

## **Ansøgning om tilskud til Copenhagen Fashion Week's talks-program, der adresserer bæredygtig omstilling og diversitet i modebranchen.**

### **Ansøger**

Copenhagen Fashion Week  
Fæstningens Materialgård  
Frederiksholms Kanal 30, A2  
1220 København K

Copenhagen Fashion Week (CPHFW) ansøger hermed Kultur- og Fritidsudvalget i Københavns Kommune om tilskud på 120.000 kr. til et talks-program under modeugen i februar 2023, som adresserer forskellige aspekter af bæredygtighed og diversitet i branchen.

### **Ansøgning**

CPHFW har - med støtte fra Københavns Kommune - afviklet fire særdeles vellykkede talks-programmer og vi ønsker at gentage succesen under kommende modeuge den 31. januar – 3. februar 2023.

**Formål:** Det er fortsat målet, at talks-programmet skal medvirke til at sætte vanskelige, men også højaktuelle emner på dagsordenen i en branche, som i den grad mærker et pres for forandring. Talks-programmet skal adressere nogle af de etiske og miljømæssige udfordringer, som modebranchen står over for og bidrage med nye aspekter.

- **Talks-programmet:** Programmet vil bestå af ca. 5 digitale talks med velkendte profiler fra modebranchen, forskere, politikere og aktivister. De overordnede temaer vil fx være ”diversitet i modebranchen”, ”klima og mode” og ”talentudvikling”.

Alle debatter og talks vil være tilgængelige via livestreaming på vores kommunikationsplatforme således, at vi når ud til et stort publikum og får inddraget så mange borgere som muligt. Talksene vil også være offentligt tilgængelige efterfølgende både på Youtube samt i et podcast-format, så folk kan lytte til dem.

CPHFW initierede talks-programmet første gang i august 2020 med støtte fra Kultur- og Fritidsudvalget. Der var stor interesse for konceptet fra både branchen og forbrugerne.

## **Bilag 1:**

### **Om Copenhagen Fashion Week**

Fonden Copenhagen Fashion Week er en almennyttig organisation, der fungerer som paraplyorganisation for modeugen, som afholdes to gange om året i København i hhv. januar/februar og august. Modeugen er i dag mode- og tekstilbranchens vigtigste salgs- og PR platform. Den består af to store messer, showrooms, modeshows, præsentationer og andre salgsfremmende events.

Det er Copenhagen Fashion Week's kerneforretning at drive en professionel og nyskabende modeuge således, at vi kan stille den stærkest mulige platform til rådighed for at skabe salg og PR for branchen samt forblive interessant for danske brands, internationale indkøbere, presse og branchen generelt; såvel iværksættere og mindre vækstvirksomheder som etablerede modebrands drager nytte af den store opmærksomhed, der rettes mod København under modeugen. Jo stærkere CPHFW står globalt, des stærkere er rammerne for bæredygtig vækst i de danske modevirksomheder.

### **Baggrund: Hvorfor bæredygtighed?**

I 2019 blev bæredygtighed forankret som et centralt omdrejningspunkt for hele den københavnske modeuges nye strategi med ambitionen om, at modeugen skulle være den mest bæredygtige på internationalt plan. Som stor tilbagevendende kultur- og branchebegivenhed har modeugen mulighed for at inspirere både forbrugere og branche til hhv. et mere bæredygtigt forbrug samt en mere bæredygtig forretning. Med den globale klimakrise og det faktum, at mode er en af de mest klimabelastende industrier i verden, er det essentielt, at CPHFW lægger sit fokus her og påtager sig et ansvar og en fremtrædende rolle.

En bæredygtig modeuge er en to-strengt indsats, der dels handler om, 1) hvordan CPHFW som event kan produceres mere bæredygtigt og dermed minimere sit miljø- og klimamæssige aftryk på byen, samt 2) hvordan CPHFW som platform fortsat kan motivere brands til mere bæredygtig produktion og forbrugere til et mere bæredygtigt forbrug.

### **Status**

I januar 2020 offentliggjorde CPHFW, som den første modeuge, en ambitiøs bæredygtigheds handlingsplan samt introducerede bæredygtighed som et krav for deltagelse under modeugen i januar 2023. Det betyder helt konkret, at alle deltagende brands fra kommende modeuge i februar 2023 skal overholde 18 minimumskrav samt dokumentere deres bæredygtige initiativer for, at de kan deltage under modeugen.

CPHFW har med udgangspunkt i modeugens "2023 bæredygtighedskrav" cementeret sig som "best practice" modeuge i forhold til at integrere bæredygtighed samt skubbe på for forandring. Processen er i fuld gang og 2023 bæredygtighedskravene bliver blandt andet anvendt i det offentlige

projekt ”Grøn Genstart” og nordiske projekter ud fra tanken om at ensrette og konkretisere nye krav til branchen, således at vi understøtter og fremmer en reel bæredygtig omstilling i branchen.

CPHFW er således lykkes med at blive – og skal fortsat være – frontrunner i forhold til andre internationale modeuger og der pågår dialoger med internationale modeorganisationer med henblik på udbredelse af ”den danske model”.

CPHFW ønsker at bibeholde og styrke denne position. Dette skal ske ved fortsat at intensivere arbejdet med den overordnede bæredygtige strategi, herunder styrke positioneringen og historiefortællingen om København som grøn modemetropol.

### **Finansiering**

Copenhagen Fashion Week er på nuværende tidspunkt er finansieret af 15% offentlige midler og 85% kommercielle partnerskaber. De offentlige midler kommer fra Erhvervsministeriet, der støtter Copenhagen Fashion Week’s bidrag til vækst i modebranchen og markedsføring af Danmark i tråd med Vækstteamets anbefalinger fra 2018, hvor Copenhagen Fashion Week fremadrettet i højere grad skal understøtte eksport af bæredygtig mode.

### **Ledelsen**

Cecilie Thorsmark har været adm. direktør siden den 1. november 2018. Hun kommer fra en stilling som kommunikationsdirektør i Global Fashion Agenda, og er uddannet cand.merc fra Copenhagen Business School.

Bilag 2:

## Budget

<b>INDTÆGTER</b>	
<b>Talks-program</b>	
Tilskud fra Kultur- og fritidsudvalget	120.000
<b>INDTÆGTER i alt</b>	<b>120.000</b>
<b>UDGIFTER</b>	
<b>Talks-program</b>	
Løn og honorarer (produktionsansvarlig, teknikansvarlig, digital koordinator, moderatorer & paneldeltagere)	65.000
Materialeudgifter (teknik, av-udstyr)	38.000
Fortæring (morgenmad, frokost, drikkevarer og kaffe/the)	5.000
PR & Markedsføring	3.500
Øvrige udgifter, specificeret	
a) Make up	5.000
b) Fotograf	8.000
c) Venue	0
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>124.500</b>
<b>RESULTAT</b>	<b>-4.500*</b>

\*Dækkes af CPHFW