

**Møtestad;** Teams møte

**Tid;** Onsdag den 05.10.22 kl. 1300-1400

## **INNKALLING STYREMØTE FJORDANE FRILUFTSRÅD NR.3/2022**

**Sak 14/22** Godkjenning styremøtereferat møte nr.2/2022

**Framlegg til vedtak;**

Styret godkjenn referatet slik det ligg føre

**Sak 15/22** Dagleg leiar si økonomirapportering

Budsjett og førebels rekneskap vert lagt fram i møte.

**Framlegg til vedtak;**

**Sak 16/22** Organisasjonsform etter ny kommunelov – samarbeidsavtale

Det blir vist til vedlegg – samarbeidsavtale mellom Sunnmøre Friluftsråd og deira deltakerkommunar som døme på ein modell vi kan vurdere. Vi kan på neste styremøte få leiar i Sunnmøre Friluftsråd til å gi oss ein gjennomgang og forslag til organisering utifrå vår ståstad. Anne Berit Støyva Emblem er frå Stryn opprinneleg og kjenner fylket vårt godt. Ho har utdanning frå universitetet innan organisasjon og administrasjon. Har jobba 10 år i Kystverket og 7 år i Politidirektoratet med organisasjonskultur og prosjekt knytta til omorganisering. I tillegg er ho særskilt politisk aktiv og no Ålesund AP sin ordførarkandidat. Planen er at det neste styremøte då skal gje grunnlag for utarbeiding av eit forslag vi kan kommunisere kommunaldirektørane i medlemskommunane før ei politisk handsaming.

**Framlegg til vedtak;**

Styret ynskjer ei nærare ugreiing om korleis vi best kan organisere oss etter kommunelova § 19, og gjev styreleiar og dagleg leiar fullmakt til å planlegge dette til neste styremøte.

## Sak 17/22

### Promotering – strategi

Vi fekk kr.60.000,- frå VFK til promotering av FF og må rapportere på bruken av desse midlane. Her fekk vi laga magasinet som vart distribuert eit parti av til medlemsk. Men, vi har ein god del magasin igjen til distribusjon medlemsk + evt. andre kommunar, og må legge ein plan for utdeling her.

FF har no fått laga ein økonomisk oversikt som viser kva verdiar vi yter inn i medlemskommunane opp mot medlemskontigent.

#### **Fleire kommunar med i eit friluftsråd - frist 1. oktober**

Vestland fylkeskommune har eit mål om at fleire kommunar skal ha moglegheit til å vere med i eit friluftsråd. Vi ser at det å organisere seg i eit friluftsråd er ein god måte for kommunane å forvalte og drifte friluftsområde på. Kommunar og friluftsråd kan søke. <https://www.vestlandfylke.no/idrett-og-friluftsliv/friluftsliv/tilskot-til-etablering-av-nye-friluftsrad/> Potten totalt er på kr.450.000,-. Har snakka med Britt Karen Spjeld her og forstår at det vil kome søknader frå Sogndal som arbeider med etablering av Friluftsråd gjerne i samarbeid med Luster, og at BOF vil søkje midlar til å arbeide med 5 nye medlemskommunar. Sidan vi fortsatt har midlar igjen til disposisjon og skal rapportere på eksisterande prosjekt innan 15.12.22, føresler eg at vi legg ein plan for promotering f.eks mot Gloppen, Fjaler, Hyllestad og Høyanger. Vi har arbeida med ein oppdatert presentasjon vi kunne ha brukt mot kommunestyra.

#### **Framlegg til vedtak;**

Det vert ikkje søkt nye midlar frå VFK no, men styreleiar og dagleg leiar legg ein plan for promotering i eksisterande prosjekt mot nye medlemskommunar fram mot 15.12.22.

## Sak 18/22

### Mediastrategiplan,

Saksa ut fra bedriften Streit Sagt;

Alle bedrifter har en mediastrategi. Om du ikke har det, og kanskje ikke opplever at du trenger det engang, er det en strategi i seg selv. Enten du vil eller ikke, forholder du deg til din egen synlighet. Om du ønsker deg flere – eller kanskje andre kunder – er det synligheten som avgjør om du får det.

*Noen satser på «jungeltelegrafene». Ditt gode navn og rykte, heter det kanskje også. Og det er ingen tvil om at det virker – til en viss grad. Men det er en mildt sagt usikker strategi: Du kan gjøre så bra jobb du bare kan, og du kan satse på at du har forstått hva kunden trenger – og vil ha, og at du kan levere det. Men du kan gjøre forbausende lite med den fortellingen kunden din velger å gi videre.*

*Den tar du kanskje ikke kontrollen over ved å ha en god mediastrategi heller. Men du kan øke de positive sidene av den historiefortellingen som uansett er om deg og din bedrift der ute. Eller du kan begrense de negative sidene, for dem finnes det også garantert noe av. Om du ikke kjenner til at de finnes, er det ekstra ille, for da kan du ikke imøtegå dem heller.*

*Så det du kort sagt trenger å gjøre, er å bestemme deg for hvilket omdømme du ønsker deg. Når du har gjort det, er tiden inne til å ta et kritisk blikk på bedriften din – og det dere leverer. Dersom det stemmer i store trekk med det du ønsker av omdømme, er det bare en ting igjen: Historiefortellingen.*

*Men i likheten med produksjonen og leveransene i ditt selskap, er den aldri «ferdig». Nye utfordringer kommer hele tiden, og både de kundene du allerede har, og de kundene du håper på – og vil få i fremtiden, vil forvente at du har svar på deres spørsmål. Dessuten trenger de at du legger ut informasjon kontinuerlig. Google er på mange måter som et lite barn: Du må lære søkemotoren opp til å kjenne igjen det du driver med, og hele tiden gjøre deg relevant for brukernes søk.*

*Dette er en jobb. Den må tas like mye på alvor som alle de andre oppgavene i bedriften, og det er ikke sikkert du har ressurser tilgjengelig til å ta seg av det. Da er det kanskje en tanke å la noen andre ta seg av det?*

Vi kører mange prosjekt og har mange dyktige og engasjerte prosjektleiarar. Dei fleste av desse har eit ynskje om å promotere sitt arbeid. Nokon er meir frampå enn andre, og dette kan resultere i at vi ikkje klarer å få fram bredden i våre tilbod. Vi må difor betre planlegge og styre kva som skal publiserast, kven som skal uttale seg og når. Det vil vere ei hjelp og rettesnor i dette arbeidet, om styret utifrå overordna målsetjingar kunne vedta ein mediastrategi. Kva omdømme ynskjer vi ? Vi vil kanskje trenge hjelp til dette utanfrå.

### **Framlegg til vedtak;**

Styret gjev styreleiar og dagleg leiar til å gå i dialog med tilbydere som kan hjelpe oss med framlegg til ein mediastrategiplan

**Sak 19/22**

### **Orienteringssaker**

- a) Tilsetjingar
- b) Padleled
- c) Rydd Norge Vestland , ekstra søknad

-/Arlene Vågene/styreleiar