

Handläggare: Mattias Rindberg

Tel: 08-508 285 90

E-post: mattias.rindberg@stockholm.se

Yttrande över Svenska Fotbollförbundets ansökan om stöd till evenemang

UEFA Europa League Final 2017

Stockholm Business Regions förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Bevilja Svenska Fotbollförbundet en marknadsföringsinsats om 500 000 kronor för marknadsföringen av UEFA Europa League Final 2017 och Stockholm.

Olle Zetterberg

Lena Häggdahl

Ärendet

Svenska Fotbollförbundet har i en skrivelse till Stockholm Business Region (SBR) den 11 januari 2017 ansökt om ett stöd om 500 000 kronor för marknadsföringen av UEFA Europa League Final den 24 maj 2017 (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 tangerar 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
- En redogörelse för hur man arbetar med jämställdhetsfrågor i förbindelse med evenemanget och i sin övriga verksamhet.

Efter en beviljad ansökan ska SBRs villkor för marknadsföringsinsats i evenemang skriftligen bekräftas av arrangören. Vidare 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 SBR.

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

Den 24 maj 2017 kommer UEFA Europa League Final att arrangeras på Friends Arena. UEFA Europa League, tidigare kallad UEFA-cupen, är den näst största fotbollsturneringen för klubb lag i Europa efter UEFA Champions League. UEFA Europa League anordnas av UEFA (Europeiska fotbollförbundet) och blev en stor officiell Europeisk turnering säsongen 1971/72 då UEFA tog över Mässcupen, som startade 1955. Från säsongen 2009/10 ändrades namnet från UEFA-cupen till UEFA Europa League.

UEFA Europa League Final bidrar till att öka kännedomen om Stockholm i världen och till att befästa bilden av Stockholm som en internationell evenemangsstad. 2016 års direktsända final sågs av 160 miljoner TV-tittare i över 100 länder och antalet ackrediterade mediarepresentanter uppgick till 1 022.

Evenemanget bidrar till att öka antalet besökare till Stockholm samtidigt som det upplevs som positivt för och av stockholmarna. Finalen i Basel 2016 attraherade 33 000 besökare. Till årets evenemang i Stockholm räknar Svenska Fotbollförbundet med cirka 50 000 besökare vilket motsvarar en fullsatt arena. Publiken kommer utgöras av såväl tillresta besökare som fotbollsintresserade stockholmare.

Globalt är fotbollen en stor och populär idrott och i Europa är idrotten som starkast med världskända storklubbar och storspelare. UEFA Europa League Final är den näst största fotbollsturneringen för klubblag i Europa efter UEFA Champions League och har därmed en hög internationell status.

Sammantaget anser SBR att evenemanget bidrar till att utveckla Stockholm som boende, företags- och besöksstad och att ett ekonomiskt engagemang är motiverat på såväl kort som lång sikt.

Av arrangörens redogörelse beträffande miljöarbetet framgår att Friends Arena ställer miljökrav på alla underleverantörer som anlitas gällande återvinning, avfallshantering och transporter där underleverantörerna är miljöcertifierade enligt ISO 14001. Vidare framgår att arrangören utvecklar planer för hur besökarna ska dirigeras till och från arenan via kollektivtrafik och chartrade busstransporter. Arrangören målsättning är att över 55 procent av besökarna ska resa med olika former av kollektiva färdmedel.

I arrangörens redogörelse avseende jämställdhetsarbetet framgår bland annat att samma inriktning som råder i verksamhetens jämställdhetspolicy även råder i de projekt och evenemang som arrangeras. En så jämn könsfördelning som möjligt eftersträvas inom olika typer av arbetsuppgifter. All bedömning inom exempelvis personalutveckling och lönesättning sker utifrån kompetens och lämplighet. Där ska också råda en ömsesidig respekt och hänsyn till medarbetarna, oavsett könstillhörighet och var och en har dessutom rätt till integritet, helt oavsett kön eller andra olikheter.

SBR kan konstatera att Svenska Fotbollförbundets ansökan om stöd ligger i linje med de kriterier som staden tagit fram och föreslår därför styrelsen att bevilja Svenska Fotbollförbundet en marknadsföringsinsats om 500 000 kronor för UEFA Europa League Final 2017.

Bilagor

1. Svenska Fotbollförbundets ansökan om stöd.