

Till
Styrelsen för Stockholm Business Region

Yttrande över Stockholm Culinary Week's ansökan om stöd till evenemang

Ärendet

Stockholm Culinary Week (SCW) har i en skrivelse till Stockholm Visitors Board den 5 december 2011 ansökt om ett stöd om 200 000 kronor för genomförandet av Stockholm Culinary Week i Stockholm den 1-6 juni 2012 (bilaga 2).

Trenden är tydlig – intresset för Svensk mat och dryck ökar kraftigt. Stockholm Culinary Week blir ett årligt återkommande evenemang som introduceras 1-6 juni 2012. Det bygger på unika mat- och dryckesupplevelser som skapas tillsammans med kända profiler inom restaurangvärlden i Stockholm samt ett samarbete med Restaurangakademien, för att stärka Stockholm som en mat-destination.

Stockholm Culinary Week blir ett övergripande ”spjutspets” evenemang som har sitt ursprung/bas i evenemanget ”Smaka på Stockholm” som genomförts i Kungsträdgården i 20 år och som nu utvecklas i ett nytt bolag och under eget varumärke. En ”advisory group” bildas med företrädare för mat Sverige för att säkerställa att kvalitén blir så hög som möjligt.

I Stockholm arrangeras årligen ett antal tema veckor under namn som Stockholm Fashion Week och Stockholm Design Week. De vilar på en stabil stödstruktur (modemässan respektive möbelmässan). SCW är en utveckling på liknande sätt med ”Smaka på Stockholm” som bas med 400 000 besökare under 6 dagar. Detta är ett bevis på att evenemang med mat och dryck som tema lockar många besökare från Sverige.

För att uppnå ett stort internationellt intresse och leda till turism satsar nu SCW på att nå internationell press och ansöker därför om ett marknadsföringsstöd om 200 000 kronor avseende PR-, kommunikations- och marknadsföringsaktiviteter.

Bolagets synpunkter

Stockholms stads evenemangspolicy slår fast att staden kan överväga att ekonomiskt engagera sig i evenemang under förutsättning att följande kriterier är uppfyllda; evenemanget ökar kännedomen om Stockholm i världen, evenemanget befäster den bild av Stockholm som staden vill visa upp, evenemanget ökar antalet besökare eller företag till Stockholm, evenemanget har en hög internationell status, evenemanget är långsiktigt utvecklingsbart samt evenemanget bidrar till att utveckla Stockholm som boende, företags- och besöksstad. Utgångspunkten är att ju större ekonomisk insats som staden överväger, desto hårdare ska kriterierna tillämpas.

Vidare ställs följande krav på arrangören av ett evenemang; en realistisk budget ska ligga till grund för evenemanget, evenemangets ekonomi ska kontinuerligt följas upp och om risk för avvikelser föreligger ska åtgärder genast vidtas. Stockholm Visitors Board ska kontinuerligt hållas underrättade om evenemangets utveckling och ekonomi och efter genomfört evenemang ska en ekonomisk slutredovisning upprättas och skickas till Stockholm Visitors Board.

Planering av olika aktiviteter med kända restauranger i Stockholm är i full gång som exempelvis ”culinary walks”, gästspel inom mat och dryck, exklusiva vinprovningar och specialmenyer, workshops, ”cockalongs” och ”cock-offs”. Intresset för att skapa dessa aktiviteter och upplevelser är stort hos ledande profiler och några av världens bästa kockar i Stockholm.

Den svenska maten har redan uppmärksammas flera gånger internationellt de senaste åren, eftersom kockar från restauranger i Stockholm vunnit priser i den internationella tävlingen VM i matlagning - Bocuse D'or. Utländsk media och expertis hyllar den svenska maten och anser att Stockholm är den mest intressanta matregionen i Europa. I och med projektet Stockholm Culinary Week ser vi det positivt att Stockholm har möjligheten att utveckla sin image som matstad och därmed som besöksstad.

SCW's vision är att Stockholm Culinary Week redan första året kommer att göra ett starkt avtryck och stärka Stockholms rykte som en matstad i världsklass. Att SCW inför 2012 års evenemang ansöker om ett marknadsföringsstöd avseende PR-, kommunikations- och marknadsföringsaktiviteter för att förstärka det internationella intresset att Stockholm är ett kulinariskt resmål ser vi därför som rimligt.

Vi kan konstatera att Stockholm Culinary Week's ansökan om stöd ligger i linje med de kriterier som staden tagit fram och föreslår därför styrelsen att bevilja Stockholm Culinary Week en marknadsföringsinsats om 200 000 kr.

SLUT