



**FRILUFTSLIVETS ÅR**

*Nå er det din tur!*

**FRILUFTSLIVETS ÅR 2015**

**TILTAKSPLAN**

## Innhold

1. Innledning .....	4
2. Overordnet ramme og budskap for året.....	5
3. Sentral kommunikasjon .....	5
3.1 Digitale flater i FÅ15.....	5
3.1.1 Nettside.....	5
3.1.2 Twitter.....	5
3.1.3 Facebook.....	6
3.1.4 Instagram.....	6
3.1.5 Nyhetsbrev .....	6
3.2 Media.....	6
3.2.1 Medieallianse/ team av friluftinteresserte journalister .....	6
3.2.2 Betalt oppmerksomhet og synlighet.....	6
3.2.3 Fortjent oppmerksomhet.....	6
3.2.4 Nyhetsrom .....	7
3.2.5 Profileringsmateriale .....	7
3.3 Ambassadører .....	7
4. Synlighetstiltak .....	8
4.1 Åpningsarrangement.....	8
4.2 Aktivitetskampanje .....	8
4.3 Allemannsretten kampanje .....	8
4.4 Avslutningsarrangement.....	9
5. Nasjonale satsningsområder i Friluftslivets år 2015 .....	9
5.1 Tursti.....	9
5.2 Barn og ungdom.....	9
5.2.1 Barnehage, skole og SFO .....	10
5.2.2 Friluftsskoler .....	10
5.2.3 Friluftslivets dag og Friluftslivets uke .....	11
5.3 Minoritetsgrupper .....	11
5.4 Andre nasjonale satsinger .....	11
6. Samarbeid med andre kampanjer/markeringsarrangementer .....	12
7. Organisasjonenes øvrige satsninger .....	12
8. Tiltak i regi av offentlige aktører .....	12
8.1 Nasjonale tiltak.....	12
8.2 Lokale og regionale tiltak .....	13



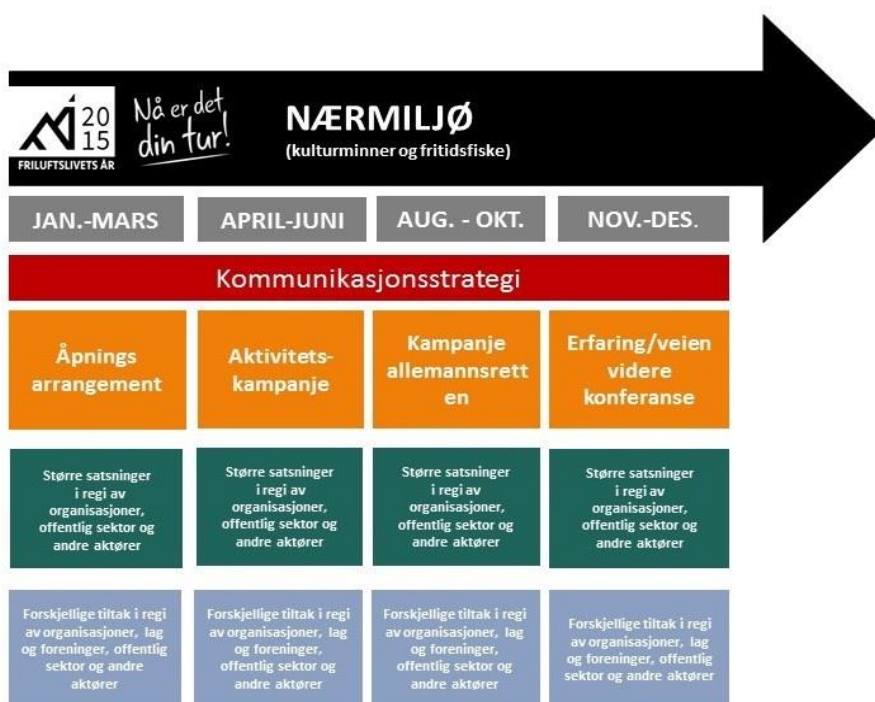
# 1. Innledning

Denne tiltaksplanen er utarbeidet som ledd i oppfølgingen av gjennomføringsplanen og kommunikasjonsstrategien for Friluftslivet år 2015.

Friluftslivets år 2015 (FÅ15) er et nasjonalt markerings år med visjonen å få «Flere ut – oftere». Året har som hovedmål å gi friluftsliv **økt oppmerksomhet** og å skape varige resultater i form av **økt deltagelse** i friluftsliv **i alle deler av befolkningen**. For å konkretisere disse to hovedmålene er det satt opp syv delmål for prosjektet.

- FÅ15 skal øke interessen for friluftsliv
- FÅ15 skal øke bevisstheten om friluftslivets positive helseeffekter
- FÅ15 skal øke bevisstheten om allemannsretten og de svært gode mulighetene som alle i Norge har til å utøve friluftsliv
- FÅ15 skal få flere mennesker i aktivitet oftere
- FÅ15 skal motivere til aktivitet med fokus på glede og naturopplevelse
- FÅ15 skal bidra til økt rekruttering til friluftslivet over tid
- FÅ15 skal øke kjennskapen til og bruken av nærmiljøet til friluftslivsaktiviteter i hverdagen

Friluftslivets år 2015 vil slik som skissen nedenfor viser bestå av mange forskjellige tiltak og aktiviteter på både lokalt, regionalt og nasjonalt plan, som alle bindes sammen av en felles ramme og budskap. Denne tiltaksplanen har som hensikt å beskrive de ulike nivåene av tiltak som er planlagt for året og hvordan disse skal sikre mest mulig måloppnåelse for prosjektet.



Skissen viser oppbygging av Friluftslivets år 2015

## 2. Overordnet ramme og budskap for året

**Friluftsliv i nærmiljøet** vil løpe som en rød tråd gjennom hele året og bygge opp under prosjektets visjon «Flere ut – oftere». Dette vil gå igjen både i prosjektets sentrale kommunikasjon, i synliggjøring av tilbud og i aktiviteter og støtte av prosjekter. Det vil også bli lagt vekt på å synliggjøre fritidsfiske og kulturminner i naturen som opplevelsesverdi.

For å sikre at FÅ15 blir et år som folk flest husker er det viktig at alle aktører som bidrar kommuniserer et felles budskap. For FÅ15 er det valgt følgende budskap «**Nå er det din tur**».

Budskapet er utviklet for å virke aktiviserende og kommunisere direkte til enkeltindividet. Det er et budskap som kan tilpasses de ulike aktørenes behov, dette for å sikre mest mulig spredning og synliggjøring, samtidig som det skal virke samlende og gjenkjennelig. Sammen med prosjektets logo vil det skape en felles ramme for all aktivitet som foregår i 2015.

Prosjektets logo er utformet som en «tagg» for at det slik som budskapet skal være enkelt å ta i bruk av forskjellige typer av aktører. Designet er gjort enkelt og stilrent slik at det kan fungere for alle aldersgrupper og ikke vil virke forstyrende sammen med andre loger og designelement.

## 3. Sentral kommunikasjon

Den sentrale kommunikasjonen i Friluftslivets år vil bli koordinert fra FÅ15-sekretariatet og har som mål å gi friluftsliv økt oppmerksomhet og inspirere til varig økt deltagelse. Dette skal gjøres gjennom syv kommunikasjonsprinsipper som er nærmere beskrevet i kommunikasjonsstrategien for prosjektet. Målgruppen for kommunikasjonen er den brede befolkningen om det ikke står annet.

Kommunikasjonen skal bidra til å løfte frem og synliggjøre friluftslivsaktivitet som skjer i 2015, samtidig som den skal bygge opp under den overordnende rammen og budskapet for året.

Kommunikasjonsarbeidet vil skje gjennom følgende kanaler:

### 3.1 Digitale flater i FÅ15

Et av kriteriene når vi skal gi friluftslivet økt oppmerksomhet og synlighet, er at det skal være kommunikasjon med mulighet for respons. Her vil tilstedeværelse på sosiale medier/digitale flater, for dialog og deling av informasjon, og for presentasjon på en oversiktlig måte være viktig.

#### 3.1.1 Nettside

Målet med nettsiden til FÅ15 er at den skal være hovedsenteret for informasjon om året. Den skal være en konkret veiviser til forskjellige aktiviteter og arrangementer man kan delta på, og den skal gjenspeile markeringsåret ved å gi inspirasjon og motivasjon. Hovedfokuset vil være på aktivitet, opplevelse og deltagelse – hvordan man kan ta del i året, både som deltager og arrangør. En aktivitetskalender vil være sentral her. Landingssiden skal være en form for kalender som viser hva som skjer, hvor og når. Nettsiden skal også fungere som sentralleddet i de øvrige digitale kanalene for FÅ15, og de sosiale kanalene vil fungere som trafikkdrivere inn til nettsiden. Planlagt lansering av nettsiden er satt til høsten 2014.

#### 3.1.2 Twitter

Twitter er et gratis nettsamfunn og en mikrobloggingstjeneste som lar brukerne sende og lese andre brukeres oppdateringer som er tekstbaserte meldinger bestående av inntil 140 tegn. Målet for vår tilstedeværelse på *Twitter* er å kunne dele kortere budskap typisk rettet mot beslutningstakerne. Kanalen vil bli lansert sammen med nettsiden høsten 2014.

### **3.1.3 Facebook**

Det viktigste ved bruk av Facebook, er dialogen mellom følgere og dialogen mellom «Friluftslivets år» og følgere. I 2015 vil Facebook siden ha en sentral rolle i alt som skjer. Kommunikasjonen til Friluftslivets år på Facebook, vil være tilpasset denne 'venners venner' kanalen. Facebook siden vil bli lansert sammen med nettsiden høsten 2014.

### **3.1.4 Instagram**

Instagram vil være et strategisk verktøy i Friluftslivets år, både når det gjelder å få dokumentert kampanjer og arrangementer. Folk legger ut bilder, tagger med «Friluftslivets år» og deler med hverandre. Den offisielle hastagen for FÅ15 er #få15. Instagram vil også være sentral i diverse konkurranser, av f.eks. typen «del ditt beste turbilde- vinn utstyr! ««Hva gjør din bedrift for å holde seg i form? Send ditt morsomste bidrag til ...» osv. Kanalen vil bli lansert sammen med nettsiden høsten 2014.

### **3.1.5 Nyhetsbrev**

Nyhetsbrev er en enkel og effektiv måte å gi skreddersydd eller generell informasjon, rett «hjem» til mottakeren. Nyhetsbrev vil primært fungere som en kommunikasjonskanal for bidragende aktører eller andre aktører med interesse for prosjektet. Det er nødvendig å sende ut forskjellige typer nyhetsbrev for å dekke det totale informasjonsbehovet for denne målgruppen. Mottakene er derfor delt inn i tre ulike grupper: aktivitetsskapere, tilretteleggere/beslutningstakere og påvirkere. Nyhetsbrev vil sendes ut fra og med våren 2014 til sommeren 2016. Det er mulig å melde seg på nyhetsbrev gjennom nettsiden til FÅ15.

## **3.2 Media**

For å sikre synlighet for FÅ15 er media er spesielt viktig, både som en prioritert kanal, en samarbeidspartner og samtidig en egen målgruppe. Prosjektet planlegger å bruke følgende mediekkanaler.

### **3.2.1 Medieallianse/ team av friluftinteresserte journalister**

Et kontaktnett av friluftinteresserte journalister (fagmedia og kommersiell media) vil bli etablert, og jobbet målrettet med for å sikre bredest og hyppigst mulig pressedeckning.

FÅ15 skal være en inspirerende kilde til oppdatert informasjon om aktiviteter, arrangementer og nyheter for journalistene. Det er et ønske om å nå ut til en fast gruppe journalister der de store regionavisene er representert i samarbeidet, samt uke og månedsutgivelsene som har aktivitet eller friluftsliv som fokusområde.

### **3.2.2 Betalt oppmerksomhet og synlighet**

For å kunne sikre bred kjennskap om året og ikke minst eksponering er det ønskelig å ta i bruk betalt kommunikasjon som kanal i 2015. Betalt kommunikasjon skal brukes til å kommunisere prosjektets overordnede ramme og budskap og forsterke de planlagte synlighetstiltakene som er beskrevet nærmere i kapittel 4.

### **3.2.3 Fortjent oppmerksomhet**

Det er aktivitetene som danner grunnlaget for Friluftslivets år. FÅ15-sekretariatet har en viktig oppgave når det gjelder å løfte frem de aktivitetene som skjer i Friluftslivets år, og selge dem inn til media. Fra sekretariatets side skal det som nevnt opprettes samarbeid med friluft interesserte journalister i en medieallianse. Samtidig skal FÅ15-sekretariatet og Miljødirektoratet gjennom sine tildelingsbrev til dem som får økonomisk støtte sørge for at organisasjonene selv også selger inn sine aktiviteter til media og at de aktiv bruker sine kanaler for å markedsføre året. De organisasjonene som trenger det vil få veiledning til hvordan de best kan gjøre dette.

### **3.2.4 Nyhetsrom**

Fra sekretariatets side vil det være nødvendig å produsere et antall nyhetssaker og pressemeldinger hver måned. Her benyttes Mynewsdesk som er et PR og publiseringsverktøy som strukturerer arbeidet og som gir økt synlighet for vårt budskap. Gjennom Mynewsdesk kommer man i kontakt med interessenter som journalister og viktige opinionsledere. Med bare ett klikk kan kommunikatører gi interesserte medier, kunder og bloggere direkte tilgang til relevante pressemeldinger, høyoppløselige bilder, videoer og mer – i relevante kanaler, til rett tid, på deres egne premisser. Interessenter kan også følge selskaper direkte på Mynewsdesk, engasjere seg i nyhetsinnholdet og bli en del av et nettverk med innflytelsesrike interessenter.

### **3.2.5 Profileringsmateriale**

Et av kommunikasjonsprinsippene for Friluftslivets år 2015, er at året skal kommuniseres helhetlig og gjenkjennelig. Det er et sterkt ønske om at flest mulig aktuelle aktører skal se, og selv ta i bruk logoen og budskapet for FÅ15.

Prosjektet har utviklet grunnleggende profileringsmaterieell slik som roll-ups, reklamebanner, brosjyrer osv. for bruk på de sentrale synlighetstiltakene. Det er også laget en digital verktøykasse på nettsidene til FÅ15 for bidragende aktører der de kan laste ned grafiske element slik som logo, bilder og ferdige maler til brosjyrer, kampanjer osv. Vi oppfordrer alle aktuelle aktører til å ta dette i bruk på nasjonale, regionale og lokale friluftslivstiltak og aktiviteter.

### **3.3 Ambassadører**

Ambassadører som går i front for friluftslivet, gjør det lettere å skape gode og inspirerende mediehistorier med lang levetid og høy «viral» faktor (historier som gjør at folk deler lett via sosiale medier). Ambassadører er en nyttig ressurs for FÅ15 som skal hjelpe oss å nå ut til nye målgrupper. For å nå målgrupper som f.eks. ungdom og minoritetsgrupper er det engasjerte personer som kan fungere som påvirkere og forbilder.

Prosjektet har knyttet til seg både kjente og ukjente ambassadører som skal hjelpe oss å nå ut med vårt budskap. Ambassadørene gjenspeiler bredden av befolkningen i Norge i dag. Ambassadørene skal engasjeres gjennom å bli med på forskjellige aktiviteter i regi av organisasjonene, selv utforske mulighetene i sitt nærmiljø og delta i prosjektets nasjonale kampanjer. Historiene kan f.eks. fortelles gjennom en blogg.

## 4. Synlighetstiltak

Dette er tiltak som er ment for å skape synlighet om Friluftslivet år 2015 på et overordnet og nasjonalt nivå. Samtidig skal tiltakene bidra til å fremheve og løfte de ulike arrangementene og aktivitetene som blir gjennomført, og sette fokus på de temaområdene som er definert for året. Tiltakene initieres, organiseres og administreres av FÅ15-sekretariatet, men med god støtte og forankring i organisasjonene.

### 4.1 Åpningsarrangement

Åpningsarrangementet er et tiltak med hovedmål om å nå media. Arrangementet skal skape oppmerksomhet og gjøre det kjent at 2015 er Friluftslivets år, samt skape interesse og entusiasme for resten av året.

Åpningsarrangementet er satt til tirsdag 13.januar 2015 i Tøyen Kulturpark, Oslo. Årsaken til at man har valgt en vanlig ukedag er for å oppnå maksimal mediedekning. Arrangementet skal finne sted der folk ferdes og i byen da hovedmålet med dette arrangementet er å få oppmerksomhet fra media. Et sentralt grøntområde i Oslo er et naturlig valg da det er her som potensialet er størst og i nærheten av FÅ-sekretariatet som skal administrere arrangementet. I tillegg vil det utvikles et konsept slik at alle kan markere åpningen av Friluftslivets år med flere små arrangementer andre steder i landet

Arrangementet skal være helt alkoholfritt da hovedmålgruppen for FÅ15 er barn, ungdom og barnefamilier. Arrangementet skal bli til et utgangspunkt for aktivitet og underholdning, der folket får en smak av friluftslivet.

Med bakgrunn i at januar og februar har et stort fokus på trening ser vi for oss et konsept der vi tar naturen/friluftslivet ned til byen og skaper **aktiviteter i 24 timer**. Tanken bak denne modellen er å vise bredden av aktiviteter og friluftsliv, og ikke minst at dette er gratis. Dette er også en modell som lett kan benyttes av andre og arrangeres andre steder samtidig. I tillegg til aktiviteter planlegger vi å ha underholdning med artister og inspirerende friluftsfolk på scenen, invitere på bålkafe og overnatting ute. Konseptet vil også kunne knyttes opp mot mobilisering av skoler, barnehager, lokale lag og foreninger og bedrifter, der vi oppfordrer disse til å ta en utedag/utetime i løpet av de 24 timene som arrangementet holder på.

### 4.2 Aktivitetskampanje

Våren 2015 lanseres en aktivitetskampanje med mål om å få flere mennesker til å ta i bruk naturen til aktivitet i hverdagen. Kampanjen skal løfte og fremheve arrangementer og aktiviteter i regi av organisasjoner og andre, og skape oppmerksomhet rundt friluftsliv og de mangfoldige tilbudene som eksisterer, og Friluftslivets år. Som utgangspunkt for kampanjen vil vi å bruke slagordet for året «**Nå er det din tur**». Vi ser for oss en kampanje som oppfordrer den enkelte til konkret handling, som for eksempel: «ta med en venn ut på tur!»

Kampanjestart med en oppvarming er planlagt til påsken (mars/april) i 2015. Kampanjen skal bygges opp slik at den både kan kommuniseres direkte ut til målgruppen gjennom FÅ15-sekretariatet, men også tas aktivt i bruk av alle deltagende organisasjoner/aktører og kobles opp mot deres spesifikke tiltak og aktiviteter.

### 4.3 Allemannsretten kampanje

Som et konkret tiltak for å øke bevisstheten om allemannsretten og de svært gode mulighetene som alle i Norge har til å utøve friluftsliv vil vi høsten 2015 ha en informasjonskampanje om allemannsretten. Ved dette tidspunktet vil det være mange aktiviteter, både organiserte og uorganiserte som kan knyttes opp mot en slik kampanje. Blant annet e-læringsopplegget på



allemannsretten som utvikles av Gyldendal i samarbeid med blant annet Norsk Friluftsliv og Miljødirektoratet.

#### **4.4 Avslutningsarrangement**

For å få fram de ulike erfaringene fra året, dele og synliggjøre disse og sikre videreføring i årene som kommer, vil året bli avsluttet med en erfaring/veien videre konferanse. Arrangementet skal ha fokus på friluftsliv som virkemiddel for bedre folkehelse. Det vil bli en konferanse med tilhørende aktiviteter som både skal feire alt det vi har fått til i løpet av 2015, sikre kompetansedeling mellom bidragende aktører og bidra til å sette opp nye mål for friluftslivsarbeidet i årene som kommer. Målgruppe for arrangementet er organisasjoner, beslutningstakere på alle nivå, forskere, media og andre som har interesse av temaet.

### **5. Nasjonale satsningsområder i Friluftslivets år 2015**

Dette kapitlet beskriver større nasjonale satsningsområder i forbindelse med FÅ15. Enkelte av tiltakene er initiert og vil administreres av FÅ15-sekretariatet, mens andre av organisasjonene. I hovedsak er dette tiltak/satsinger som flere organisasjoner står sammen om, og som vi håper at så mange aktører som mulig ønsker å ta del i.

#### **5.1 Tursti**

Som en del av årets fokus på nærmiljø og kulturminner og delmål «*å øke kjennskapen til og bruken av nærmiljøet til aktivitet i hverdagen*» vil vi ha en definert satsning mot tursti i 2015. Turgåing er en viktig lavterskel aktivitet som representerer en stor del av den uorganiserte friluftaktiviteten i Norge. Stien er også et kulturminne og en ferdselsåre til andre former av friluftaktiviteter slik som fiskevann, hytter osv.

Det foregår allerede en sterk satsing knyttet til stier. Først og fremst gjennom Turskiltprosjektet i regi av Fylkeskommunene, Gjensidigestiftelsen, DNT, Norsk Friluftsliv og FL, i tillegg til en rekke andre tiltak. Ved å samle alle disse positive tiltakene under en felles ramme og markedsføring har satsningen potensial til å nå bredt ut. Satsningen har som formål å skape varig økning i friluftslivsaktivitet gjennom økt fokus på tilrettelegging, synliggjøring av tilbud og fremfor alt aktivitet koblet til bruken av stier (ferdselsårer).

Satsningen skal foregå gjennom hele markeringsåret og flest mulig aktører med tiltak og aktiviteter koblet opp mot sti skal bli en del av satsningen. Av disse kan blant annet nevnes: Naturlos (FL), Turorientering (Orienteringsforbundet), Ti på topp (Bedriftsidrettsforbundet), Telltur - turregistrering (FL), Opptur (DNT), Historiske vandrerruter (DNT+Riksantikvren), Naturgledeturer (Naturvernforbundet), og Friluftsporter (FL).

På våren 2015 vil det bli arrangert et stiseminar i regi av DNT og FL for å sette stien på dagsorden og styrke det faglige grunnlaget og forståelsen. Stien vil også naturlig kunne kobles opp mot planlagt vår- og høst kampanje som er beskrevet i kap.4. Gjennom hele året vil fokuset i tillegg ligge på å registrere og vedlikeholde stier. Dette kan blant annet gjøres i Kartverket sin tjeneste [www.rettikartet.no](http://www.rettikartet.no).

#### **5.2 Barn og ungdom**

Forskningen peker på at positive naturopplevelser i tidlig alder øker sjansene for at et aktivt forhold til friluftsliv også senere i livet. Derfor er også hovedmålgruppen for FÅ15 barn, ungdom og barnefamilier. Gjennom hele året vil kommunikasjon og aktiviteter tilpasses denne målgruppen. Vi planlegger også en rekke fellessatsinger spesielt rettet mot barn og ungdom.

### **5.2.1 Barnehage, skole og SFO**

En av de få plassene i samfunnet der vi treffer barn og ungdom uansett bakgrunn, geografi og interesse er gjennom barnehage og skole. Her vil det gjennomføres en samling av tiltak som sammen skal danne rammen for en skole/barnehage satsning i FÅ15.

#### **Felles markedsføring av tilbud og aktiviteter og gjennomføring av aktiviteter koblet opp mot FÅ15s sentralt styrte synlighetstiltak**

Mange organisasjoner har allerede vel fungerende aktiviteter og tilbud rettet mot skole og barnehager, men har et behov for økt synliggjøring for å nå ut til flere. Det største problemet for skoler og barnehager er ikke at de ikke mottar tilbud om hjelp fra frivilligheten, men at disse tilbudene ofte kommer ukoordinert, er av forskjellig kvalitet og ikke når frem til den rette mottakeren. Gjennom å gå sammen og markedsføre forskjellige tema og aktiviteter med fokus på glede og naturopplevelser som naturlig følger årstidene håper vi å kunne gjøre det enklere for lærere og pedagoger å ta i bruk disse tilbudene. Vi ønsker også å sikre at alle tilbud som blir presentert som en del av skolesatsingen i FÅ15 holder en høy faglig kvalitet og er utviklet i tråd med gjeldende læreplaner.

Vi planlegger at satsningen skal følge synlighetsplanen for Friluftslivets år, der barnehager og skoler skal inkluderes aktivt i både åpningsarrangementet, vår- og høst kampanje og der det utover dette måtte passe. Den overordnede rammen vil først og fremst gå på felles synliggjøring av tilbud og aktiviteter rettet mot barnehage og skole. Satsningen skal bidra til å markedsføre og løfte organisasjonenes tilbud i 2015 gjennom både egne og nye kanaler.

#### **Lansering av digitalt opplæringsprogram i allemannsretten**

Allemannsretten er beskrevet som et tydelig kompetansemål for grunnskolen i både 4 og 10 trinn. Et av delmålene til FÅ15 er også at vi skal *«øke bevisstheten om allemannsretten og de svært gode mulighetene som alle i Norge har til å utøve friluftsliv»*. Som et spesifikt tiltak for å nå dette målet så utvikler vi et undervisningsopplegg for grunnskolen som er inspirerende, spennende og motiverende, samtidig som det sikrer at målgruppen tilegner seg viktige basiskunnskaper.

Undervisningsopplegget vil bli utviklet digitalt for å sikre at det enkelt kan tas i bruk, oppdateres og videreutvikles. Det gjør det også lett tilgjengelig for alle og kan derfor også brukes av andre aktører enn skoler.

#### **Kurs for pedagoger i skole og barnehage**

Landslaget for Fysisk Fostring (LFF) vil gjennomføre 10 regionale 2-dagerskonferanser for lærere, pedagoger og andre interesserte mellom april og oktober 2015. Konferansene vil ta for seg 4 tema: 1. Digital opplæring i allemannsretten, 2. Kartkunnskap og orientering, 3. Uteskole, og 4. Utesvømming. I punkt 1 vil man bruke det digitale opplæringsprogrammet som nevnt foran.

Private barnehagers landsforbund vil gjennomføre dagskurs for barnehageansatte i både private og kommunale barnehager i alle fylker i løpet av 2015. Målet med kurset er å gjøre arbeid med natur og naturopplevelser til en meningsfull del av barnas og barnehagens hverdag. Fokus for kurset vil være på bruk av naturen i nærmiljøet.

### **5.2.2 Friluftsskoler**

Som en del av satsningen mot barn og ungdom i 2015 planlegger Friluftsrådernes landsforbund (FL) et nytt konsept ved navn Friluftsskoler som de har gjennomført som en pilot i 2014 og lansere fullt ut i 2015. Hensikten er å gi barn og ungdom grunnleggende opplæring i friluftslivsaktiviteter, og

miljøvennlige holdninger til bruk av naturen med sikt på å legge grunnlag for friluftsliv som en livslang fritidsaktivitet.

Konseptet er tenkt som et enkelt og standardisert opplegg slik at det kan arrangeres mange friluftsskoler over hele landet. Friluftskolen er tenkt å gjennomføres i sommerferien på dagtid slik at den kan bli et alternativ til allerede eksisterende sommer skoler så som Tine fotballskole og DNB idrettsuke. Lengden på skolen vil være fra tre til fem dager med en eventuell overnatting siste dag. Tilbudet skal rette seg mot barn på 4. -7. skoletrinn og deltageravgiften skal holdes så lav som mulig.

I hovedsak vil friluftsrådene være ansvarlige for skolen, og de vil knytte til seg de lokale organisasjoner som har lyst til å bidra. Men konseptet skal holdes åpnet slik at alle som vil skal kunne arrangere en friluftsskole. Det vil lages en mal for hvilket innhold en friluftsskole skal ha, men med stor mulighet til å lage lokale variasjoner.

Skiforeningen, DNT, Naturvernforbundet og Oslofjordens Friluftsråd (OF) vil blant annet tilby en utgave av friluftsskole i 2015. Skiforeningen med «Friluftsglede i ferien», Naturvernforbundet med «Naturskole for jenter» og OF med «Oslofjordens friluftsskole».

### **5.2.3 Friluftslivets dag og Friluftslivets uke**

Friluftslivets uke/dag er Norsk Friluftsliv allerede et vel fungerende tiltak rettet mot barn og barnefamilier. Tiltaket har som mål å stimulere til at barn og unge med familier kommer seg ut og får et aktivt og helsefremmende liv ute i naturen og å skape økt rekruttering til friluftslivet.

I FÅ15 er det hensiktsmessig å løfte Friluftslivets dag og Friluftslivets uke som en samlet, nasjonal feiring av friluftslivet, ikke bare for markeringsåret, men for fremtiden. Her vil det være godt rammeverk for flere store arrangement over hele landet.

## **5.3 Minoritetsgrupper**

Et av suksesskriteriene for FÅ15 er at vi klarer å nå ut til nye målgrupper og vi planlegger derfor en ekstra satsning mot minoritetsgrupper i 2015. For å nå denne gruppen, er det viktig at vi blir klar over hva minoriteter anser som meningsfulle friluftslivsopplevelser og hvordan vi kan motivere til økt bruk av naturen til aktivitet i hverdagen. Friluftslivet har et stort potensiale som integreringsarena og det skal gjennom FÅ15 kommuniseres som enkelt og inkluderende, et friluftsliv der det er rom for alle, der vi kan møtes på «felles grunn». For å nå frem til målgruppen ønsker vi å finne nøkkelpersoner som kan fungere som forbilder og påvirkere i sine miljøer.

Når det kommer til utvikling av aktivitetstiltak samarbeider vi med organisasjoner som har god erfaring fra å jobbe mot målgruppen. Det finnes allerede mange gode tiltak der ute som vi kan inspireres av, samarbeide med og utvikle videre. Et slikt eksempel er til eksempel integreringsprosjektet «Til Topp» som arrangeres av Røde kors, IMDI, KS og DNT.

FÅ15-sekretariatet jobber med en kampanje rettet mot de med minoritetsbakgrunn parallelt og i sammenheng med aktivitetskampanjen våren 2015 som beskrevet i kap.4. I samband med denne vil det også arrangeres aktiviteter. I tillegg vil Innvanderens landsorganisasjon (INLO) gjennomføre prosjektet «Innvandrere i og for naturen» i samband med FÅ15. Prosjektet vil bestå av informasjonsmøter samt arrangerte turer.

## **5.4 Andre nasjonale satsinger**

Visjonen for Friluftslivets år 2015 er «Flere ut – oftere!». Som et ledd i å oppnå dette og delmålene; «*få flere mennesker i aktivitet oftere*», «*motivere til aktivitet med fokus på glede og naturopplevelse*» og «*øke kjennskapen til og bruken av nærmiljøet til friluftsliv i hverdagen*», vil det bli arrangert en mengde aktivitetsdager og andre organiserte aktiviteter. Disse aktivitetene kommer i tillegg til de

ulike organisasjonenes vanlige drift, eller er vanlige aktiviteter som det satses ekstra på i 2015. Noen som kan nevnes er:

- 4H Norge, Åpen dag på naturmøteplassen. Aktivitetsdager på ulike geografiske steder.
- Forbundet Kysten, Kystkultur. Opplæring i roing og seiling.
- NJFF, Oslo internasjonale fiske festival.
- Norges Friidrettsforbund, Bruk nærmiljøet! Opprettelse av turgrupper.
- KFUK-KFUM Speideren, Haikeligaen.
- Norges Padleforbund, Padlingens dag.
- Norges Røde Kors, Røde Kors 150 år – Til Topps over hele landet
- Norges Speideforbund, Hundremeterskogen – friluftsliv i nærmiljøet
- Syklistenes landsforbund, Sykkelturer i bynære områder.
- Pensjonistforbundet, Pensjonistenes Holmenkolldag 10.mai.

## **6. Samarbeid med andre kampanjer/markeringsarrangementer**

Friluftslivets år ønsker å opprette samarbeid med allerede eksisterende kampanjer med sammenfallende formål som markeringsåret. Det er blant annet opprettet samarbeid med Sportsfiskets år 2014, Hold Norge Rent og Strandrydderdagen, Miniøya, Barnehagedagen 2015 samt Camp Villmark.

## **7. Organisasjonenes øvrige satsninger**

Utover de sentrale synlighetstiltakene og de nasjonale fellessatsingene som er beskrevet i kapittel 4. og 5. vil det foregå en mengde aktivitet i regi av de enkelte organisasjonene og deres lokale lag og foreninger. Her oppfordres det til å fortsette å styrke det gode arbeidet som allerede gjøres.

## **8. Tiltak i regi av offentlige aktører**

En rekke offentlige aktører, både på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå arbeider med friluftsliv eller tema relatert til friluftsliv. Relaterte tema er f.eks. helsefremmende arbeid, kulturminneforvaltning, idrett, tilrettelegging for gange og sykling som transportform m.v. Markering av Friluftslivets år kan inngå som ledd i dette arbeidet eller det kan gjennomføres egne tiltak for å bidra til markeringen av Friluftslivets år.

### **8.1 Nasjonale tiltak**

I tillegg til Miljødirektoratet er flere offentlige aktører på statlig nivå aktuelle som bidragsytere i Friluftslivets år. Det kan forventes bidrag i regi av bl.a. Riksantikvaren, Helsedirektoratet, Vegdirektoratet, Statens landbruksforvaltning, Husbanken og Statskog.

Flere av disse aktørene har allerede satsinger som kan bidra til markeringen av Friluftslivets år. Dette gjelder f.eks. Husbankens områdeløftsatsing, Vegdirektoratets satsing på gange og sykling (jfr. sykkelstrategi og gå strategi), Helsedirektoratets satsing på fysisk aktivitet og samarbeidet mellom Utdanningsdirektoratet og Miljødirektoratet om Den naturlige skolesekken. Landbruksmyndighetene forvalter en egen tilskuddsordning som bl.a. går til tilrettelegging for ferdsel i jordbrukets kulturlandskap, og Statskog bidrar med tilrettelegging for friluftsliv i utmark.

Mulige konkrete tiltak er bl.a. åpning av eller annen markering knyttet til større pågående nasjonale prosjekter. Dette gjelder bl.a. nasjonale tur-sykelruter som Vegdirektoratet arbeider med og historiske ferdselsårer som er en satsing i samarbeid mellom Riksantikvaren og Den Norske Turistforening. Det kan også være aktuelt å inkludere tiltak i regi av pilotprosjektene i

Miljødirektoratets nærmiljøsatsing. Flere nasjonale offentlige aktører vil også være aktuelle bidragsyttere i tiltakene beskrevet i kap.4 og 5.

Gjennom videre planlegging og dialog med de ulike aktørene vil det bli klarlagt hvilke tiltak og satsinger som vil inkluderes i markeringen av Friluftslivets år.

## **8.2 Lokale og regionale tiltak**

Miljødirektoratet har potensielt viktige bidragsyttere til lokale og regionale markeringer i Friluftslivets år gjennom lokalt ansatte i Statens naturoppsyn og gjennom dialog med en rekke nasjonalparksentre og andre informasjonssentre knyttet til viktige naturområder. Disse aktørene kan bidra både generelt med informasjon om natur og turmuligheter samt til å arrangere ulike typer utstillinger, organiserte turer og andre friluftslivsaktiviteter, konferanser m.v.

Flere andre nasjonale offentlige aktører har også underliggende etater, regionkontorer og lignende som er aktuelle for å bidra.

Fylkeskommunene og kommunene vil ellers være de viktigste offentlige bidragsyterne til gjennomføring av lokale og regionale aktiviteter. Både fylkeskommunene og kommunene er og vil bli utfordret av Miljødirektoratet til å bidra til markeringen av friluftslivets år.