Beslutsgruppen Evenemang  
Underlag för beslut om stöd ur Uppsala kommuns mötes- och evenemangsstöd

Evenemanget/mötets namn

|  |
| --- |
|  |

Grundläggande uppgifter

|  |  |
| --- | --- |
| Arrangör |  |
| Datum för genomförande: |  |
| Förväntat antal deltagare: |  |
| Förväntat antal publik/medföljare: |  |
| Förväntat antal TV/streaming tittare: |  |

Bakgrund – kort om mötet/evenemanget (max 4 rader)

|  |
| --- |
|  |

Evenemangets/mötets ekonomiska effekt i Uppsala

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Uträkning, enligt nedan modell | Total |
| Beräknat antal deltagare/publik som bor på hotell\* |  |  |
| Beräknat antal deltagare/publik som bor på hårt underlag\*\* |  |  |
| Beräknat antal deltagare/publik som är dagsbesökare\*\*\* |  |  |
| Andel lokala/nationella/internationella gäster i procent |  |  |
| Är det ett återkommande evenemang / möte till Uppsala? Hur ofta? |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| TOTAL BERÄKNAD INTÄKT TILL NÄRINGEN I UPPSALA |  |  |

\*Beräknas enligt följande:

* Vid publikt evenemang – Antal deltagare/publik \* Antal nätter \* 1200 kr
* Vid möte – Antal deltagare/publik \* Antal nätter \* 3000 kr

\*\*Med hårt underlag menas boende i ex skolsal. Beräknas enligt följande;

* Antal deltagare/publik \* Antal nätter \* 400 kr

\*\*\*Deltagare och publik som reser in till Uppsala, men som inte sover över. En person kan göra flera dagsbesök. Beräknas enligt följande:

* Antal deltagare/publik \* 200 kr

Bifoga tidigare underlag från tidigare år (från Uppsala eller andra städer).

Stärka varumärket genom synlighet

Kryssa vilken typ av synlighet som mötet/evenemanget möjliggör. Gäller såväl köpt synlighet som redaktionell.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **TV** | **Radio** | **Print** | **Digitalt (ej sociala medier)** |
| Uppsala kommun |  |  |  |  |
| UNT-området: Tierp, Enköping, Östhammar, Knivsta |  |  |  |  |
| Uppsala län |  |  |  |  |
| Övriga Mälardalen |  |  |  |  |
| Sverige |  |  |  |  |
| Norden |  |  |  |  |
| 1-9 europeiska länder |  |  |  |  |
| 10 eller fler länder i Europa |  |  |  |  |
| Evenemanget nämns inte i media |  |  |  |  |

Beskriv hur ni jobbar med sociala medier

|  |
| --- |
|  |

Vem är den primära målgruppen för mötet/evenemanget?

Kön (hur ser den procentuella fördelningen mellan kvinnor och män)

|  |
| --- |
|  |

Ålder (vilket åldersspann riktar sig evenemanget till)?

|  |
| --- |
|  |

Var bor de? Ex Uppsala, Mälardalen, Sverige, internationellt?

|  |
| --- |
|  |

Vilka intressen har den primära målgruppen utöver mötet/evenemangets huvudsakliga inriktning?

|  |
| --- |
|  |

Beskriv kort hur man planerar att nå den primära målgruppen, redogör kort för marknadsplanen (alternativt bifoga den till denna bedömning)

|  |
| --- |
|  |

Bidra till varumärket Uppsala

Kan mötet/evenemanget kopplas till att stärka andra prioriterade projekt inom Uppsala kommun, ex ICT-kluster, Life Science, Clean Tech, universitet, cykel, landsbygd osv? Om ja, på vilket sätt? Om nej, finns det en koppling men som inte nyttjas?

|  |
| --- |
|  |

Verka för långsiktig hållbarhet

Vilken miljöpåverkan har evenemanget? Redogör för varje enskild fråga.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **JA, beskriv vad!** | **NEJ. Motivera!** |
| Har mötet/evenemanget en miljöcertifiering, ex Håll Sverige Rent? |  |  |
| Har ni en hållbarhetsplan för ert möte/evenemang? |  |  |
| Tillämpar ni sopsortering på möte/evenemanget? Hur mycket sopor producerar ni varje möte/evenemang? |  |  |
| Stör ert möte/evenemang närmiljön genom ljud från evenemanget? |  |  |

Antal uppskattade arbetade timmar ideellt?

|  |
| --- |
|  |

Hur jobbar ni med social hållbarhet lokalt? Ex samarbete med lokal välgörenhet.

|  |
| --- |
|  |

Ekonomisk hållbarhet

Är det rimligt att tro att mötet/evenemanget klarar sig utan offentligt stöd inom en 5-års period?

|  |
| --- |
|  |

Vilken tillväxtmöjlighet har mötet/evenemanget? Kan det växa sig större i Uppsala? Dvs fler möten/evenemang, säljer mötet/evenemanget slut osv

|  |
| --- |
|  |

Hur stor är den totala budgeterade intäkten till evenemanget?

|  |
| --- |
|  |

Hur stor andel, i procent, av totalintäkter utgörs av;

|  |  |
| --- | --- |
| Offentligt stöd (bidrag) |  |
| Privat stöd (sponsring) |  |
| Inträdes/deltagaravgifter |  |
| Övriga intäkter (försäljning, TV/streaming osv) |  |

Bidra till att öka Uppsalas besöksantal och årsbeläggning över året

|  |  |
| --- | --- |
| Genomförs mötet/evenemanget på majoritet vardag eller helg? |  |
| Månad för genomförande |  |

Lämnar evenemanget bestående värden till Uppsala

Kan arrangören bidra med;

|  |  |
| --- | --- |
| Mötes och evenemangsrelaterad kunskap eller kontakter till såväl DUAB som andra arrangörer? Om ja, vilka. |  |
| Materiella ting som efterlämnas mötet/evenemanget alternativt magasineras? Om ja, vad? Kan det komma uppsalabor till gagn? |  |

Utmanar mötet/evenemanget befintliga anläggningar att lära sig nytt och utveckla sina produkter och tjänster?

|  |
| --- |
|  |

Vara unika

Vilka huvudsakliga konkurrenter har mötet/evenemanget? Namn, tid, plats

|  |
| --- |
|  |

Engagera den kommunala organisationen

Kan mötet/evenemanget kopplas till något projekt/verksamhet inom Uppsala kommun? Och bidra till målen?

|  |
| --- |
|  |

När togs den första kontakten med evenemangslots/Beslutsgruppen? Antal månader innan genomförande.

|  |
| --- |
|  |

Övrigt

Vilken stöttning förväntar ni er av evenemangslots och är mest behov av utöver kontanta medel ni ansökt om från Uppsala kommuns beslutsgrupp?

|  |
| --- |
|  |