

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

Yttrande över Svensk Galopps ansökan om stöd till evenemang

Stockholm Business Regions förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Bevilja Svensk Galopp en marknadsföringsinsats om 200 000 kronor för marknadsföringen av Nationaldagsgaloppen 2014 och Stockholm.

Olle Zetterberg

Lena Häggdahl

Ärendet

Svensk Galopp har i en skrivelse till Stockholm Business Region den 20 februari 2014 ansökt om ett stöd om 350 000 kronor för marknadsföringen av Nationaldagsgaloppen den 6 juni 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 sändt från evenemanget

Evenemanget bidrar till att öka kännedomen om Stockholm internationellt och befästa bilden av Stockholm som en internationell evenemangsstad.

Nationaldagsgaloppen genomfördes för första gången den 6 juni 2013 på Gärdet i Stockholm. Trots att inga omfattande aktiviteter genomfördes för att skapa internationell publicitet fick evenemanget viss internationell uppmärksamhet via Helsinki Sonomat och Al Adiyat Magazin Dubai.

Inför årets evenemang kommer jockeys från hela Skandinavien att medverka. Två av löpen kommer vidare att vara med arabhästar vars huvudman är HH Sheikh Mansoor Bin Zayed Al Nahyan Global Arabian Horse Flat Racing Festival. Av den anledningen planeras evenemanget att direktsändas i Förenade Arabemiraten.

Arrangören kommer även att ha ett större fokus på att bjuda in utländska journalister till evenemanget. Inför 2015 är målet att vidareutveckla

Nationaldagsgaloppen i form av en landskamp och på så sätt bygga evenemanget till en europeisk angelägenhet.

Enligt Kungliga Djurgårdsförvaltningen kom det cirka 50 000 besökare 2013. Antalet besökare överträffade arrangörens förväntningar och mot bakgrund av att det var första gången evenemanget genomfördes får det beskrivas som ett bra resultat.

Vanligtvis utgörs merparten av besökare vid evenemang av stockholmare och mot bakgrund av antalet besökare är det rimligt att anse att evenemanget upplevs som positivt för och av stockholmarna. I takt med att evenemanget växer och utvecklas kommer det även att ytterligare bidra till att öka antalet besökare till Stockholm.

Vidare är evenemanget långsiktigt utvecklingsbart och arrangörens målsättning är att årligen arrangera Nationaldagsgaloppen och etablera den som en tradition firandet av Sveriges nationaldag. Sammanfattningsvis är ett ekonomiskt engagemang är motiverat på såväl kort som lång sikt.

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

Bilagor

1. Svensk Galopps ansökan om stöd