



KÖTT FRÅN  
SVERIGE

FRÅN  
SVERIGE

MJÖLK FRÅN  
SVERIGE

# Från Sverige-veckorna

19 sept – 2 okt 2022

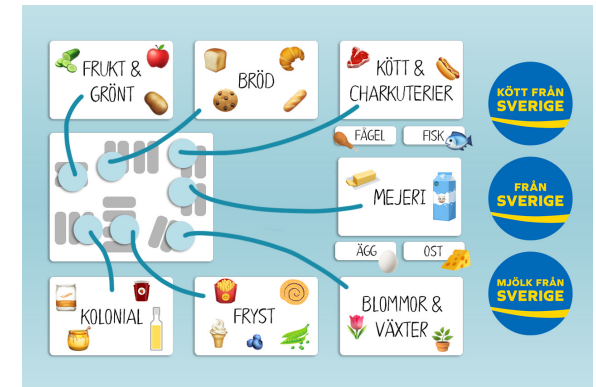
Aktivitetsplan  
version 2022-08-23



# Uppskyltning i dagligvaruhandeln 2022

- **Svenskmärkning skyltar upp ca 500 butiker i storstadsregionerna via Retail House (ICA, Coop, Hemköp, Citygross)**
  - Butiksmaterial som kan sitta uppe permanent
  - Sätts upp i butik vecka 34-37 — butikslista finns i Teamsgruppen, hör av dig om du vill ha den mejlad.
- **Willys och Lidl skyltar upp sina egna butiker.**
- **Aktiviteter som företag och enskilda butiker genomför.**
- **Svenskmärkning står för det kostnadsfria butiksmaterialet.**

Aktiviteten är extra viktig i år. Tillsammans ser vi till att kunden möter en ordentlig vägledning som inspirerar till att handla svenska råvaror och livsmedel och därigenom säkra upp den svenska livsmedelsförsörjningen både på kort och på lång sikt.





# Mathems aktiviteter under Från Sverige-veckorna

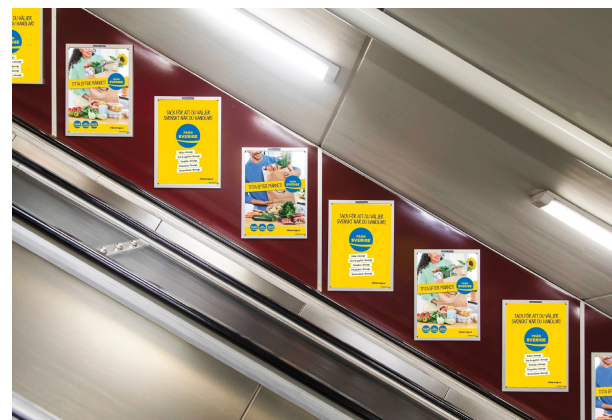
- **Shop-in-shop.** En butik i online-butiken för endast Från Sverige-märkta varor, stort utbud för att förenkla att testa nya produkter och varumärken. Flertalet finns till kampanjpris. På sidan anges även info om vad Från Sverige-märkningen innebär.
- **Specialexponeringar på sajt.** Genom banner på premiumplaceringar på sajten ska vi väcka uppmärksamhet, synliggöra och driva trafik till Från Sverige-butiken.
- **Annonsvaror:** Från Sverige-märkta varor, tillsammans med andra svenska varor, högst upp på Mathems startsida med de mest attraktiva priserna för perioden.
- **Premiumplacering för en Från Sverige-artikel** på startsidan bredvid banner med ett attraktivt kampanjpris.
- Leverantörer kan investera i extra banner på kategorisida till ett attraktivt pris.
- Pushar i sociala medier för att engagera och driva trafik till shop-in-shop.

Mathem



# Från Sverige annonserar — utomhus, kundvagn

- Även i år syns Från Sverige på 1525 Adshel Supermarket vecka 39 över hela landet. I direkt anslutning till butikernas entréer och parkeringsplatser, gator och torg för att påverka konsumenten på väg in i butik.
- Vi utökar med T-banan i Stockholm med 130 paneler och 625 paneler i rulltrappa v. 38-39
- Kundvagnsreklam v. 36-39 på 46.000 ytor i drygt 400 butiker inom ICA, Coop, Axfood & City Gross
- Från Sverige-resan i Land lyfter Från Sverige-veckorna





# Nytt för i år – kassalinjen hos ICA

- Vi provar en ny kanal – TV-monitorer ovanför kassalinjen på ICA
- Kassalinjen: Matvarubutiker är välbesökta och genom att synas på de strategiskt utplacerade TV-monitorer i kassalinjen, fångar vi mångas uppmärksamhet och når ut med vårt budskap till en bred publik.
- Vi har bokat 154 stycken ICA-butiker varav 31 ICA MAXI  
19 september till 2 oktober
- 10 sekunders exponering var 5:e minut.

Så här är TV-monitorerna placerade:





# Kommunikation i Från Sveriges kanaler

Vi kommunicerar via kanalerna:

frånsverige.se, nyhetsbrev, LinkedIn, MyNewsdesk, Facebook och Instagram!

Vad gör ni? Svara på 3 frågor!

Svara på de tre frågorna, så att vi kan lyfta vad ni gör under veckorna. Det räcker med ett par meningar.

1. Vad gör ni i butik och övrig kommunikation under Från Sverige-veckorna?
2. Varför ursprungsmärker ni med Från Sverige?
3. Vad har ni för förväntningar på Från Sverige-veckorna?

Mejla svaren till [lotta.hovhammar@svenskmärkning.se](mailto:lotta.hovhammar@svenskmärkning.se) senast **12 sept.**



## Från Sverige-veckorna 2021 — samlade artiklar!

Under Från Sverige-veckorna har företag, butiker och online-butiker berättat om hur de har lyft Från Sverige och produkter under veckorna. Här är artiklarna samlade!

[Läs mer](#)



# Från Sveriges sociala medier

Våra sociala medier som Facebook, Instagram, LinkedIn, kommer gå varma med Från Sverige-veckorna och aktuella ämnen och initiativ. Vi kommer ha huvudfokus på märkets innebörd och märkets kriterier.

## Annonsering Instagram och Facebook

- Riks, målgrupp 20–60 år, räckviddsdrivande, lyfta kriterierna

## Tävling

- Tävling om tre kassar fullproppade med Från Sverige-märkta varor från hela butiksvarvet. Dela gärna i era kanaler!

## Quiz

- Vi kommer ha ett quiz via Instastory som ni även kan få tillgång till och dela!

## Ladda ned material

- Ladda ned digitalt material för sociala medier på [fransverige.se/butik](https://fransverige.se/butik) under "Digitalt material"
- Vill du ha företagsanpassat digitalt material (bilder etc) eller quizfrågor? Mejla [evelyn.berkeley@svenskmarkning.se](mailto:evelyn.berkeley@svenskmarkning.se)

Tagga oss gärna! #fransverige #köttfransverige #mjölkfransverige #fransverigeveckorna





# Tips på vad du kan göra!

1. Svara på ”3 frågor”!
2. Kommunicera Från Sverige-veckorna i dina kanaler
3. Tagga oss i sociala medier.  
#frånsverige #köttfrånsverige #mjölkfrånsverige #frånsverigeveckorna
4. Visa den här PPT-presentationen internt
5. Visa Från Sveriges införsäljningsfilm för att peppa personalen och organisationen.  
Kort och lång version. <https://www.youtube.com/channel/UCr7tNBkZ4i3zTANtCPxuW-w>
6. Ladda ned digitalt material och använd i dina kanaler. <https://fransverige.se/digitalt-material/>
7. Skylta upp produkter i butiken, fota och mejla bilderna till [lotta.hovhammar@svenskmärkning.se](mailto:lotta.hovhammar@svenskmärkning.se)
8. Dela gärna med dig om vad ni gör! Skicka bilder!
9. Läs mer på <https://fransverige.se/fran-sverige-veckorna/>



En film om varför  
vi ska skylta upp  
Från Sverige i butik





# Från Sverige-veckorna 2022

## Syftet med Från Sverige-veckorna

### VAD

Skapa uppmärksamhet kring märkta produkter  
Öka kunskapen om kriterierna  
Visa på bredd och utbud

### HUR

Lyfta fram produkter  
Lyfta fram svenska mervärden och märkets kriterier  
Lyfta fram primärproduktion, livsmedelsföretag, handeln

### VARFÖR

Locka konsument till butik  
Skapa uppmärksamhet i media  
Inspirera konsument att titta efter märket  
och köpa Från Sverige-märkta produkter  
Öka försäljningen av märkta produkter

## Budskap – tydliga och enkla

Välj svenskproducerade råvaror, livsmedel och växter!

Titta efter märket när du handlar!

Koppla ihop produkterna och märket med kriterierna och svenska mervärden: Odlat, fött och uppfött, förädlad, förpackat och kontrollerat i Sverige. Jobb, trygga säkra livsmedel, hållbart producerat etc.

Tema ”Handla utmärkt! ”Tack för att du väljer svenskt”





# Utvärdering efter Från Sverige-veckorna 2022

- Fyra veckor efter utomhuskampanjen startar en kampanjmätning för att utvärdera hela insatsen. Har konsument sett kampanjen, förstått innebörden och handlat.
- Vi utvärderar våra insatser i de ca 500 butiker som vi hjälper till att skylta upp via Retail House
- Vi ställer även frågor till er, så att vi kan se hur veckorna fungerat och vad som kan vässas ytterligare inför nästa års Från Sverige-veckor.
- **Boka redan nu! Från Sverige-veckorna 2023 vecka 38 och 39!**





Kontakta gärna oss om du undrar något kring kommunikationen! Vi hör!



**Lotta Hovhammar, Kommunikationsansvarig**

010-184 25 02

070-995 78 82

[lotta.hovhammar@svenskmarkning.se](mailto:lotta.hovhammar@svenskmarkning.se)



**Evelyn Berkeley, Digital kommunikötör**

010-184 25 01

072-083 27 35

[evelyn.berkeley@svenskmarkning.se](mailto:evelyn.berkeley@svenskmarkning.se)