

København skal også være en del af den nordiske pavillon på MAPIC

Vi ansøger Københavns Kommune om kr. 162.000 til deltagelse på MAPIC 2018 samt udvikling af markedsføring og PR materiale i samarbejde med Københavns Kommune. MAPIC 2018 skal ses som et pilotprojekt, der danner baggrund for et fortsat samarbejde mellem Københavns Kommune og KCC om deltagelse på MAPIC.

MAPIC er verdens største retailmesse, der sætter fokus på detail, kultur, Food & Beverage (F&B) og leisure (fritid) samt byudvikling og ejendomsudvikling fra mere end 78 lande. Dette er en platform, hvor man kan hente inspiration til byrum, og hvor aftaler indgås om alt fra udlejning af lokaler til byplanlægning. Dette er med til at sikre at København forbliver en spændende by, højere indtægter og øget vækst på bløde såvel som hårde parametre.

Der eksisterer idag en meget velbesøgt Nordic Pavilion, hvor især Stockholm og Helsinki står stærkt, mens København og Danmark slet ikke er repræsenteret på messen.

Med en indsats om øget vækst og arbejdspladser i Greater Copenhagen, kan det derfor undre, at København ikke deltager på den største messe. Københavns Kommune deltager i forvejen aktivt på MIPIM, en lille søster til MAPIC der udelukkende fokuserer på ejendoms- og lejerbranchen. Deltagelsen her er ved repræsentation på Greater Copenhagen standen med bla. Overborgmesteren i Københavns Kommune. Det undrer derfor, at København ikke er repræsenteret på hovedmessen, MAPIC, der har fokus på flere parametre som alle kan være med til at sikre vækst i København og Greater Copenhagen.

KCC ønsker af samme årsag, i samarbejde med Københavns Kommune at ændre på dette, og ansøger derfor om kr. 162.000 til deltagelse på Nordic Pavilion ved MAPIC 2018.

OM MAPIC

MAPIC Cannes er den største og mest betydningsfulde globale platform, der forbinder detail, kultur, Food & Beverage (F&B) og leisure (fritid) samt byudvikling og ejendomsudvikling.

På MAPIC deltager 8.600+ fra 78 lande, der blandt over 2.100 retailere, mere end 2.500 by- og ejendomsudviklere samt adskillige investorer og andre fra industrien. Derudover afholdes mere end 100 konferencer under messen ledet af eksperter inden for deres felt. Med så mange repræsentanter fra så bredt et felt, er muligheden for networking kolossal.

Bredden gør samtidig, at MAPIC fungerer som overbygning på MIPIM, som er en ren ejendomsmæglemesse, hvorimod MAPIC er den største retailmesse der afholdes.

På MAPIC præsenteres projekter – igangværende, færdiggjorte og opererende – forbymiljøer og shoppingcentre. Dette sker ved Mock Ups, plancher og ved møder med de enkelte operatører.

På samme måde undersøger internationale detailoperatørmuligheder for nyåbninger og etablering i innovative byer. Det samme er gældende for F&B operatører. Dog opleves også det modsatte, hvor byer opsøger internationale operatører indenfor detail, F&B, leisure og kultur. Ud stillemer typisk byudviklingsoperatører, ejendomssejere, ejendomsudviklere, detailbrands samt F&B operatører. En af de store byudviklingsvirksomheder der er meget aktive på messen er det franske Frey, som i 2017 præsenterede 3-4 forskellige projekter for udvikling af byrum.

Blandt de mest aktive, innovative og kreative tanker og oplæg udvælgendes de bedste som bliver tildelt priser indenfor de respektive kategorier. Disse grupper er selvfølgelig til stede på messen sammen med repræsentanter fra diverse kommuner og organisationer der kunne være interesserede i den fortsatte udvikling.

I 2017 var to danske brands nomineret: Søstrene Grøne og Flying Tiger, hvor førstnævnte modtog prisen.

HVO ER KØBENHAVN?

Desværre er København overhovedet ikke repræsenteret. Og det til trods for, at der er en Skandinavisk Lounge (Nordic Pavilion) på ca. 100m², hvor Stockholm og Göteborg står meget stærkt. Oslo er til stede, mens Helsinki arbejder i overhalingssbanen og er klar til at overtage begrebet ”Skandinaviens Hovedstad”, som idag besiddes af Stockholm.

Denne position bør København, som en international metropol besidde. København tilbyder en åben og sikker by, med let tilgængelighed, en velplanlagt infrastruktur, en unik cykelkultur, et stort og varieret sortiment af restauranter, og internationale brands.

Det kan derfor undre, at ingen danske er repræsenteret i panelerne på konference. Specielt overraskende var det, at opleve svenske og nordmand i paneler for F&B, når man

ved at København besøges bl.a. for alle de gode og dygtige Michelin kokke vi har og deres koncepter.

Desuden vil Københavns deltagelse på Nordic Pavilion understrege Wonderful Copenhagen's strategipå MIPIM: Greater Copenhagen. Med indsatsen om Greater Copenhagen anerkendes at den internationale konkurrence er intensivt, og at der er brug for en fælles indsats, som øger væksten og skaber arbejdspladser i området. Ved at deltage på MAPIC er der netop mulighed for at øge væksten og skabe flere arbejdspladser i et meget stort omfang end det ertilfældet på MIPIM, da MAPIC rammer en meget bred målgruppe, og derved kan medvirke til øget beskæftigelse og vækst inden for flere brancher.

MAPIC 2018

Næste MAPIC afholdes i Cannes 14. – 16. november 2018, og her ser KBH K – Commerce & Culture (KCC) muligheden for deltagelse af København i The Nordic Pavilion, som også er den mest besøgte stand på messen.

I 2017 deltog Stockholm, Göteborg, Oslo, Helsinki i samarbejde med lokale virksomheder på Nordic Pavilion, og alle har positivt tilkendegivet deres deltagelse i 2018.

København bør være repræsenteret på messen i 2018. Dette burde være i et samarbejde mellem Københavns Kommune og KCC. Deadline for tilmelding til The Nordic Pavilion 2018 er i marts 2018.

NORDIC PAVILION

Nordic Pavilion er den nordiske stand på MAPIC, hvor flere virksomheder fra Sverige, Norge og Finland er repræsenteret. Standen drives af Nordic Council of Shopping Centres (NCSC) der repræsenterer alt fra butiksentre til ejendomsjere og enkelte retailere – og alt dertil mellem i Skandinavien.

Den 100m² store Nordic Pavilion er en af de mest besøgte stande på MAPIC, og i 2017 kunne man bl.a. finde Invest Stockholm, Business Region Göteborg og Elindersten. Svenske udviklingsvirksomheder sad tungt på standen i 2017, men både Finland og Norge havde også virksomheder repræsenteret på standen – se fuld liste og beskrivelse af deltagende virksomheder 2017 i bilag A.

Fø lles for alle tilstedevæ rende virksomheder på Nordic Pavilion er, at de respektive kommuner stø tte r virksomhedemes tilstedevæ relse på Nordic Pavilion økonomisk.

VÆRDI

Væ rdi en for København er til at få øje på. Vi giver os selv en formidabel mulighed for at vise København som den kreative hovedstad, så vel i Indre By som i bro kvartererne og på Christianshavn.

Som inspiration kan næ vnes, at Stockholmlen har deltaget i fire år, og deres resultater har været:

- / Støre synlighed
- / Stigende turisme
- / Nyetablering af internationale retailsere - dermed udvikling af byen og øget beskæ ftigelse
- / Støre forståelse for detalhandlens væ rdi for byen i form af iværksæ tteri og beskæ ftigelse til et marked hvor service udgør differentieringen

Disse resultater bevirker, at Stockholmlen idag fremstår som den mest dynamiske hovedstad i Skandinavien. Således vil København få den samme effekt og med de styrker byen har, vil man på en enkel måde overtage denne position. Af yderligere gevinster for byen kan næ vnes ny inspiration til løsning af bl.a. hastighedsdæ mpende foranstaltninger, affaldshåndtering, renhold og tilgængelighed.

MÅLSÆTNING

KCC ønsker gennem deltagelse på MAPIC at sikre en fortsat æ stetisk udvikling af København og dens variation af kulturelle oplevelser, forretninger og F&B.

MAPIC CANNES 2018 kan ses som et pilotprojekt, hvor resultatet afgør den videre deltagelse. Her skal følgende målsætninger opfyldes:

- / Minimum 25 møders skal afholdes på 2 dage
 - o Heraf skal 30 % af dem resultere i videre dialog
 - Disse skal alle være med attraktive operatører eller samarbejdspartnere
 - o Der skal være landet aftaler med halvdelen inden sommeren 2019.

PROJEKTIPLAN

Ultimo februar/Primomarts: arbejdsgruppe sammensættes

April: Strategi besluttes endeligt

Maj: Opfølgningssmøde samt konceptstatus

Juni: Opfølgning på koncept

Juli – september: Færdiggørelse af koncept og evt. produktion af diverse materialer klar til præsentation.

Oktober: Sidste mulighed for tilpasning af såvel koncept som evt. produktion af materialer.

November: Messen starter den 14.11.18 og slutter den 16.11.18.

December – januar: Evalueringssmøde om projektet.

ORGANISERING

KCC vil påtage sig projektdelen forudfærdiggørelse af konceptet i tæt samarbejde med Københavns Kommune og de øvrige interessenter, da vi allerede har kontakteme og erfaring med MAPIC.

BUDGET

Det er vigtigt at bemærke, at initiativet er bygget på fremtiden og det innovative. MAPIC 2018 skal ses som et pilotprojekt, hvor begge deltagende parter kan teste værdien af messen.

Pilotprojektet kan være baggrund for et forsatsamarbejde mellem Københavns Kommune og KCC om deltagelse på MAPIC fremadrettet.

Ved deltagelse på Nordic Pavilion er inkluderet indgang på messen (værdi kr. 25.000) og deltagelse i Nordic Pavilion Dinner for 2 personer (værdi kr. 6.000). Ved samarbejde mellem KCC og Københavns Kommune anbefaler KCC, at dette vil gælde for én person fra KCC og én person fra Københavns Kommune. Derudover er catering inkluderet i prisen samt afholdelse af 2 events for den samlede Nordic Pavilion.

<u>INDTÆGTER:</u>	<u>Pilotår 1</u>	<u>År 2</u>	<u>År 3</u>
KCC	103.000	71.000	61.000
København's Kommune	162.000	149.000	149.000
<u>Indtægter total</u>	265.000	220.000	210.000

<u>UDGIFTER:</u>	<u>Pilotår 1</u>	<u>År 2</u>	<u>År 3</u>
<u>Ledelse</u>			
Projektledeelse inkl. konceptbrevskrivelse	75.000	50.000	40.000
Total	75.000	50.000	40.000

Deltagelse på Messe

Deltagelse på Nordic Pavilion (inkl. 2 personer)	110.000		
Total	110.000	110.000	110.000

Markedsføring og PR:

Udarbejdelse af hand-out materiale	25.000	10.000	10.000
Tryk	10.000	10.000	10.000
Videoproduktion	25.000	25.000	25.000
Total	60.000	45.000	45.000

DIV. omkostninger:

Uforudsete			
Total	20.000	15.000	15.000

Total MAPIC 2018	265.000	220.000	210.000
-------------------------	----------------	----------------	----------------

Ud af det fulde beløb vil KCC dække projektledeelse, 30 % af omkostningerne til markedsføring og PR samt 50 % af uforudsete omkostninger. Værdien heraf er år 1 kr. 103.000, år 2 kr. 71.000 og år 3 kr. 61.000.