

PARTNARHANDBOKA



NÆRØY
FJORDEN
VERDSARVPARK





INTRODUKSJON

Velkomen til Nærøyfjorden Verdsarvpark si partnerhandbok. Nærøyfjorden Verdsarvpark er ein norsk utgåve av ein regionalpark, samansett av tilsette parkforvaltarar, stiftarar og partnarar. Verdsarvparken har som målsetjing å vera pådrivar for ei natur- og kulturbasert samfunnsutvikling med forankring i verdsarvstatusen i området.



MÅLET MED PARTNARHANDBOKA

Denne partnerhandboka er sett saman som eit verktøy i den vidare utviklinga av ein felles identitet for Nærøyfjorden Verdsarvpark. Gjennom ei slik felles synleggjering av verdiar og visjonar vil det bli lettare for det mangfaldet av produsentar og organisasjonar som finst i vårt område å dra nytte av den internasjonale UNESCO-statusen.

Me ynskjer at Nærøyfjorden Verdsarvpark skal vera eit kvalitetstempel på opplevingar, produkt, produsentar og organisasjonar som lever og driv på ein berekraftig måte, i tråd med verdsarvverdiane i Vestnorsk fjordlandskap – Nærøyfjord-området.

Synleggjering av partnerskap og nytting av parkprofilen skal difor resultera i ei meirverdi for partnaren. Parklogoen og partnerlogoen skal synleggjera partnaren sin rolle som verdiskapar i verdsarvområdet, og samstundes vera eit kvalitetstempel på nettopp denne verdiskapinga i medhald av partnerskapsavtalen og dei verdiane som ligg til grunne i Nærøyfjorden Verdsarvpark.

INNHALDET I PARTNARHANDBOKA

Fyrste del av partnerhandboka fortel om bakgrunn, visjonar, mål og identitet knytt til Nærøyfjorden Verdsarvpark. I tillegg tek denne delen føre seg kva rolle Verdsarvparken skal ha i lokalsamfunnet, og kven partnarane er, og kva eit partnerskap inneber.

Den andre delen av partnerhandboka skal rettleia partnarar til rett bruk av profilen som er utvikla for Verdsarvparken. Dette gjeld både for partnar som ambassadørar for parken og området, for synleggjering av eiga bedrift òg for synleggjering av partnerskap med Verdsarvparken.

PARTNARHANDBOKA VIL VERE GOD Å HA

- Som ei enkel forklaring på kva Verdsarvparken representerer
- Som ei forklaring på kva rolle du har som partnar i Verdsarvparken
- For å få oversikt over korleis du kan dra nytte av partnerskapen i Verdsarvparken

1

HISTORIA VÅR

VERNESTATUS OG VERDSARV

Verdsarvområdet Vestnorsk Fjordlandskap med delområda Geirangerfjorden og Nærøyfjorden, vart innskrive på UNESCO si liste over kultur- og naturarv av eineståande og universell verdi (Verdsarvlista) den 14. juli 2005.

Kort samanfatta fekk området denne ærefulle statusen grunna det eineståande fjordlandskapet med aktive geologiske prosessar, eit rikt dyre- og planteliv og eit vakkert naturlandskap frå fjord til fjell med brear, skog, fossar og frittrennande elvar, og eit kulturlandskap som set naturlandskapet i perspektiv.

Det sørlegaste av dei to delområda i Vestnorsk Fjordlandskap omfattar Nærøyfjorden og delar av Aurlandsfjorden, og fjellområde og dalar i kommunane Aurland, Lærdal, Vik og Voss med dei busette områda Bakka, Dyrdal, Undredal og Nærøydalen.

Tre naturreservat og to landskapsvernområde som er verna etter Naturvernlova ligg innanfor Nærøyfjordområdet. Desse er Grånosmyrane naturreservat, Nordheimsdalen naturreservat, Bleia naturreservat, Nærøyfjorden landskapsvernområde og Bleia-Storebotnen landskapsvernområde.

NÆRØYFJORDEN VERDSARVPARK

Med utgangspunkt i, og nærast som ein motreaksjon mot verneprosessane og etableringa av UNESCO-statusen i området, vart Nærøyfjorden Verdsarvpark danna for å sikre at verneverdiane i området skulle føre til lokal verdiskaping og utvikling.

Verdsarvparken vart såleis ein av dei fyrste norske utgåvene av ein regionalpark med førebilete frå andre land i Europa. I ein regionalpark tek verdiskapinga utgangspunkt i dei særskilte kvalitetane i eit område, og i lokalsamfunna sjølve.

Det nyskapande ved Verdsarvparken var òg at han vart stifta av fire kommunar og ein fylkeskommune, som eit samarbeid om å arbeide for natur- og kulturbasert samfunnsutvikling med forankring i verdsarvstatusen i området.

MÅLET MED PARKEN

Verdsarvparken er eit verktøy for å oppnå dialog, læring og samhandling mellom partnarar frå lokalbefolkning, landbruk, næringsliv, frivillige organisasjonar og forvaltinga i området.

Partnerskapet byggjer på ein partnerskapsavtale for forpliktande samarbeid om fremjing av verdsarverdiane i Nærøyfjordområdet gjennom berekraftig utvikling. Partnarane i Verdsarvparken tek såleis eit felles ansvar for å sikre ivaretakinga av verdsarven.

Verdsarvparken har identifisert tre satsingsområde;

SKAPE – næring og kultur

TA VARE PÅ – naturarv og miljø

TA VARE PÅ – kulturarv

Meir informasjon om desse satsingsområda kan du finne i Parkplan for Nærøyfjorden Verdsarvpark. Verdiskaping skjer i møtet (2014).

VISJON

Verdsarvparken sin visjon er formulert med utgangspunkt i innhaldet i verdsarverdiane og ei forståing av kva som motiverer til utvikling av lokalt eigarskap og engasjement:

Verdiskaping skjer i møtet!

Verdsarvparken skal utvikle eigarskap til landskaps- og kulturverdiane og aktivt fremme internasjonale verneverdiar gjennom lokal økonomisk, kulturell og identitetsmessig utvikling.



DU GJER VERDSARVEN LEVANDE

Som partner i Nærøyfjorden Verdsarvpark får du meir enn tilgang til eit nyttig nettverk. Her får du og di bedrift medverke til å skape ein levande verdsarvpark.

VERDEN SARVEN ER IKKJE DET SAME UTAN DITT PARTNARSKAP

Kva betyr dette i praksis for deg som partner? Ditt partnerskap bør vere mest mogleg synleg i parken. Dersom du driv ei bedrift, vil det vere avgjerande for nettverket og fellesskapen i parken at du synleggjer partnerskapen til parken, og at du bruker nettverket i parken aktivt. Jo meir du brukar parken sin profil og merkeordning, og knytter produktet ditt til parken, jo sterkare blir merket Nærøyfjorden Verdensarvpark. Din innsats og ditt produkt er med det med på å styrke verdsarvkviliteten.

Målgruppa til parken er først og fremst lokalbefolkninga, og deg som partner. Jo meir synleg du kan vere, jo tydelegare bygger vi også ein verdsarvkvilitet ut mot dei andre målgruppene, som reiselivet og det offentlege. Meirverdien kjem når vi oppnår vekst i næringa på grunnlag av din og parken sin synleggjering. Mange partnerar er direkte berørt av reiselivet, og gjennom partnerskapen kan du nå ei spissa og motivert målgruppe innan reiseliv som forstår kva som ligg innanfor verdsarvkvilitetane og oppsøker regionen nettopp av desse grunnane.

Parken har definert følgjande verdiar som skal prege identiteten og kommunikasjonen utad: Unik, synleg og berekraftig.

Bruk desse verdiane og tenk gjennom korleis ditt partnerskap kan styrke det unike i området, korleis du kan gjere ditt engasjement, din kompetanse eller di bedrift synleg. Tenk dessutan på korleis du kan gjere dette gjennom ei berekraftig heilskapstenking.

MÅLET MED PARTNARHANDBOKA ER Å GI MEIRVERDI FOR DEG OG DI BEDRIFT

Som partner har du allereie oppnådd ein status i parken og er definert som ein ressurs. Som partner er det opp til deg å bruke dette kvalitetsstempelen til beste for eiga bedrift eller som en del av nettverket.

Parken har difor utarbeida eit slagord som kvar og ein av partnerane skal bruke så mykje og ofte som mogleg: «Vi gjer verdsarven levande».

Det er eit personleg og mangfoldig slagord, som viser at verdensarven er «ein og alle i saman». Dersom du tek våre verdiar og slagord med deg inn i idé- og produktutviklinga, vil du drive aktiv merkevarebygging for felles verdiar.

PARTNARAR OG PARTNARSKAPSAVTALEN

I Partneravtalen er målet til Nærøyfjorden Verdsarvpark reflektert på denne måten:

Å fylgje opp Verdsarvstatusen som ei heilskapleg verdipattform for ei regional satsing på berekraftig verdiskaping ved å:

1. Ivareta omsynet til natur- og kulturarven.
2. Utvikle ein felles identitet.
3. Utvikle berekraftig og lønsam næringsverksemd med eit heilårsperspektiv.
4. Utvikle og spreie kompetanse innan alle relevante fagfelt.
5. Utvikle ei pilotsatsing på veg mot ein norsk regionalpark.

Heilt konkret inneber dette m.a. at partnerane er forplikta til å bidra gjennom:

- Deltaking på Parkmøtet, ein felles arena for fagleg utvikling, nettverksbygging og samarbeid.

- Nettverksbygging der partnerar medverkar til utvikling av samarbeid og kultur for kunnskapsdeling og entreprenørskap, samt bidra til ei effektiv og målretta kompetansesatsing.
- Utvikling av Nærøyfjorden Verdsarvpark som eit regionalt fyrtårn for verdsarvkvilitet. Ei felles synleggjering av partnerskap og verdsarvparken m.a. gjennom bruk av partnerlogoar på heimesider, skilt og i publikasjonar, vil vera med på å styrke denne posisjonen ytterlegare.
- Utvikling av produkt og opplevingar tufta på Verdsarvkvilitetane gjennom eiga bedrift og gjennom samarbeid i nettverk med andre. Partane vil og kunne bidra med utvikling av eit støtteapparat i bedriftsutvikling.

Mal og rettleiing for bruk av parklogoar og partnerlogo finn du i del 2. av partnerhandboka.



2

BRUK AV PARTNARPROFILEN

Gjennom partnerskap i Verdsarvparken får partnarar og stiftarar høve til å nytta seg av profilar og designmalar som Nærøyfjorden Verdsarvpark har fått utvikla i sitt profileringsmateriell, t.d. på nettsider, i annonser og plakatar.

Gjennom å referere til partnerskapen på denne måten viser partnarane engasjement og stoltheit for Verdsarvparken og UNESCO-statusen som kvalitetstempel, noko som gjev meirverdi for begge partar.

Partnarar kan berre nytte seg av Nærøyfjorden Verdsarvpark-logo gjennom profilering koordinert av parkorganisasjonen. Ved anna profilering der partnaren skal synleggjera eiga bedrift/organisasjon, arrangement, informasjon, osb, utan å nytte seg av profilen til parken skal partnar nytte seg av partnarlogoen. Partnaren kan berre nytte seg av dei logoane som parkorganisasjonen har gjort tilgjengeleg og godkjent for bruk. Det vil og verta sett opp ein «blanko-mal med partnarlogo på som partnaren kan nytte seg av, og ta

utgangspunkt i når ein utarbeidar sjølvstendige plakatar som ikkje er i parkprofil. Ved bruk av partnarlogoen i sjølvstendig profilering skal òg partnar sende inn dette til godkjenning for rett bruk av logo.

Ved å skilje mellom logoane så viser ein meir tydeleg om arrangementet og profilen har vorte satt opp i tråd med parken sine retningslinjer med tanke på synleggjering. Ved bruk av parklogoen vil ein få klare assosiasjonar om at dette er noko parken er involvert med, feil bruk av logoen kan difor skapa uønskt assosiasjonar, og undergrave det parkorganisasjonen arbeidar med og dei verdiar som organisasjonen står for. Ved bruk av ein partnarlogo vil ein i større grad assosiera dette med at det er eit arrangement som ikkje nødvendigvis parken er direkte involvert i, men at dette vert arrangert av nokon som er i eit partnerskap med parken. Når partnaren tek i bruk partnarlogo og parkprofilen tek ein òg på seg eit ansvar for at det ein kommunisera er i samsvar med dei verdiar som Nærøyfjorden Verdsarvpark står for.

PARTNARLOGO

Det er utvikla egne partnarlogoar med og utan slagordet Vi gjer verdsarven levande.

Logoane er tilpassa ståande og liggande format, positiv og negativ flate. Partnaren kan velje ein logovariant på anten engelsk eller på norsk

PARTNARLOGO MED SLAGORD

Bruk partnarlogo med slagord i utadretta kommunikasjon, til bekledning og som ein del av eigen profilering.

Norsk høgde:



Partnar

Engelsk høgde:



Partner

Norsk breidde:



Partnar
Vi gjer
verdsarven
levande

Engelsk breidde:



Partner
We bring
world heritage
to life

Norsk breidde:



Partnar

Engelsk breidde:



Partner

Norsk høgde:



Partnar
Vi gjer
verdsarven
levande

Engelsk høgde:



Partner
We bring
world heritage
to life



Partnar



Partner



Partnar
Vi gjer
verdsarven
levande



Partner
We bring
world heritage
to life



Partnar



Partner



Partnar
Vi gjer
verdsarven
levande



Partner
We bring
world heritage
to life

PARTNARLOGO NETTSIDE

Døme på bruk av logoar på nettsider:

ALTERNATIV 1

Liggjande logo på nettside



Liggjande logo i logosalat nederst på ei nettside.



ALTERNATIV 2

Ståande logo



VERDSARVKOMMUNELOGO

Det er utvikla eigen logo for stiftarkommunane, til bruk på heimesider og ved bruk i anna utadretta kommunikasjon. Tittelen «Verdsarvkommune» er eit eksklusivt kvalitetstempel som berre

stiftarkommunane kan nytta seg av. Bruk og synleggjering av logo og tittel vil løfte både statusen til området og til verdsarvkommunane sjølve.



BRUK AV PARTNARLOGO PÅ SKILT

Partnarar har høve til å profilere seg gjennom oppsetting av skilt med partnerlogo. Desse består av plater av enten heildekkande grå, eller transparent plexiglas.

Døme på partnerlogoskilt:



BRUK AV MALAR TIL PLAKATAR OG ANNONSER

Partnarane har høve til å nytta seg av profiler og malar som Nærøyfjorden Verdsarvpark sjølv nyttar seg av i samband med arrangement. Som partner, og som reflektert i partnarskapsavtalen, vil det vera naturleg at partnarane refererer til partnarskapet eller samarbeidet med parken ved slike høve.

I samband med bruk av parkprofilen av partnarar så skal ein fylgje fylgjande retningslinjer.

PARKEN:

- Tek kostnaden for design av plakat for fellessynleggjering og for individuelle arrangement.
- Koordinerer informasjon (frå arrangør til design).
- Synleggjer arrangementa gjennom Facebook og heimesida.
- Oppdaterer arrangement-kalender på naroyfjorden.no
- For at parkorganisasjonen skal ta kostnaden for utforming av plakatar og annonser så må dette meldast inn på handlingsplanen for det året arrangementet skal gjennomførast

PARTNAR:

- Partner må melde inn aktuelle prosjekt til plakatutforming til handlingsplanen.
- Leverer kort, konsis og rett informasjon, samt minimum 5 bilete, i god tid. Desse bileta må Verdsarvparken òg kunne bruke i synleggjering av partnarar og mangfaldet i området elles.
- Partner forpliktar seg òg til å vera tilgjengeleg til to korrekturrundar.
- Partner/arrangør må sjølv stå for kunngjeringar i aviser, annonser til aviser, osb.
- Partnaren må melde inn prosjektet, med bilete og innhald, sjølv om det er på handlingsplanen, ein måned før plakat/annonse skal vera ferdigstilt. Dette for å sikre ein god kvalitet på innhald og utforming av profilen.

Døme på plakat og annonsar:



BRUK AV UNESCO LOGO

Alle som ynskjer å nytte UNESCO sin verdsarvlogo til å marknadsføra dei norske verdsarvstade, eller produkt i tilknytning til desse, må søke Riksantikvaren om lov.

Riksantikvaren forvaltar verdsarvlogoen på vegne av Miljøverndepartementet som er det ansvarlege departementet for UNESCO sin konvensjon for vern av verda sin kultur- og naturarv. Det vil sei at alle søknader om bruk av verdsarvlogoen skal sendast til Riksantikvaren som vil behandla søknaden og eventuelt gje lov til at emblemet kan verta brukt.

UNESCO har sett særstrenge krav til kvar og korleis logoen kan nyttast. Verdsarvemblemene skal til dømes alltid verta brukt i lag med UNESCO sin eigen logo.



RIKSANTIKVAREN

Direktoratet for kulturminneforvaltning,
Dronningensgate 13,
Pb. 8196 Dep., 0034 Oslo,

Tlf.: 22 94 04 00

Faks 22 94 04 04

E-post: postmottak@ra.no



Nærøyfjorden Verdsarvpark
Fjordsenteret, 5745 Aurland
post@naroyfjorden.no

Explore at naroyfjorden.no