

Handläggare: Mattias Rindberg
Tel: 08-508 285 90
E-post: mattias.rindberg@stockholm.se

Yttrande över Association of Swedish Fashion Brands ansökan om stöd till evenemang

Stockholm Business Regions förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Bevilja Association of Swedish Fashion Brands en marknadsföringsinsats om 200 000 kronor för marknadsföringen av Fashion Week 2014 och Stockholm.

Olle Zetterberg

Lena Häggdahl

Ärendet

Association of Swedish Fashion Brands (ASFB) har i en skrivelse till Stockholm Business Region den 24 april 2014 ansökt om ett stöd om 300 000 kronor för marknadsföringen av Fashion Week den 26 – 28 augusti 2014 (bilaga 1).

I enlighet med Stockholms stads evenemangsstrategi kan staden överväga att ekonomiskt engagera sig i evenemang under förutsättning att följande kriterier är uppfyllda; Evenemanget ökar kännedomen om Stockholm i världen och befäster den bild av Stockholm som staden vill visa upp. Evenemanget ökar antalet besökare eller företag till Stockholm och har en hög internationell status. Evenemanget är långsiktigt utvecklingsbart och bidrar till att utveckla Stockholm som boende, företags- och besöksstad. Evenemanget ligger i linje

med Vision 2030 om ett Stockholm i världsklass och tangerar om möjligt kärnvärdena; - Stockholms unika, naturliga förutsättningar (vattnet, ljuset/mörkret, miljön) - Stockholms ledande spetskompetens (IT, life science och miljöteknik) - Spetsområden inom kultur (musik, underhållning, dans). Evenemanget är ekonomiskt motiverat på kort och lång sikt, upplevs som positivt för och av stockholmarna samt profilerar Stockholm – The Capital of Scandinavia.

Utgångspunkten är att ju större ekonomisk insats som staden överväger, desto hårdare tillämpas kriterierna. Vidare ska följande dokument bifogas ansökan.

- En realistisk budget vilken ligger till grund för evenemanget
- En plan för hur varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia kommer att exponeras i förbindelse med evenemanget
- En redogörelse över hur arbetet med miljöfrågor ser ut i förbindelse med evenemanget

Efter en beviljad ansökan ska arrangören tillsammans med bolaget undersöka möjligheten att marknadsföra evenemanget mot stockholmarna. Staden accepterar inte affischering på annan än därtill avsedd plats.

Efter genomfört evenemang ska följande redovisningar upprättas och skickas till Stockholm Business Region.

- En ekonomisk slutredovisning av evenemanget
- Antalet besökare på evenemanget
- Antalet internationellt ackrediterad media på evenemanget
- Antalet internationella TV kanaler som sänt från evenemanget

ASFB är en oberoende samordnande organisation skapad av och för den svenska modebranschen med syfte att samla, stödja och främja den svenska modeindustrin. ASFB arrangerar Fashion Week som genomförs två gånger per år och i augusti 2014 genomförs evenemanget för den sjuttonde gången.

Fashion Week bidrar på ett positivt sätt till att öka kännedomen om Stockholm och befästa bilden av Stockholm internationellt. Sedan starten 2005 har medias bevakning av evenemanget ökat betydande både nationellt och internationellt. Det svenska PR värdet har ökat med 21 procent jämfört med tidigare säsong och intresset från internationell press ökar med relevant modepress och dagspress från Tyskland, UK, USA, Danmark och Norge vilka är prioriterade länder för de svenska varumärkena. Dessa marknader utgör även de stora marknaderna avseende internationella besökare till Stockholm vilket är positivt. Evenemanget samlar totalt cirka 400 nationella och 150 internationella journalister.

ASFB.s målsättning är att evenemanget ska vara norra Europas starkaste modevecka. Det är mycket positivt och bidrar till att säkra den långsiktiga utvecklingen av evenemanget och evenemangets internationella status.

Parallellt med visningarna pågår andra aktiviteter kopplade till visningsveckan såsom butiksöppningar, konstutställningar och bokreleaser. Som ett sätt att positionera sig mot andra modeveckor runt om i världen arrangeras Fashion Talks. Där diskuteras och analyseras frågeställningar kring modebranschen och hållbar utveckling är i fokus.

Vidare arrangeras Fashion Night som ett sätt att bjuda in modeintresserade stockholmare och besökare att delta i evenemanget. Fashion Night ska även bidra till att driva trafik till engagerade butiker och öka försäljningen. 2013 var genomslaget mycket lyckat. Antalet besökare beräknades till 35 000 med försäljnings- och besöksrekord i flera butiker. På så sätt bidrar evenemanget till att utveckla Stockholm som boende, företags- och besöksstad samtidigt som det upplevs som positivt för och av stockholmarna. Sammanfattningsvis anser vi att ett ekonomiskt engagemang är motiverat på såväl kort som lång sikt.

Vi kan konstatera att ASFB ansökan om stöd ligger i linje med de kriterier som staden tagit fram och föreslår därför styrelsen att bevilja ASFB en marknadsföringsinsats om 200 000 kronor.

Bilagor

1. Association of Swedish Fashion Brands ansökan om stöd