



Stockholm den 12 december 2012

| | |
|-----------------------------|--------------|
| STOCKHOLM VISITORS BOARD | |
| Ink. | 2012 -12- 14 |
| Dnr. | Till |
| 20383-444/2012 | |

Ansökan om marknadsföringsinsats i Stockholm Photography Week 2013

Tidpunkt för eventet: 27 maj – 2 juni 2013

Inledning – kultur, kunskap och nätverk

Fotografiska söker samarbete med Stockholm Visitors Board för att möjliggöra att det årligt återkommande eventet Stockholm Photography Week (SPWK) blir världsledande som plats för nätverkande, utställningar i världsklass och utbyte av kunskap för både yrkesverksamma fotografer samt en bredare nationell och internationell publik. Genom att bjuda in och nå ut till världsledande bildköpare, fotografer, art directors, curatorer och gallerister vill vi befästa Stockholm som mötesplats för detta nätverk och som internationellt erkänd huvudstad för fotografi.

Plats att besöka: Fotografiska och Stockholm - The Capital of Scandinavia

SPWK genomfördes på Fotografiska i Stockholm första gången våren 2011, och nu senast i maj 2012. Kvaliteten på eventet har från starten varit internationellt mycket hög, med deltagare som Sally Mann, Albert Watson och Mary Ellen Mark. Detta har inneburit att SPWK profilerat sig som en oerhört viktig möjlighet för svenska fotografer och den insatta svenska publiken att möta och ta del av världsledande expertis inom fotografi, och att genom de internationella namnen också sprida det bästa av svensk fotografi ut i världen.

Innehållet – huvudaktiviteter under SPWK 2013

SPWK är en veckolång hyllning till fotografi för både den initierade och den bredare publiken. Innehållet riktar sig såväl de främsta inom fotovärlden som till en bredare publik:

Fine Arts Portfolio Reviews – fotografer ansöker om att få visa sitt arbete för branschens ledande internationella experter och antas efter selektering. Denna form för reviews säkrar SPWK:s mycket höga kvalitetsnivå.

Ca 200 personer förväntas delta.



Fotografiska

Commercial Portfolio Reviews – även här selekteras deltagande fotografer efter ett ansökningsförfarande för att visa sina bilder för branschens bästa bildbedömare. Commercial Portfolio Reviews är nytt för 2013 med målsättningen att nå ut till den breda och inflytelserika mode- och reklamvärlden.

Ca 200 personer förväntas delta.

Masters of Photography Workshops – några av världens ledande fotografer håller workshops under SPWK. Dessa workshops är mycket eftertraktade och är ett starkt verktyg för att locka deltagare från hela världen. Deltagare bokar platser via Fotografiskas hemsida.

Ca 200 personer förväntas delta.

Open Portfolio Night – under denna kväll visar alla som deltagit i ovanstående portfolio reviews och workshops upp sina bilder. Tidigare år har visat att Open Portfolio Night är ett oerhört uppskattat tillfälle för en bred publik att få ta del av nya fotografiska talanger på ett informellt sätt. Ett publikt event dit vi välkomnar alla stockholmare och besökare i staden för att umgås och nätverka kring foto!

Ca 500 personer förväntas delta.

Artist lectures – världsledande fotografer föreläser under SPWK under artist lectures, till vilka biljetter säljs publikt och allmänheten är välkommen.

Ca 250 personer förväntas delta 2013 års artist lecture.

Helmut Newton, öppnas som en del av SWPK 2013. Härigenom välkomnas en mycket stor och bred publik att ta del av Fotografiska som plattform för SPWK. Under Helmut Newton-utställningens öppningshelg, som är en del av SPWK, beräknas ca 4.500 besökare komma till Fotografiska. (Totalt beräknas ca 130.000 besökare se utställningen, som pågår till den 29 september 2013).

Hög internationell status

En mycket hög kvalitet på innehåll och genomförande har gjort att vi byggt upp en kärnpublik av deltagare i workshops och portfolio reviews som kommer tillbaka; SPWK har inför 2013 års genomförande ett mycket gott rykte bland såväl de professionella fotograferna som publiken. Härigenom har vi byggt upp en grund för att Stockholm internationellt ska anses vara en ledande stad för kultur och affärsmässigt nätverkande.

Majoriteten av deltagarna i workshops och portfolio reviews har tidigare år kommit från en rad olika länder, främst i Europa. Så gott som alla inbjudna revieware har varit utländska och kommer från internationellt välkända företag, institutioner och organisationer och har därigenom bidragit till att göra SPWK till ett internationellt event som även lockar stockholmare.



Fotografiska

Detta, i kombination med att SPWK även alltid utgör startskottet för Fotografiskas stora sommarutställning, gör att Fotografiska som plats och Stockholm som stad blir en plats att besöka för stockholmare såväl som nationella och internationella turister.

Bakgrund - den breda nationella och internationella publiken

Fotografiska öppnade i maj 2010 och har snabbt etablerat sig som en av världens främsta mötesplatser dedikerad fotografien. Vår verksamhet har som syfte att ta svensk fotografi ut i världen, och internationellt fotografi i världsklass till Stockholm. Härigenom vill vi verka för att etablera Stockholm som fotografins internationella huvudstad och bidra till att fler besökare och företag lockas till staden. Mot bakgrund av detta vill vi nu satsa större på att nå ut till en bredare internationell publik och göra SPWK till ett event som lockar fler utländska besökare till Stockholm. Vi tror att SPWK är ett viktigt led i att uppmärksamma Stockholms position som kulturstad och nätverksplats.

Fotografiska har omkring 400.000 betalande besökare per år och dessutom 11.000 medlemmar (per oktober 2012). 195.000 fans på Facebook gör att vi har ett stort genomslag med vår verksamhet, främst hos den svenska publiken.

Inför SPWK 2013 kommer ett nytt fokus placeras på commercial portfolio reviews, utöver fine art portfolio reviews. Detta innebär att den internationella reklam- och medievärlden i skall aktiveras; bildredaktörer och bildköpare från de största utländska magasinerna (exempelvis italienska Vogue, Harpers Bazaar, i:D). Härigenom vill vi göra commercial reviewers till ambassadörer för Stockholm i sina nätverk.

Stockholm som kulturstad och nätverksplats

Mot bakgrund av detta satsar vi nu större på att nå ut till en bredare internationell publik och göra SPWK till ett event som lockar fler utländska besökare till Stockholm. Vi tror att SPWK är ett viktigt led i att uppmärksamma Stockholms position som kulturstad och nätverksplats. Genom samarbete med SVB hoppas vi kunna lyfta ett event som redan är högkvalitativt och ekonomiskt bärkraftigt till en nivå som verkligen bidrar till att positionera Stockholm som en världsstad.

Med ett stöd från SVB på 800.000 kronor skulle vi kunna åstadkomma detta.



Fotografiska

Stockholm den 12 december 2012

Bilaga 1: Fotografiskas miljöarbete

Fotografiskas fysiska belägenhet på Stadsgårdshamnen gör att vår publik naturligt får del av Stockholms unika miljö vid vattnet. Ett av Fotografiskas kärnvärden sedan starten är att värna miljön.

Stora Tullhuset, som Fotografiska huserar i, har blivit tilldelade en Green Building-märkning, vilket innebär att Fotografiskas arbete för att effektivisera vår energiförbrukning och använda förnyelsebar energi i byggnaden godkänts av Europakommissionen. Från miljövänliga byggmaterial till ekologiska och närproducerade råvaror i restaurangen är varje besökare också en del av det utpräglade miljötänket på Fotografiska.

Hela huset värms upp av bergvärme och förses sedan hösten 2012 med ren el från vår senaste partner Telge Energi. En oerhört viktig del i detta samarbete är vår gemensamma önskan om att upplysa vår stora publik om förnyelsebar energi.

Återvinningen är det område där vi känner att vi ännu kan bli bättre. Vår målsättning är att under 2013 ha en återvinning som är i nivå med de höga krav vi ställer på vårt miljöarbete i huset. Vi har senaste året fört fortlöpande samtal med vår hyresvärd för att få återvinningen att fungera så väl som vi vill och hoppas få fullt gehör för vårt arbete så snart som möjligt under 2013.



Fotografiska

Stockholm den 12 december 2012

Bilaga 2: Exponering av varumärke

Plan för exponering av varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia

Genom att nå ut i internationella nätverk med Stockholm Photography Week kommer Fotografiska kunna kommunicera Stockholm som the Capital of Scandinavia.

Att aktivt marknadsföra eventet mot den nya publik som utländska besökare skulle utgöra är kostsamt, och skulle kräva exponering i medier och kanaler utöver våra ordinarie. Därför hoppas vi att Stockholm Visitors Board tillsammans med oss vill satsa på SPWK 2013 och hjälpa oss locka fler besökare till Stockholm.

Exponering av varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia

- På banner på SPWK:s hemsida.
- I digitala inbjudningar och välkomstkorespondens till deltagande fotografer och revieware
- I inbjudningar och välkomstkorespondens till internationell press
- I riktade informationsmail till deltagande fotografer
- På 3 skärmar på plan -1 på Fotografiska, dit alla Fotografiskas besökare har tillträde
- I en filmad trailer över Stockholm som projiceras i stort format i en av entréerna till Fotografiska; filmen avslutas med *Stockholm – The Capital of Scandinavia*:s logotyp
- I Fotografiskas tidning som utkommer 4 gånger om året som helgbilaga i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet. Exempel på exponering i tidningen är synlighet av logotyp i puff för SPWK.

Ytterligare marknadsföringsinsatser kan tillkomma härutöver.



Fotografiska

Stockholm den 12 december 2012

Bilaga 3: Budget Stockholm Photography Week 2013

KOSTNADER

Resor

Boende

Arvoden

Lokaler

Bar- och kassahyra

Möbelhyra

Vakter

Dj:s

Skyltning

Mat och dryck

Del av produktionskostnader Helmut Newton-utställning

Produktionskostnader utomhusutställning (Fotografiskas fasad mot vattnet)

Personalkostnader

Marknadsföring

KOSTNADER TOTALT

1 000 000



Fotografiska

INTÄKTER

Deltagaravgifter Portfolio Reviews 400 000

Deltagaravgifter Workshops 500 000

Del av entréer Helmut Newton-utställning 495 000

INTÄKTER TOTALT 1 395 000