

## Bilaga 6 Marknadsutveckling och publik verksamhet

Odlande stadsbasarer genomförde under 2018 riktade aktiviteter i syfte att nå ut till den privata och kommersiella marknaden med sin offert om lokalt producerade grönsaker och hållbar fisk till marknaden. Parallellt arbetade projektet med marknadsevent, konferenser och övergripande kommunikation för att sprida erfarenheter och främja deltagande innovationsföretag.

Odlande stadsbasarer besöktes av ca 2 500 personer, fick stor mediabevakning och omsatte över 10 000 kontakter via egna digitala media.

Inom området "dialog med marknaden" uppvaktade de pilotansvariga privata köpare, livsmedelskedjor (ICA och COOP) och lokala restauranger. Flera säljkanaler etablerades för framtida samverkan i Helsingborg, Landskrona, Stockholm/Högdalen, Liljeholmen och Västberga.

Följande marknadsföringsaktiviteter genomfördes:

- Stora publika marknadsevent i Oxhallen, Högdalen centrum (4 st)
- Partnerevent i Högdalen
- Tekniska besök till anläggningar, företag och stadsdelar.
- Mediaaktiviteter med etablerade radio, tv och presskanaler
- Egen filmproduktion (5 filmer)
- Publikationer på egen hemsida och publikationer i sociala media

Denna bilaga till slutrapporten följer på en tidigare rapport (Q2 2017- Q1 2018) där vi har listat genomföra event och besök. Här kommer ett axplock av insatser under Q2-Q4 2018.

### Aktiviteter i Helsingborg.



Odlande stadsbasarer presenterades i maj för <http://run4life-project.eu/> ett EU-finansierat utvecklingsprojekt där Nordvästra Skånes Vatten- & Avlopp, kommunförbund (NSVA) utvecklar processer för storskalig återvinning av fosfor och andra näringsämnen från avlopp. Innovationsföretaget Allovivum deltog och målgruppen var innovativa vatten och avfallsföretag i EU. Kopplingen gällde hur städerna kan ta vara på stadens egna näringsämnen.

Representanter för både Helsingborg och Stockholm deltog i var sin kommundelegation och program i Almedalen i juli 2018.

Projektet deltog med föreningen Planteringen på HX festivalen Fairtrade torget den 3/8. Man kunde engagera flera helsingborgare från andra stadsdelar som ville komma i kontakt med Odlingsföreningen på Planteringen och delta i ett socialt nätverk om odlingen.

Nästa aktivitet var en studiedag "Mat i Malmö" på Sustainable Business Hub i augusti 2018. Man lärde bli a känna tre ekonomiskt hållbara odlingskoncept som hade provats ut i Köpenhamn.

I oktober deltog flera partners i Odlande stadsbasarers stora seminarium i Stockholm där man presenterade sina erfarenheter för ca 100 deltagare

I oktober genomfördes i Helsingborg Food talks HBG, en nätverksdag för företag om lokal matproduktion med Food Evolution som arrangör.

Under hösten utvecklade konsortiet i Helsingborg idéer inför kommande ansökan till UDI3 tillsammans med Indepro, NSVA, NSR, Vuxenutbildning AMF, och Arbetsförmedlingen.

### **Aktiviteter i Stockholm**

Den 1-2 september genomförde Nya Rågsveds Folkets Hus en föreningslivskonferens med fokus på stärkt lokaldemokrati, lokal utveckling, finansieringsfrågor, nätverk och socialt företagande. Konferensen vistades utav deltagare från ett 30 tal olika föreningar med stor bredd inom området Enskede-Årsta-Vantör. En grundligare genomgång med presentation gjordes utav Folkets hus engagemang, sociala entreprenörskap- och företagande utifrån förstudien i UD 1 och invigningen av projektet och odlingen i Högdalen inom UDI 2.



Den 21-22 september höll Nya Rågsveds folkets Hus en gemensam konferens för Styrelse och personal med fokus på avrapportering och strategiska ställningstaganden. Hela Vinnovaprojektets status redovisades, i sin helhet, med pågående arbete, resultat, strategiska frågeställningar inför avslut och eventuell fortsättning i UDI 3. En viktig del utav konferensen var en omvärldsspaning där projektet sattes i relation till kärnverksamheten.

I december har uppdraget givits till Coompanion Stockholms län att i samarbete med Nya Rågsveds Folkets Hus att senast vecka 10 genomföra ett spridningsseminarium med syfte att både berätta om

projekt och effekter samt leda över i framtida diskussioner och samarbeten. Fokus kommer läggas på den sociala affärsmodellen och hållbarhet i vid bemärkelse. Till detta inbjuds även partner till scenen.

### **Marknadsutveckling i Stockholm**

Under året, både vår och höst har insatser gjorts för att understödja projektets möjlighet att övergå i UDI 3. Det har handlat om riktade insatser i kommunikation och marknadsföring, presentation utav projekt och resultat gentemot lokala handlare, butiker, caféer, korvkiosker, pizzabagare, restauratörer samt blomsterhandlare. Större butiker har visat ett intresse att köpa upp all produktion under UDI 2.

Särskilda inbjudningar har gått till föreningsliv, fastighetsägare och organisationer vilket lett till besök och presentation utav projekt och resultat samt förväntat framtid till bland andra pensionärsorganisationer, Rågsveds Gröna Gårdar, Fastighets- och Centrumägare i närområdet och öppna hus för allmänheten. Totalt har ca 2 500 människor i olika roller besökt odlingen och andra delar av projektet. Detta inkluderar också besöken från 3 högskolor, kommunala, förvaltningar, Sveriges Riksdagen, Länsstyrelsen i Stockholm, andra regioner, kommuner och länder.

### **Tekniska besök i Stockholm och Helsingborg**

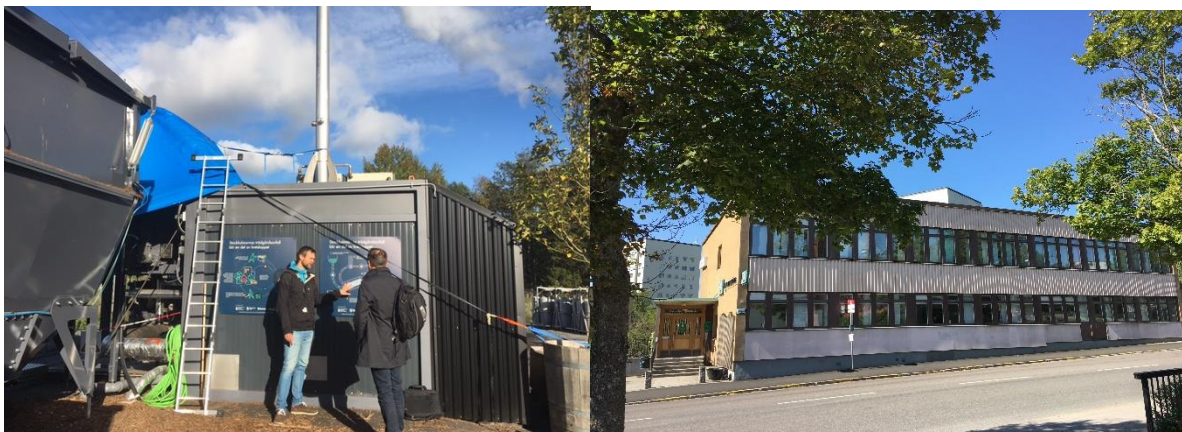
Tre tematiska besöksmenyer publicerades på hemsidan. Vi genomförde tiotals av dessa besök med experter från projektets partners, samarbetande företag och externa organisationer.

- 1. Socialt entreprenörskap och odlande stadsbasarer**
- 2. Fastigheter, odling och gröna ytor**
- 3. Avfall till energi – om öppen fjärrvärme och biokol**
- 4. Akvaponisk fisk och grönsaksodling**

### **Embassy House Högdalen – ett nytt grönt start-up hus.**

Under hösten 2018 etablerade projektet ett samarbete med Stockholms stads bostadsbolag Familjebostäder och kunde i november öppna ett nytt sk co-working hus för unga företag i Söderort. Huset har en yta på 700 kvm, tiotals rum, utställningsyta och fina samlingsutrymmen. Projektets marknadsföringsmaterial finns på plats och flera företag har redan flyttat in.

Invest Stockholm med partners fortsätter nu att planera för fortsatt drift, samverkan med Start-up Stockholm och olika företagsnätverk.



## Övergripande kommunikation och marknadsföring i Odlande stadsbasarer ( se även bilaga 8 Kommunikation)

Projektet har arbetat med en gemensam marknadsföringsplattform och kommunikationsplan som antogs vid starten.

Projektet Odlande stadsbasarer skapade en egen webbplats:  
[www.odlandestadsbasarer.se](http://www.odlandestadsbasarer.se) som lanserades i september 2017.

Total antal sidvisningar: 10 162

Antal besökare: 4 261

Antal publicerade inlägg: 36

Mest besökta sidor: 1/ Landningssida Om projektet 2/ På gång 3/ Nyheter 4/ Partner

