Mål og målgrupper**

### **4.1 Hovedmål**

Hovedmålet for året er todelt:

- Å gi friluftsliv økt oppmerksomhet  
Å gi varige resultater i form av økt deltakelse i friluftsliv i alle deler av befolkningen.

#### **4.1.1 Nærmere om målene**

For å tydeliggjøre målene for året legges følgende til grunn for forståelsen av de ovennevnte begrepene.

##### **Økt oppmerksomhet**

Økt oppmerksomhet oppfattes i denne sammenheng som mer enn bare økt synlighet. Synlighet oppfattes ofte som "ensrettet kommunikasjon", men vi ønsker respons som en del av oppmerksomheten. Vi må få de som ser vårt budskap til å respondere på det. Vi tolker derfor begrepet som en synlighet med respons.

##### **Varige resultater i form av økt deltagelse**

Med denne formuleringen forstår vi økt deltagelse over tid, dvs. positive målbare endringer som kan måles over en tidsperiode på flere år.

### Økt bevissthet

I oppdragsbrevet fra Miljøverndepartementet av 04.09.13 nevnes utover hovedmålet to spesifikke mål for økt bevissthet:

- Økt bevissthet om friluftslivets positive effekter knyttet til folkehelse.
- Økt bevissthet om allemannsretten og de svært gode mulighetene alle har til å utøve friluftsliv.

Med økt bevissthet forstås økt kjennskap til og kunnskap om. Dette indikerer at man også skal ha reflektert over den informasjon man har fått.

## 4.2 Delmål

For å nå de overordnede målene foreslås de følgende delmålene. Delmålene er delt inn i to kategorier:

1. Kommunikasjonsmål
2. Aktivitetsmål

### 4.2.1 Delmål kommunikasjon

Delmål kommunikasjon	Resultatmål	Målgrupper	Kommentar
<b>1. FÅ15 skal øke interessen for friluftsliv</b>	% økning i interesse for friluftsliv fra ulike målgrupper og i ulike friluftslivsaktiviteter	Bredden av befolkningen med særlig fokus på barn, ungdom og barnefamilier.	Ni av ti nordmenn svarer i spørreundersøkelser at de er interessert i friluftsliv. Tilsvarende mange omsetter også interessen i praksis, men det finnes betydelige nyanser i dette bildet, og potensial for å øke både interessen og deltakelsen relatert til ulike målgrupper og ulike aktiviteter.
	Prioritering av friluftsliv i budsjetter og planer	Media	
	Medieomtale av friluftsliv	Beslutningstakere	Media og beslutningstakers interesse kan også økes og omsettes i omtale og beslutninger som synliggjør og tar på alvor friluftslivets mange verdier der både glede/livskvalitet og samfunnsnytte inngår
<b>2. FÅ15 skal øke bevisstheten om friluftslivets positive helseeffekter</b>	Forbedring av rammevilkårene til friluftslivet	Beslutningstakere	Bevisstheten om sammenhengen mellom friluftsliv og folkehelse vil bl.a. synliggjøres i hvordan friluftsliv omtales og prioriteres i nasjonal, regional og lokal
	Prioritering av friluftsliv i	Media	

	folkehelseplaner og andre relevante planer		planlegging og i budsjetter og hvordan det omtales i media
	Omtale av friluftslivets helseeffekt i media		
<b>3. FÅ15 i skal øke bevisstheten om allemannsretten og de svært gode mulighetene som alle i Norge har til å utøve friluftsliv</b>	% økning i kunnskap om allemannsretten.  Økning i kunnskap om mulighetene til friluftsliv	Bredden av befolkningen med særlig fokus på barn, ungdom og barnefamilier.  Media	Allemannsretten er godt kjent i befolkningen (i en undersøkelse fra 2009 svarer 92 % at de har hørt om allemannsretten), men kunnskapen om hva den innebærer i praksis i ulike sammenhenger er varierende. Mulighetene til friluftsliv er også i noen grad varierende.

#### 4.2.2 Delmål aktivitet

Delmål aktivitet	Resultatmål	Målgrupper	Kommentar
<b>1. FÅ15 skal få flere mennesker i aktivitet oftere</b>	Økt deltakelse, inkl. hyppighet, i ulike friluftslivsaktiviteter og fra ulike målgrupper  Antall deltagere på arrangement i regi av FÅ15.	Bredden av befolkningen med særlig fokus på barn, ungdom og barnefamilier.  Også fokus på inkludering av lite aktive grupper samt innvandregrupper og funksjonshemmede.	Mer enn 90 % av befolkningen deltar i friluftsliv i gjennomsnitt to ganger per uke. Likevel ønsker svært mange å delta mer, og nivået er ikke tilstrekkelig til å ivareta behovet for daglig fysisk aktivitet i en helsefremmende livsstil. Relativt mange ligger også under gjennomsnittet på to ganger per uke.
<b>2. FÅ15 skal motivere til aktivitet med fokus på glede og naturopplevelse</b>	% av befolkningen som oppgir glede og naturopplevelse som grunn for å delta i friluftsliv  % økning i deltakelse fra lite aktive målgrupper  % av friluftslivsutøverne som oppgir fritidsfiske og	Bredden av befolkningen med fokus på barn, ungdom og barnefamilier.  Særlig fokus på lite aktive målgrupper	Glede og naturopplevelse står sentralt som motiver for dem som driver friluftsliv.  For dem som ikke driver friluftsliv eller ønsker å drive mer med det, kan disse faktorene være viktige å fokusere på for å inspirere til deltakelse. Sannsynligheten for å inspirere til deltakelse



	opplevelse av kulturminner som viktige motiver for deltakelse		kan være langt høyere med slik argumentasjon enn ved å argumentere med behov for økt fysisk aktivitet, særlig for dem som er minst fysisk aktive.
			Her vil også fritidsfiske og opplevelse av kulturminner og historiske spor i landskapet komme inn som viktige stikkord for å skape interesse
<b>3. FÅ15 skal bidra til økt rekruttering til friluftslivet over tid</b>	% økning av deltakelse i friluftsliv over tid  % økning av deltagere på arrangement over tid (for eksempel 3-5 år).  % økning av medlemmer i friluftslivsorganisasjonene over tid (for eksempel 3-5 år)	Bredden av befolkningen med særlig fokus på barn, ungdom og barnefamilier.  Også fokus på inkludering av lite aktive grupper samt minoritetsgrupper og funksjonshemmede.	For å kunne vurdere eventuelt varig effekt av tiltak, må en måle deltakelse over en lengre tidsperiode, f.eks. gjennom gjentatte spørreundersøkelser.
<b>4. FÅ15 skal øke kjennskapen til og bruken av nærmiljøet til friluftslivsaktiviteter i hverdagen</b>	% økning i kjennskap til hvilke friluftstilbud som finnes i nærmiljøet.  % økning, inkl. hyppighet i bruk av nærmiljøet til aktivitet i hverdagen  % økning, inkl. hyppighet i bruk av nærmiljøet til aktivitet i hverdagen blant innvandrere og lite aktive	Bredden av befolkningen med fokus på barn, ungdom og barnefamilier.  Særlig fokus på å synliggjøre muligheter for innvandrergupper og lite aktive.	Mange bruker nærmiljøet til friluftsliv i hverdagen. Samtidig kan kjennskapen til mulighetene og bruken av dem utvides og forbedres kanskje særlig mht mulighet for rundturer, bruk av mindre turstier, deltakelse i organiserte turer/aktivitet og mulighetene for å plukke bær og sopp, fiske m.v.

### 4.3 Måloppnåelse

Et viktig verktøy for å sikre at en når hovedmålene for prosjektet er å sette opp konkrete delmål. De foreslåtte delmålene beskriver det vi mener må til for å nå hovedmålene om økt oppmerksomhet og varige økt deltagelse over tid, og setter retningen for hvilke tiltak det bør satses på.

Det er flere ting man må ta hensyn til når man setter opp delmål for prosjektet.

- De bør være mulige å nå og måle
- De bør være realistiske i forhold til nå situasjonen (det bør gjennomføres en før og etter måling)
- De bør være konkrete slik at de hjelper til å avgrense prosjektets innsatsområde
- De bør være mulige å omsette til konkrete tiltak

For hvert delmål er det foreslått resultatmål som skal gjøre det mulig svare på og beskrive hvorvidt en når målene eller ikke. Dette fordrer imidlertid at det settes av ressurser til undersøkelser, utredninger og lignende. Det må også konkretiseres nærmere hva og hvordan en skal måle og hvilket ambisjonsnivå en bør legge til grunn. Noen slike undersøkelser, som f.eks. SSBs levekårsundersøkelser som måler bl.a. deltakelsen i friluftslivsaktiviteter, vil bli gjennomført uansett. For andre undersøkelser er det behov for å gjenta undersøkelser som er gjort tidligere og eventuelt utvide disse, mens det i noen tilfeller vil være behov for nye undersøkelser, tellinger, målinger, forskning og utredninger. Det er også aktuelt å se nærmere på hva en kan oppnå ved samordning og eventuelt justering av undersøkelser som gjøres i regi av miljøforvaltning med tilsvarende som gjøres i regi av andre etater som bl.a. Helsedirektoratet og Veidirektoratet. Helsedirektoratet har f.eks. nasjonale og regionale tall for blant annet fysisk aktivitetsnivå og fysisk form blant barn på 6,9 og 15 år, samt voksne.

Prosjektets hovedmål indikerer at resultatene fra året skal vare over tid. Det er derfor aktuelt å bruke målemetoder som kan følges over en lengre tidsperiode. SSBs levekårsundersøkelse er eksempel på en slik undersøkelse som vil gi tall for deltakelsen i friluftsliv både i 2014 og i 2017. Flere av målene som er satt opp krever en før og etter måling for å kunne fastsette et eksakt tall for økning. For noen av målene har en allerede slike førmålinger mens det for andre kan være behov for å utvikle og gjennomføre undersøkelser i 2014. En utfordring i dette arbeidet er bl.a. at det finnes mange spredte undersøkelser som trolig kan gi gode svar dersom det settes av ressurser til en sammenstilling av materialet.

Viktige virkemidler for å nå målene for FÅ15 er bl.a. midlene til aktivitet over tilsagnsfullmakten, ordinære midler til friluftsliv, samt de ressurser som legges i kommunikasjonsarbeidet. Det er derfor viktig å sikre at disse ressursene og virkemidlene i størst mulig grad brukes i samsvar med delmålene.

FÅ15 gjennomføres med et begrenset budsjett og over en relativ kort tidsperiode (ett år). Samtidig endres samfunnet i retninger som både kan virke med og mot det en søker å oppnå i Friluftslivets år. Dette gjør at det vil være begrenset hvilke resultater man vil kunne oppnå på kort sikt, og det kan være vanskelig å definere hva resultatene skyldes. En ambisjon er imidlertid at året skal være en start på en større satsning på friluftsliv som vil kunne genere positive resultater over flere år.

Da prosjektet har en så kort gjennomføringsperiode, er det viktig å vurdere og prioritere nøye hvor en skal sette inn ressursene slik at ressursene brukes der en forventer å få størst varig effekt per krone.

## **4.4 Målgrupper**

### **4.4.1 Hovedmålgrupper**

FÅ15 skal bidra til varig økt deltagelse i friluftsliv for alle deler av befolkningen. Dette betyr at tiltakene som igangsettes må appellere til og inkludere bredden av det norske folk og være tiltak som

kan inspirere og bidra til aktivitet også etter 2015. For å inkludere alle er det spesielt viktig å nå de som er lite aktive fra før. Barn, ungdom og barnefamilier er målgrupper som skal gis særlig oppmerksomhet.

#### **4.4.2 Strategiske målgrupper**

For å nå prosjektets hovedmålgrupper og oppfylle kommunikasjonsmålene vil det i tillegg være behov for å arbeide mot en rekke andre målgrupper som budskapsbærere (kanaler), beslutningstakere og påvirkere. Vi velger å navngi disse som strategiske målgrupper.

##### **Media**

Media er en høyt prioritert og kanal for spredning av informasjon i og om FÅ15. Om vi bruker denne settingen riktig kan vi få flere kanaler for å spre vår visjon og nå våre ønskede mål og målgrupper. Det vil bli arbeidet for å etablere et team av friluftsliv interesserte journalister, som vi kommer til å jobbe målrettet med. Å nå ut til media med nyheter og interessant og nyttig stoff både for forbrukere og beslutningstakere skal være en rød tråd gjennom alt vi foretar oss i planleggingen og gjennomføringen av Friluftslivets år 2015 både sentralt og lokalt.

##### **Beslutningstakere**

Beslutningstakere vil være en viktig strategisk målgruppe. Det er viktig å få sentrale beslutningstakere, særlig i kommunene til å erkjenne friluftslivets store folkehelsepotensial og handle i tråd med denne erkjennelsen. Friluftslivet fortjener høy prioritering og gode langsiktige løsninger. Samfunnet har mye å tjene på at friluftslivets og naturens folkehelsepotensial utnyttes.

##### **Ambassadører**

For å nå målgrupper som f.eks. ungdom og minoritetsgrupper er det viktig å finne engasjerte profiler som kan fungerer som påvirkere og forbilder for målgruppen.

##### **Andre typer av påvirkere**

Unge foreldre er en viktig målgruppe for å nå barna. Også besteforeldre kan ha en viktig rolle som tradisjonsbærere. Også ansatte i skole og barnehage, på helsestasjoner og ansatte og frivillige tilknyttet frivillighetssentraler er viktige målgrupper for å nå barn og unge.

## **5 Organisering, ansvar og roller**

### **5.1 Miljøverndepartementet**

Miljøverndepartementet (MD) er sammen med regjeringen «eier» av Friluftslivets år, og gir oppdrag og overordnede føringer. MD finansierer over sine budsjetter mye av midlene som vil bli brukt til planlegging og gjennomføring av året. MD har også ansvaret for kontakt mot andre aktuelle departementer.

## 5.2 Miljødirektoratet

Miljødirektoratet er av Miljøverndepartementet (MD) delegert oppgaven å være prosjektleder for planlegging og gjennomføring av Friluftslivets år 2015 (FÅ15). Det innebærer bl.a. ansvar for å formidle styringssignaler til Friluftslivets fellesorganisasjon (FRIFO) og andre, å følge opp styringssignaler fra MD og å rapportere til MD. Denne planen er et viktig ledd i dette. I tillegg vil det innen 15. januar bli utarbeidet og levert en kommunikasjonsplan som vil være en mer detaljert plan for hvordan prosjektet skal sikre fortløpende kommunikasjon med alle relevante aktører.

Som støttespiller for dette arbeidet er det etablert en rådgivende gruppe med representanter fra ulike offentlige, frivillige og private aktører. Rådgivende gruppe skal gi råd til prosjektledelsen og bidra til at alle relevante aktører blir involvert på en hensiktsmessig måte. Gruppen har ikke beslutningsmyndighet. Miljødirektoratet er ansvarlig for drift av gruppen, og FRIFO vil ivareta sekretærfunksjonen på møtene. Første møte ble gjennomført den 3. desember med bl.a. utkast til gjennomføringsplan som agenda. Videre er det planlagt 4-5 møter i løpet av prosjektperioden.

Miljødirektoratet vil også ta ansvar for og/eller være involvert i enkelte konkrete tiltak som f.eks. større, nasjonale arrangement, eventuelle konferanser og informasjonstiltak.

## 5.3 Friluftslivets fellesorganisasjon

Friluftslivets fellesorganisasjon (FRIFO) har fått ansvar for daglig ledelse av planlegging, gjennomføring og evaluering av Friluftslivets år og utgjør dermed prosjektets daglige administrasjon og sekretariat. Dette innebærer bl.a. arbeid med innhenting og utvikling av ideer, mobilisering av og samarbeid med relevante bidragsytere, kommunikasjonsarbeid og gjennomføring av konkrete tiltak. Arbeidet utføres i tråd med MDs oppdragsbrev av 04.09.13, denne gjennomføringsplanen og ved behov etter nærmere bestilling fra Miljødirektoratet.

For å løse denne oppgaven har FRIFO fått tildelt midler og har fra august 2013 – juni 2016 ansatt en prosjektleder i 100 % stilling og en informasjonsrådgiver i 100 % stilling (50 % første halvåret). Disse to kommer til å utgjøre den daglige ledelsen av prosjektet.

FRIFO har til nå levert ukentlig prosjektløgg til Miljødirektoratet som kort beskriver gjennomførte tiltak siste uke og planer for kommende uke. Hyppigheten av denne løpende rapporteringen vil bli endret avhengig av hva FRIFO og Miljødirektoratet i fellesskap kommer fram til er hensiktsmessig i neste fase av arbeidet. I tillegg gjennomføres status/avklaringsmøter mellom FRIFO og Miljødirektoratet etter behov.

## 6 Kommunikasjon og samarbeid med andre aktører

Informasjon, kommunikasjon og utvikling av samarbeidsrelasjoner for gjennomføring av tiltak i FÅ15 vil stå sentralt både i idefasen og ved planlegging og gjennomføring av tiltak. Både friluftslivsorganisasjonene, miljøvernorganisasjoner, humanitære organisasjoner, grunneierorganisasjoner m.fl. er potensielt viktige samarbeidspartnere og bidragsytere i planleggingen og gjennomføringen av året. Det samme gjelder fylkeskommunene, kommunene og mange av de statlige etatene.

Det skal utvikles en kommunikasjonsstrategi som skal gi Friluftslivets år retning og identitet. I dette arbeidet skal det identifiseres sentrale budskap, aktuelle kommunikasjonsarenaer og –flater og relevante faglige tema/områder som kan bidra til å styrke markeringsåret. Som en sentral aktivitet i dette skal det utvikles en visuell profil med logo og slagord. Profilen som utvikles skal være lett gjenkjennelig, overraskende, enkel og fristende å ta i bruk. Den må appellere til prosjektets hovedmålgrupper. Det skal utvikles 2-3 ulike forslag på logo som innstilles til MD. Logo og slagord skal testes på aktuelle målgrupper for å sikre at de formidler ønsket budskap. Kommunikasjonsgruppen som FRIFO har etablert, og idemøter blir også viktige arenaer for kvalitetssikring.

I strategiarbeidet er det også viktig å identifisere aktuelle kommunikasjonsarenaer og –flater og relevante faglige tema/områder innenfor Miljødirektoratets ansvarsfelt som kan bidra til å styrke markeringsåret. Eksempler på dette kan være:

- Statens naturoppsyn (SNO), spesielt seksjon for naturveiledning
- Nasjonalparksentre og andre naturinformasjonssentre
- Generasjon Grønn (ambassadører)
- Den naturlige skolesekken
- Naturens varer og tjenester (økosystemtjenester)

I møte med eksterne aktører, både potensielle partnere og media, er det viktig å kommunisere godt om intensjonene med markeringsåret. Dette kan samles i et dokument, som brukes i første møte med alle interessenter. Dokumentet vil være viktig som et verktøy for å knytte samarbeidspartnere til markeringsåret, og til å synliggjøre det.

FRIFO vil gjennomføre en konseptutvikling der kommunikasjonsgruppen med bistand fra Geelmuylden Kiese utvikler dette verktøyet. Dokumentet skal inneholde:

1. Navn på markeringsåret
2. Visuell profil og logo, og eventuelt andre profilelementer
3. Hovedmålsettinger
4. Hovedbudskap
5. Slagord
6. Forventninger til partnerne i året

Det vil bli gjennomført en rekke større og mindre idemøter med ulike aktører for å få løftet fram og diskutert gode ideer til å løfte og videreutvikle eksisterende tiltak og for å utvikle og gjennomføre nye tiltak. Noen slike møter er allerede gjennomført, og det vil bli gjennomført flere i løpet av desember 2013 – februar/mars 2014. I tillegg vil det bli etablert ett, eller ved behov flere, nyhetsbrev for å informere samarbeidsparter og andre interesserte om viktige hendelser, milepæler, beslutninger m.v. Flere andre tiltak er også aktuelle. Disse vil bli nærmere beskrevet i kommunikasjonsstrategien som skal leveres innen 15. januar 2014. Inkludert i dette arbeidet vil også være vurderinger av hvordan en kan dra nytte av og videreføre oppmerksomhet om friluftsliv som forventes som resultat av Helsedirektoratets kampanje om fysisk aktivitet og Sportsfiskets år som vil bli gjennomført i 2014. Erfaringer fra sportsfiskets år vil særlig være relevant for å vurdere hva som er effektive tiltak med hensyn til å stimulere til fritidsfiske.

## **6.1 Offentlige aktører på nasjonalt nivå**

Relevante offentlige aktører på nasjonalt nivå omfatter i første rekke andre direktorater og i noen grad andre departementer. Disse har i utgangspunktet ingen pålagt rolle i eller ansvar for gjennomføringen av Friluftslivets år. Mange departement, direktorater og underliggende etater arbeider imidlertid med oppgaver som innebærer å legge til rette for friluftsliv eller er nært knyttet til friluftsliv. Dette gjelder for eksempel Kulturdepartementet som bevilger midler til bl.a. turveier og skiløyper, Helsedirektoratet som arbeider med å stimulere til fysisk aktivitet, Veidirektoratet som arbeider med å få en større andel av befolkningen til å gå eller sykle som ledd i daglige gjøremål og Utdanningsdirektoratet som ansvarlig for innholdet i skolehverdagen og herunder kroppsøvningsfaget der utvikling av ferdigheter i friluftsliv inngår. Utvikling av samarbeid og eventuelt gjennomføring av tiltak sammen med disse aktørene, vil utgjøre et viktig element i planlegging og gjennomføring av året. Aktører innen forskning og utredning kan også være aktuelle samarbeidspartnere for eksempel med hensyn til formidling av kunnskap om friluftslivets folkehelsegevinster. Aktørene vil i første omgang bli invitert til et felles møte i januar 2014. Deretter vil man gå i nærmere dialog med utvalgte aktører basert på hva som avtegner seg av mulige konkrete tiltak, felles interesser, potensial for synergieffekter og kapasitet hos respektive aktører. Det vil bli lagt særlig vekt på samarbeid med Riksantikvaren med sikte på å utvikle tiltak som kan realisere kulturminner, kulturlandskap og historiske perspektiver som del av friluftslivsoplevelsen.

## **6.2 Fylkeskommunene**

Fylkeskommunene (FK) er etter forvaltningsreformen i 2010 en svært sentral regional aktør i friluftslivsarbeidet med ansvar for både friluftsliv, kulturminner, videregående opplæring, samferdsel, regional planlegging med mer. FK forvalter både statlige og regionale midler til friluftsliv. FK er ut fra dette en viktig partner for samarbeid og koordinering av friluftslivstilbud og en sentral kanal for å nå kommuner og regionale og lokale organisasjoner. Mange av fylkeskommunene har også allerede gode planer og tiltak for friluftsliv.

Det vil bli etablert et tett samarbeid med fylkeskommunene med sikte på at de tar en sentral rolle i planleggingen og gjennomføringen av Friluftslivets år. Særlig kan fylkeskommunene bidra til å mobilisere kommuner og organisasjoner i eget fylke til innsats og bidra til at det utvikles, søkes om og markedsføres tiltak i tråd med målene for Friluftslivets år. I den sammenheng er det sentralt at fylkeskommunene ser disse midlene i sammenheng med andre tildelinger til friluftsliv og lignende aktiviteter i fylket som bl.a. naturbasert turisme, idrett og fysisk aktivitet.

Nesten alle landets fylkeskommuner har innledet et samarbeid med Gjensidige stiftelsen for perioden 2014-2016 om merking og skilting av turløyper. Fylkeskommunene har bundet opp 20 mill. av egne midler til dette prosjektet, forutsatt at Gjensidige bidrar med samme beløp. Gjensidige har signalisert at prosjektet kan bli vurdert utvidet. Prosjektet skal kun finansiere merking og skilting, ikke aktivitet. I og med at fylkeskommunene vil gi dette prosjektet mye fokus, kan et samarbeid gjennom FÅ15 om å fylle nærmiljøets stier og turveier med aktivitet, være ett mulig tiltak som kan skape en gjensidig forsterkning av tiltakene.

Fylkeskommunene vil bli invitert til et informasjons- og drøftingsmøte i januar 2014 der både samarbeidsform, roller, ansvar og utvikling av tiltak vil være aktuelle tema. Deretter vil dialogen med FK utvikles videre basert på innspill i dette møtet.

### **6.3 Kommunene**

Kommunene har en sentral rolle i arbeidet med tilrettelegging for og stimulering til friluftsliv, bl.a. gjennom det ansvaret for befolkningens helsetilstand og faktorer som påvirker denne som følger av folkehelseloven. Med ansvaret for befolkningens helsetilstand følger naturlig at kommunene har et særlig ansvar for bidra til naturopplevelse og fysisk aktivitet blant dem som er minst aktive og som ikke oppfyller Helsedirektoratets anbefalinger om daglig fysisk aktivitet. Erfaringer fra noen prosjekter (bl.a. Miljødirektoratets nærmiljø-satsing og prosjektet Aktiv i friluft i regi av FRIFO) viser så langt at kommunene i dette arbeidet kan ha mye å vinne på å bruke kompetanse i de interkommunale friluftsrådene der slike finnes, samt på å utvikle et godt samarbeid med friluftslivsorganisasjoner og andre organisasjoner som har tilbud innen fysisk aktivitet og naturopplevelse. Samtidig vil de frivillige kunne ha mye å vinne på samarbeid med kommunene bl.a. med hensyn til rekruttering av nye målgrupper, økonomi og bidrag til organisering, markedsføring og informasjon knyttet til tiltakene. For å sikre at gode tiltak vedvarer er det viktig at det etableres strukturer og samarbeidsmodeller som gir synergieffekter for alle involverte parter.

Kommunene har også hovedansvaret for å sikre friluftslivets arealgrunnlag og ansvar for friluftslivets rammevilkår for øvrig gjennom sin planlegging etter plan- og bygningsloven og sitt ansvar for å ivareta allemannsretten.

Både i egen regi og gjennom samarbeid med lokale organisasjoner, gjør mange kommuner allerede et godt arbeid med tilrettelegging for og stimulering til friluftsliv. Dette arbeidet bør forsterkes og synliggjøres i Friluftslivets år med særlig fokus på å rekruttere bredt til naturopplevelse og fysisk aktivitet i nærmiljøet. I denne sammenheng vil kommunenes søknader om og prioritering av spillemidler og midler til gang- og sykkelveier stå sentralt.

Dialogen med kommunene vil i første rekke skje via fylkeskommunene. Samtidig vil kommunene oppfordres direkte til egne lokale tiltak bl.a. gjennom nyhetsbrev som vil bli sendt ut fra sekretariatet. Det vil også bli vurdert å informere og inspirere kommunene til tiltak via Kommunenes sentralforbund. Andre tiltak som vil bli vurdert overfor kommunene er å utlyse en konkurranse om «Årets friluftslivskommune» hvor de ti beste gis nasjonal heder og oppmerksomhet i henhold til kommunikasjonsplanen samt å utfordre kommunene til å identifisere særlig verdifulle friluftsområder for sertifisering gjennom ordningen «Green Space Award».

### **6.4 Friluftsrådenes landsforbund og interkommunale friluftsråd**

Godt over halvparten av norske kommuner er organisert i interkommunale friluftsråd. Disse utfører et bredt spekter av oppgaver som fysisk tilrettelegging, informasjon og organisert aktivitet. Friluftsrådene er ut fra dette en svært viktig aktør i markeringen av FÅ 2015.

Det er allerede opprettet kontakt med Friluftsrådenes landsforbund (FL) som er en paraplyorganisasjon for de interkommunale friluftsrådene. FL vil være en nær samarbeidspartner gjennom hele perioden. FL har allerede i 2013 begynt planleggingen av tiltak som skal gjennomføres i FÅ15 og involvert medlemsfriluftsrådene, sekretariatet og Miljødirektoratet i dette. FL er også representert i rådgivende gruppe. I tillegg vil også FL og friluftsrådene få nyhetsbrev og FL vil bli invitert til sentrale møtepunkt både for organisasjoner og offentlige aktører.

### **6.5 Organisasjonene**

### 6.5.1 De frivillige organisasjonene

De frivillige organisasjonene vil ha en meget sentral rolle i gjennomføringen av FÅ15. I tillegg til friluftslivsorganisasjonene vil også en rekke andre organisasjoner være viktige og relevante bidragsytere i året. Dette kan for eksempel være humanitære organisasjoner, kulturvernorganisasjoner, natur-, og miljøvernorganisasjoner og innvandrersorganisasjoner. En av de viktigste suksessfaktorene for året er at man klarer å mobilisere og engasjere organisasjonene til å bidra både på sentralt, regionalt og lokalt nivå. I tillegg til å mobilisere hver og en av de ulike organisasjonene til innsats, er det viktig å inspirere til samarbeid mellom organisasjonene og mellom organisasjonene og kommunene med sikte på å oppnå synergieffekter av felles innsats. En viktig faktor for sikre økt deltakelse til friluftslivet er å styrke, løfte og spre gode og inspirerende lavterskeltiltak som når fram til alle grupper i befolkningen og særlig til grupper som er lite fysisk aktive. Til dette arbeidet vil erfaringer fra Helsedirektoratets kampanje om fysisk aktivitet og satsingen «Sportfiskets år» i 2014 kunne gi nyttige innspill bl.a. om hvordan fritidsfiske best kan presenteres for å inspirere til økt deltakelse.

### 6.5.2 Andre organisasjoner

I tillegg til de frivillige organisasjonene vil også en rekke andre organisasjoner kunne ha en viktig rolle i FÅ15. Dette er bl.a. grunneierorganisasjoner, fagorganisasjoner, arbeidsgiver- og arbeidstakerorganisasjoner. Grunneierorganisasjoner som Norges skogeierforbund og Norges Bondelag har allerede aktivitet relatert til friluftsliv og er en viktig aktør i forvaltning av allemannsretten. Den enkelte grunneier har mulighet for å søke om midler til tilrettelegging for friluftsliv i jordbrukets kulturlandskap. Arbeidsgiverorganisasjoner kan gi rammer for friluftsliv og fysisk aktivitet i arbeidstiden, og Landslaget fysisk fostring i skolen har en viktig rolle i forhold til barn og unge som fagorganisasjon for landets kroppsøvingslærere.

### 6.5.3 Mobilisering av organisasjonene

Prosjektet arbeider utfra følgende modell for å mobilisere organisasjonene:

Fase	Tidsperiode	Tiltak	Hensikt	Deltagere
<b>Fase 1</b>	Aug – Des 2013	Kartlegging av organisasjoner	Kartlegge, informere og mobilisere organisasjoner	
<b>Fase 2</b>	Nov 2013 – mars 2014	Idemøter	Drøfte og utvikle ideer på kommunikasjons og hovedtiltak	Et bredt spekter av utvalgte organisasjoner
<b>Fase 3</b>	Jan 2014 – mai 2014	Stormøter, idemøter og mobiliseringskampanje	Markedsføre FÅ15 og aktivitetsmidler. Drøfte og utvikle ideer	Alle interesserte

**Fase 1** vil bestå av kartlegging og mobilisering av organisasjoner som er relevante for å bidra inn i FÅ15.

**Fase 2** vil bestå av en rekke idemøter der hensikten er å drøfte og utvikle gode ideer til kommunikasjonstiltak og hovedtiltak for FÅ15. For å sikre best mulig effektivitet på disse møtene er og vil disse bli gjennomført med maks 40 deltagere per møte.



I forlengelsen av Idemøtene vil det bli opprettet mindre arbeidsgrupper for kommunikasjon, aktivitet og sponsor som kan fortsette å gi prosjektsekretariatet innspill og råd underveis i prosjektet. Disse gruppene vil ha en størrelse på mellom 4-7 deltagere og møtes etter behov. Prosjektleder i FRIFO har ansvar for aktivitet- og sponsorgruppa, informasjonsansvarlig har ansvar for kommunikasjonsgruppa. En kommunikasjonsgruppe er allerede opprettet og vil spille en viktig rolle for utvikling av kommunikasjonsstrategien. Kommunikasjonsgruppa vil bli utvidet bl.a. med representanter fra offentlige aktører.

**Fase 3** vil vare fra januar til mai 2014. I denne fasen planlegges å gjennomføre minimum 1-2 stormøter. Invitasjon til stormøtene vil markedsføres bredt og har som mål å informere og engasjere aktuelle organisasjoner til å bidra med aktivitet i FÅ15. Møtene skal også inspirere til samarbeid mellom organisasjonene og mellom organisasjonene og offentlige aktører.

På lik linje med offentlig sektor vil også organisasjonene bli jevnlig informert om fremdriften gjennom nyhetsbrev.

## **7 Mobilisering av sponsorer og andre typer av samarbeidspartnere**

### **7.1 Samarbeid med sponsorer**

Privat næringsliv kan være en viktig bidragsyter for å sikre ressurser til gjennomføringen av FÅ15 utover dugnadsinnsats og midler som bevilges over offentlige budsjetter. I budsjettet som ble foreslått av Miljødirektoratet i brev av 30.04.13 er det budsjettet en inntekt på totalt to millioner gjennom sponsorinntekter og støtte fra stiftelser. Det er viktig å finne sponsorer som har et engasjement for friluftsliv og passer profilen og målgruppene for FÅ15. Det vil være aktuelt å knytte til seg ulike sponsorer for de ulike tiltak og målgrupper i prosjektet.

Det er viktig å være bevisst på at dagens sponsormarked er i endring. Det går mer og mer bort fra vanlig merkevareprofilering til å bli mer rettet mot spesifikke profiler og tiltak. Dette gjør det vanskeligere å få til avtaler som inkluderer store mengder frie midler. Midlene blir i stedet knyttet opp til utstyr, synliggjøring gjennom selskapets kanaler osv. I forbindelse med FÅ15 vil dette kunne bidra til å løfte både aktivitet og synliggjøring, men vil mest sannsynlig ikke kunne være hovedinntektskilden for kommunikasjonsarbeidet. Ivaretagelse og oppfølging av en sponsoravtalen vil også kunne utgjøre opp til 30 % av totalverdien av avtalen.

Det vil også være en utfordring å finne sponsorer som ikke konkurrerer med organisasjonenes øvrige sponsoravtaler. Det planlegges å sette sammen en sponsorgruppe med markedsfolk fra ulike typer av organisasjoner som skal sikre at en ikke skaper slike interessekonflikter. I tillegg vil gruppen kunne bistå med viktig erfaring og ideer til bruk av sponsorer.

En mer detaljert strategi og redegjørelse for mobilisering av sponsorer til FÅ15 vil bli levert sammen med kommunikasjonsplanen i januar 2014.

### **7.2 Samarbeid med ulike stiftelser**

Det finnes et flertall stiftelser som vil være aktuelle å søke midler fra i forbindelse med FÅ15.

**Sparebankstiftelsen** er i utgangspunkt østlandsbasert, men gir også støtte til et antall nasjonale breddegaver til større prosjekter og organisasjoner. Disse gavene er ofte i størrelse på 1-3 mill. Midlene kan brukes over en tidsperiode på flere år fra tildeling. Tiltakene må være av varig og aktivitetsskapende karakter og er ofte i form av støtte til utstyr eller anlegg. Stiftelsen gir ikke penger til drift eller markedsføring/kommunikasjon. Neste mulighet til å søke midler på friluftsliv vil være høsten 2014. I forbindelse med FÅ15 vil det være mest aktuelt å søke om støtte til utvikling av hovedtiltak. Det er opprettet kontakt med stiftelsen.

**Gjensidigestiftelsen** gir gaver til hele landet og er til forskjell fra Sparebankstiftelsen regionalt organisert. Gjensidigestiftelsen gir støtte til de prosjektene som har størst effekt, både nasjonalt og i det enkelte lokalsamfunn. Prosjektet som får støtte skal fremme trygghet og helse, og skal være forebyggende og aktivitetsskapende. I forbindelse med FÅ15 vil spesielt samarbeidet som landets fylkeskommuner har innledet med Gjensidige stiftelsen for perioden 2014-2016 om å skilte og merke flest mulig nærmiljøturer, være interessant å bygge videre på. Det er opprettet kontakt med stiftelsen.

En annen interessant stiftelse kan være **Ekstrastiftelsen** som tildeler midler under områdene helse, rehabilitering og forskning.

## 8 Økonomi

Økonomien til gjennomføring av Friluftslivets år vil være en kombinasjon av ordinære midler til friluftsliv over offentlige og private budsjetter samt særskilte midler som bevilges til gjennomføring av året. Det offentlige bruker betydelige midler årlig på friluftsliv både fra nasjonalt, regionalt og lokalt nivå. I tillegg kommer midler fra private aktører og midler som bevilges til beslektede aktiviteter som f.eks. midler til idrett og fysisk aktivitet og til gang- og sykkelveier. Det er derfor viktig å se på hvordan ressurser spesifikt til friluftslivets år kan samvirke med og gi synergieffekter med andre offentlige og private midler.

For friluftslivet er det viktig at ressurser spesifikt til FÅ15 blir tilleggsressurser, og ikke finansieres ved å redusere andre satsinger som skal virke langsiktig til å styrke friluftslivet. I særlig grad er det viktig at FÅ15 blir synlig både nasjonalt og lokalt utover det som er mulig gjennom ordinære tilskuddsmidler, og at det avsettes tilstrekkelige midler til kommunikasjonstiltak.

Det planlegges for at de offentlige økonomiske rammene over MDs budsjett for FÅ15 utgjøres av en tilsagnsfullmakt på kr. 15 000 000 til aktivitetstiltak nasjonalt, regionalt og lokalt som utlyses i 2014 og utbetales i 2015.

I tillegg til tilsagnsfullmakten forutsettes at ordinære tilskudd til friluftsliv over MDs budsjett videreføres på samme nivå som foreslått i statsbudsjett for 2014 og eventuelt økes i 2015. Det forutsettes videre at det bevilges tilstrekkelig midler til å videreføre FRIFOs sekretariatsfunksjon i 2014 – 2016. Disse midlene må inkludere ressurser til utvikling og formidling av grafisk profil for året og nasjonale kommunikasjonstiltak i tillegg til lønnsmidler til FRIFOs prosjektleder og kommunikasjonsansvarlig. Behovet for midler til kommunikasjonstiltak vil bli nærmere konkretisert i kommunikasjonsplanen.

I tillegg vil det bli søkt økonomisk og faglig samarbeid med andre virksomheter innenfor offentlig og privat sektor for å utvikle og gjennomføre tiltak som kan styrke markeringen av FÅ15 og målene i den nasjonale strategien for friluftsliv.

## **8.1 Nærmere om tilsagnsfullmakten**

Midlene på tilsagnsfullmakten vil ikke bli utlyst gjennom MDs ordinære tilskuddsrundskriv, men bli utlyst separat våren 2014. Det legges til grunn at søknader skal leveres, svares på og rapporteres gjennom Miljødirektoratets elektroniske søknadssenter. Søknadene vil bli behandlet og avgjort av Miljødirektoratet i samarbeid med FRIFO.

Som søkere for midlene foreslås kun nasjonale organisasjoner, dvs. organisasjoner som har en nasjonal overbygning og som har aktivitet i tre eller flere fylker samt Friluftsrådernes landsforbund, Skiforeningen og Oslofjordens Friluftsråd (OF). Dette innebærer større søknader fra et fåtall aktører, men der selve tiltakene i stor grad vil initieres og gjennomføres regionalt/lokalt.

Det innebærer at FL, OF, Skiforeningen og de nasjonale organisasjonene i tillegg til å utvikle ideer selv, bør gjennomføre prosesser der de henter inn og drøfter forslag om tiltak fra aktuelle kommuner, organisasjoner og enkeltpersoner regionalt og lokalt. Slike prosesser må sikre at en får frem flest mulig gode ideer og at alle prosjekter og satsinger får en god lokal forankring. Forslagene må så sammenstilles og prioriteres fra nasjonalt nivå.

Det vil primært bli gitt støtte til større, helhetlige pakkelsninger der samme/lignende tiltak gjennomføres i flere fylker/mange steder og der søker tar et tydelig ansvar for koordinering og markedsføring av tiltakene. Tiltak som planlegges gjennomført i samarbeid mellom offentlige og frivillige aktører eller mellom flere frivillige aktører for å hente ut synergieffekter av slikt samarbeid og tiltak som har konkrete planer for vidreføring av tiltaket ut over 2015, vil bli prioritert.

En slik type større, helhetlige og koordinerte tiltak forventes å få stor uttelling både i forhold til deltakelse og synlighet, men fordrer betydelig tid og ressurser til planlegging. En ser det derfor som fornuftig å prioritere slike tiltak for støtte fra tilsagnsfullmakten. Det innebærer samtidig at en henviser tiltak som skal gjennomføres av bare en enkelt lokal/regional organisasjon eller kommune til ordinær søknadsordning, kap 1420 post 78 for 2014 og 2015. Nærmere detaljer om søknadsfrister, kriterer m.v. vil ellers bli beskrevet ved utlysning av ordningen.

## **9 Evaluering og oppfølging av mål om varig aktivitet**

Det vil på samme måte som ved Friluftslivets år i 2005 bli gjennomført en evaluering av året med utgangspunkt i definerte mål og målgrupper for året. Evalueringen vil bli gjennomført både som en intern evaluering i regi av FRIFO og Miljødirektoratet og som en ekstern evaluering gjennomført av ekstern evaluatør. Evalueringen vil bli gjennomført innenfor en økonomisk ramme på inntil 500 000 kr.

Det vil bli definert rammer for evalueringen og gjennomført en anbudsprosess for å finne fram til egnet instans som kan stå for den eksterne evalueringen av Friluftslivets år 2015. Det tas sikte på å inngå avtale med evaluatør tidligst mulig i 2014.

Målene for FÅ15 legger vekt på at året skal skape varig aktivitet. Dette innebærer at deltakelsen i friluftsliv må måles over en lengre tidsperiode enn bare inntil umiddelbart etter at året er gjennomført. Dette vil bli gjort bl.a. gjennom SSBs levekårsundersøkelse og andre relevante og etablerte undersøkelser som gjentas med jevne mellomrom. Det vil i løpet av prosessen med planlegging, gjennomføring og evaluering av året også bli vurdert om det er behov for, og tilgjengelige midler til, å supplere disse undersøkelsene med relevante tilleggsspørsmål eller å gjennomføre nye/egne undersøkelser.

Det vil også bli vurdert om og hvordan målene om økt oppmerksomhet og bevissthet kan måles i forhold til varig effekt. Slike eventuelle målinger vil trolig være langt mer kostnadskrevene da det i svært liten grad finnes eksisterende undersøkelser eller opplegg som måler dette.

## **Vedlegg**

1. Fremdriftsplan 2013-2014