

Du är utvald att delta på Sundsvalls  
enda renodlade mässa



 **SUNDSVALLS  
HEM & VILLAMÄSSA**

19-20 oktober 2019

Prospekt för utställare—presentation  
av mässans mål, arrangören, lite historia,  
marknadsföring, varumärkesbyggande,  
monterskiss, priser.

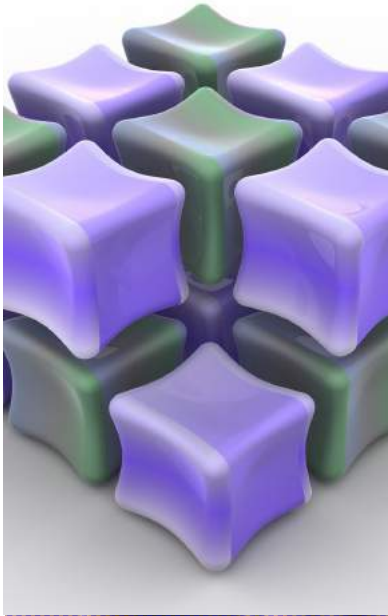
På sista sidan finns en sammanfattning—  
mässan i korthet.

Partners:



INNEHÅLL

Bitarna faller på plats.....	2
Varumärket ska stärkas.....	2
Varumärkesbyggande.....	2
Marknadsföring.....	3
Program som attraherar.....	4
Inredning och renovering.....	4
Marknadsföring.....	4
Erfarenhet och hjärta.....	5
Stärka regionen.....	5
Trädgårdsmässan.....	6
Montrar och priser.....	6
Bokning och kontakt.....	6
Monterkarta.....	7
Anmälningssblankett.....	8
Allmänna villkor.....	9
Mässan i korthet.....	10



## BITARNA FALLER PÅ PLATS

PR & Media satsar vidare på Sundsvalls Hem & Villamässa 2019. Kommande mässa är den fjärde i ordningen och bitarna faller på plats.

Antalet utställare har stadigt legat på ca 200 de gångna åren. Men kvantitet är inte allt, utan viktigast är kvalitativa utställare som stämmer med

mässans inriktning och erbjuder besökaren en bra produkt.

Mässan har, och kommer även 2019 erbjuda ett grymt startfält för publiken,

både vad gäller

utställare och programpunkter

(föreläsare och dragplåster).



***“Det var en jättebra mässa. Betyg 5 av 5 möjliga!”***  
Utställare som kommenterat mässan på sociala medier.

### VARUMÄRKESBYGGANDE

Alla aktörer på en marknad har ett varumärke, som kan var olika starkt eller svagt.

Varumärken gör det möjligt att identifiera och särskilja företag/produkter.

Varumärket är personligt.

Ett starkt varumärke innebär att **identiteten**, (det man vill förmedla) och dess **image** (folks uppfattning om produkten) är i fas med varandra, vilket inte varit fallet med Hem & Villamässan tidigare.

Mässan står för kvalitet, kunskap och inspiration, men det har inte alltid uppfattats av gemene man.

Ett varumärke består både av hårda och mjuka byggstenar.

(forts s 3, till höger)

### VARUMÄRKET HAR STÄRKTS

Publiksiffran vände upp det tredje året och det betyder att mässans varumärke börjar sätta sig.

Under årens lopp har det varit ett stort problem att besökaren haft svårt att skilja mässorna i Nordichallen åt. Trots att höstens Hem & Villamässa skiljer sig väsentligt från mässorna/marknaderna som går på våren. Inget ont om dem, de har sin publik och sin inriktning, men höstens Hem & Villamässa har högre ambitioner och större mål. Publiksiffran ska upp på ca 5-6000 personer. Publiken har hittills varit väldigt kvalitativ (enligt utställarnas utvärderingar) och det är målet med mässans ambitiösa programpunkter. Att locka inte bara mycket, utan också rätt publik.

Men som sagt, 2018 var ett fall framåt då publiksiffran ökade utan att kvaliteten försämrades. Arrangören PR & Media satsade stenhårt på att profilera mässan som den kvalitetsmässa den är och resultatet visade att det var ett lyckat drag. Kampanjen och samarbetet med Mittmedia och Heja Sundsvall fortsätter och fördjupas under 2019.



Tillsammans med Mittmedia och Sundsvalls Kommun storsatsar mässan återigen inför 2019

## MARKNADSFÖRNING

Varumärkeskampanjen fortsätter alltså under hela 2019 och innefattar en rad olika moment både i tryckt media, digitalt på olika intressesajter och i sociala medier.

I oktober startar ordinarie marknadsföring av själva mässan. Utöver annonsering via Mittmedia i hela regionen från Härnösand i norr till Hudiksvall i söder, syns mässan även på sociala medier, infartsskyltar, banderoller, riktad reklam, TV4, Rix FM, mm. Ingen ska kunna undgå att känna till mässan—samt dess särart och kvalitet.

Andra vägar för marknadsföring är de deltagande kommunernas kanaler, organisationer som tex Villaägarna, Hyresgästföreningen, mfl.

Mässan kommer även fortsättningsvis att bjuda in alla bostadsrättsföreningar i hela regionen som får ett infobrev samt fribiljetter till mässan. Detta slog väl ut 2018 då ett 40-tal representanter från olika bostadsrättsföreningar gästade mässan.



De hårda utgörs av konkreta funktioner och **prestanda**. I mässans fall, antalet utställare, ett brett utbud, ett antal seminarier som erbjuder kunskap och inspiration. Konkreta, kvantitativa värden. De mjuka byggstenarna är svårare att greppa, men också ofta viktigare för varumärket. Det handlar om uppfattningen om produkten (förväntningar, identitet, gemenskap).

Mässan klarar de hårda byggstenarna galant. Hem & Villamässan är överlägset störst med ca 200 utställare och ett gediget program. Allt det kvantitativa är på plats. Och egentligen även det kvalitativa, men människor har inte vetat om det. Dock håller det på att förändras i detta nu då Hem & Villamässan lyckats profilera sig som den kvalitetsmessa den är.

Skillnaden mellan Hem & Villamässan och de övriga mässorna i Nordichallen har belysts och varumärket, dvs kvalitet, kunskap och inspiration måste framgå allt tydligare.

Där är Du som utställare oerhört viktig. Nikes varumärke skulle inte var det det är idag om det inte hade förknippats med tex Mike Jordan, Ronaldo, Zlatan.

Mässans identitet och värde avgörs delvis av att kvalitativa utställare väljer att delta och vara en del av varumärket.

Du som fått detta prospekt i Din hand är utvald att delta på mässan, för att Du är viktig för mässan och för regionens utvecklingen. Vi vill ha Dig med!

## MARKNADSFÖRING

Idag är det inte helt enkelt med marknadsföring, i alla fall inte om man behöver nå en bred kundgrupp. Traditionella tryckta medier har sina läsare, sociala medier sina följare, radion sina lyssnare, osv.

Inom bygg, hem, villa behöver man nå både:

- ◆ unga barnfamiljer som skapar sitt första hem,
- ◆ familjen som kanske splittrats i två hem
- ◆ det medelålders paret med utflugna barn, eller
- ◆ äldre, kanske ensamma.

Mässan är ett utmärkt tillfälle att nå dessa olika målgrupper. Här möts utställare och de som är intresserade av eller står i begrepp att förändra sitt boende på något sätt.

Mässan nyttjar ett stort antal kanaler för att nå dessa olika kundgrupper:

- ◆ Mästimningen, 63 000 ex som delas ut med Mittmedia och SDR, från Hudiksvall till Härnösand.
- ◆ Facebook, Instagram
- ◆ Utomhusreklam i form av banderoller, infartsskyltar och dylikt.
- ◆ Annonsering i lokala tidningar som tex ST, SN, HT, mfl.
- ◆ Via de deltagande kommunerna.

## PROGRAM SOM ATTRAHERAR RÄTT KUNDER

Mässan ska locka besökare som står i begrepp att förändra sitt boende på något sätt. De kanske vill bygga till, köpa något mindre/större, renovera någon del av hemmet eller dylikt.

Mässans utställare är såklart det stora dragplåstret, dvs det ska främst vara för utställarnas skull som besökaren kommer. Dock är mässans program viktigt för att stärka dragningskraften och programmet

ska överensstämma med mässans och utställarnas syften.

Därför anordnas seminarier om tex köksrenovering, tapetsering, solceller eller liknande.

Många besöker mässan för att få inspiration och därför erbjuds work shops och uppvisningar för den vetgirige.



Tareq Taylor var en uppskattad gäst 2018.

## EXPERTER OCH FOKUSOMRÅDEN

Flera dragplåster presenteras under året fram till mässan. Det kan vara kända och duktiga snickare, inredare samt kockar. Tidigare år har mässan gästats av bla Tareq Taylor (vinnare av Sveriges Mästerkock), Johan Backeus (årets kock 2017), Kalle Moraeus, Snickar-Björn Christiernsson, Pirre & Mackan (tv-snickarna i Sommar med Ernst, Nya Arga Snickarn), Knut Knutson, mfl.

På ett *Gör-det-självtorg* demonstrerar utställare tex tapetsering, dekorationsmåleri, möbelrenovering, golvslipning och annat. Vill Du delta här, säg till så får Du ett rabatterat pris!

Frågor kring bostadsköp, amorteringsregler, sparande, ränteläget och dylikt är högaktuellt när konjunkturen troligen vänder nedåt. Därför erbjuds flera föreläsningar på det temat. Populära kockar eller bagare kan också vara aktuella.



## ERFANRENHET OCH HJÄRTA

PR & Media AB har över 30 år av framgångsrikt mässkapande bakom sig. Vi är Sveriges meste mässarrangör med ca 350 mässor i bagaget.

Vi har vårt säte i Dalarna, men VD Hasse Johansson har rötterna sina i trakten och till för endast ett par år sedan fanns gården vid Viskan fortfarande i familjens ägo.

Vi arbetar över stora delar av Sverige men väljer våra engagemang med omsorg. Både hjärta och hjärna måste finnas med för att lyckas med ett så krävande projekt som en stor kvalitativ mässa. Mässan ska ge ringar på vattnet i hela regionen under lång tid och vara en viktig del av det regionala näringslivet.

---

**”Vill bara tacka för en mycket bra mässa. Väl arrangerat, snyggt, bra aktiviteter. Bra jobbat!”**

Thomas Oscarsson, Roslagslyktan, om Sundsvalls Hem & Villamässa

---

## STÄRKA REGIONEN

Mässans startade som en uppföljare till Medelpads Trädgårdsmässa. Både utställare och besökare bad PR & Media starta en mässa på hösten med fokus på hem/villa/boende.

Ett syfte med mässan är att stärka regionens dragningskraft för att locka potentiella inflyttare, men också för att visa befintliga invånare traktens alla möjligheter. Det är fullt möjligt att bo i tex Härnösand, jobba i Sundsvall och spendera mycket tid på hockeyn i Timrå.

Kust och berg, stad och land, lugn och puls—regionen erbjuder allt och det är lättillgängligt. Mässan synliggör just detta.

Näringslivet har här guldgläde att möta potentiella kunder då besökaren:

- ◆ har gjort ett aktivt val att besöka mässan,
- ◆ står i begrepp att förändra sitt boende på något sätt,

och därför är öppen för handel, offerter och förslag ifrån utställarna.

Det lokala näringslivet dominerar, men utställare utifrån är ett välkommet inslag som spetsar mässan och bidrar till utveckling.



## TRÄDGÅRDSMÄSSAN

Sedan 2011 har PR & Media framgångsrikt arrangerat Medelpads Trädgårdsmässa i Timrå. Under åren framfördes en stark önskan från utställarna att PR & Media skulle göra fler mässor i regionen. Så kom Sundsvalls Hem & Villamässa till stånd!

Det båda mässorna har gemensamt är vår strävan att sätta ihop ett startfält med kvalitativa utställare och ett program som inspirerar samt lockar rätt besökare till mässan. Med andra ord, skapa en mötesplats där företag träffar kunder, säljer och marknadsför sig.

Arrangemang och kontakt:

PR & Media AB  
Org nr 556362-1068  
Uven 5, 794 90 ORSA  
[www.prmedia.se](http://www.prmedia.se)

[www.sundsvallshemvillamassa.se](http://www.sundsvallshemvillamassa.se)  
[www.sundsvallsmassan.se](http://www.sundsvallsmassan.se)

Hasse Johansson  
Tel 0705-22 27 20  
[hasse.johansson@prmedia.se](mailto:hasse.johansson@prmedia.se)

Maria Spring  
Tel 0708-18 28 98  
[maria.spring@prmedia.se](mailto:maria.spring@prmedia.se)



## MONTRAR OCH PRISER

Som utställare betalar Du utifrån hur stor monter som önskas. Montrarna finns i olika storlekar from 6 kvm (3x2 meter) upp till valfritt mått.

Syftet med Ditt mässdeltagande styr vilken monter Du ska ha. Storlek, mått, typ och placering påverkar utfallet och vi hjälper Dig gärna att välja monter utifrån Din förutsättningar och mål.

Många föredrar yttervarv, andra öppna montrar, vissa vill ha full snurr hela tiden, andra lite lugnare.

Alla priser är exkl moms.

Tema	Grundavgift	Monterhyra	Hörnmonter
Hem & Villa	800 kr	800 kr/kvm	800 kr extra
Trädgård & Uterum	400 kr	400 kr/kvm	400 kr extra
Inredning & Design	400 kr	400 kr/kvm	400 kr extra
Mat & Besöksmål	400 kr	400 kr/kvm	400 kr extra

## BOKNING OCH KONTAKT

Vi delar mer än gärna med oss av vår erfarenhet. Tillsammans skapar vi en ändamålsenlig monter som ger Dig verktygen för marknadsföring och försäljning.

Se monterskiss nedan och hör av Dig med Dina frågor så hjälper vi Dig till ett framgångsrikt mässdeltagande.

Eller skicka in anmälningsblanketten nedan så återkommer vi till Dig (ett webformulär för anmälan finns också på [www.sundsvallsmassan.se](http://www.sundsvallsmassan.se)).

Kontakt

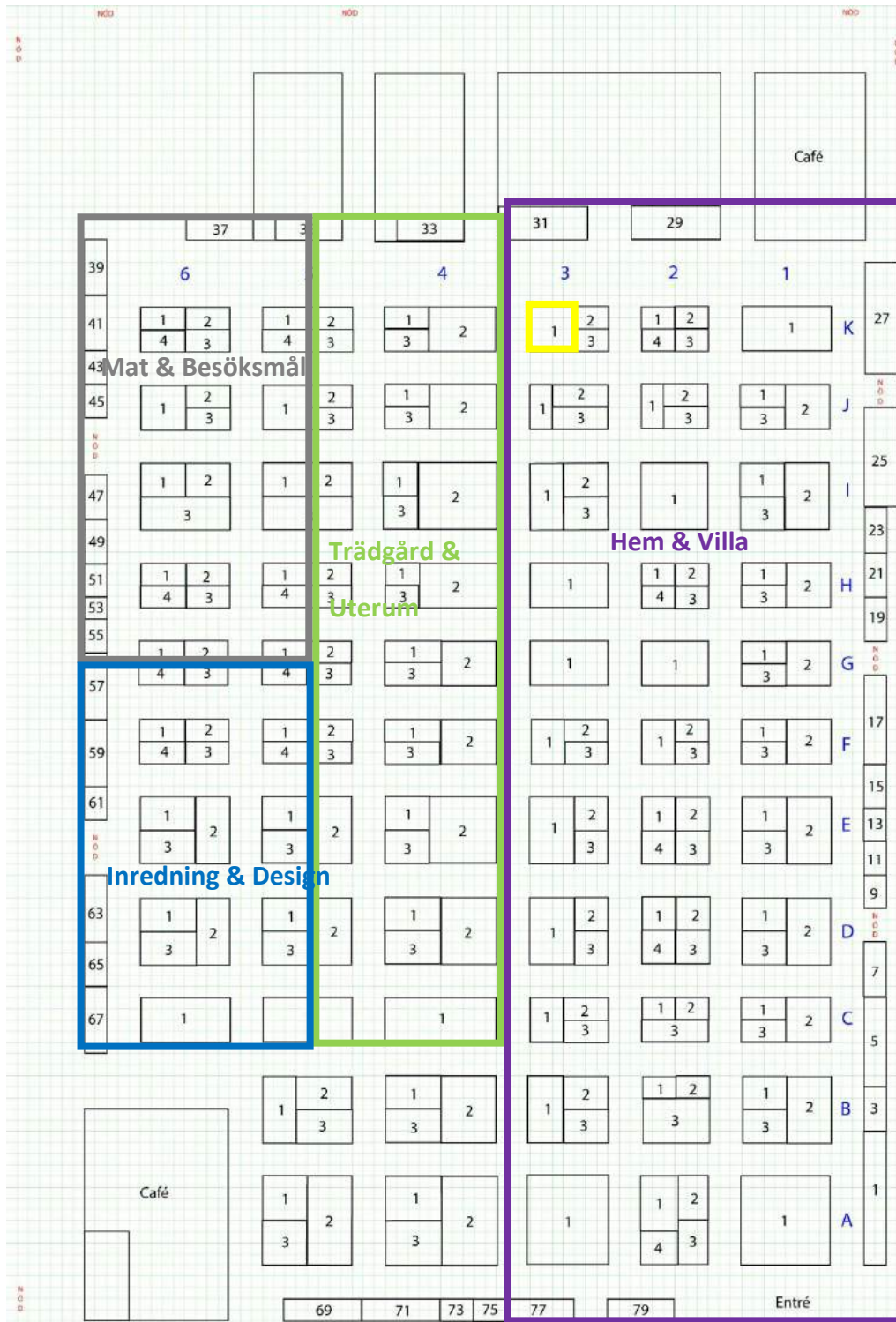
**Hasse Johansson** | 0705-22 27 20 | [hasse.johansson@prmedia.se](mailto:hasse.johansson@prmedia.se)

**Maria Spring** | 0708-18 28 98 | [maria.spring@prmedia.se](mailto:maria.spring@prmedia.se)



**PR & Media**  
MÄSSOR OCH EVENEMANG

**MONTERSKISS** – varje liten ruta motsvarar 1 meter. Monternumret är en kombination av koordinaterna. Gul exempelmonter längst upp i mitten kallas K3:1.





SUNDSVALLS

**HEM & VILLAMÄSSA ANMÄLNINGSBLANKETT**

Ifylld anmälan är viktig för korrekta uppgifter. Fyll i anmälan direkt på webben, [www.sundsvallsmassan.se](http://www.sundsvallsmassan.se) eller skicka blanketten (ifyllbar i Adobe) nedan till [info@prmedia.se](mailto:info@prmedia.se)

**Företagsuppgifter****Namn utställare  
(utställarlistan)**Juridiskt bolagsnamn  
(om annat)

Org nr

Fakturaadress

Postnr, ort

Kontaktperson, referens

Tel, fast/mobil

Mailadress

Hemsidesadress

Vi presenterar följande  
produkter och tjänster

Eventuella medutställare i samma monter skall också anmäla sitt deltagande till arrangören. Medutställare betalar endast anmälningsavgiften och får då med sitt namn i utställarlistan i mässtidningen samt på webben med länk till sin hemsida.

**Monterbokning****Tema****Önskad storlek/monternr****Underskrift**

Undertecknad har tagit del av försäljningsvillkoren ovan, samt allmänna bestämmelser på omstående sida. Dessa villkor/bestämmelser gäller även vid anmälan per telefon. Anmälan är bindande.

**Namn****Ort****Datum**

Försäljningsvillkor: Faktura 30 dagar. Samtliga mäskostnader vara betalda före mässans början den 19 okt (om ej bokning skett senare än 30 dagar före mässan). Särskild påminnelseavgift utgår med 60 kr, dröjsmålsränta debiteras med 18%. Priserna gäller exklusive moms, om ej annat anges. Fakturan ställs ut av ResultatFinans AB.



## ALLMÄNNA BESTÄMMELSER

1. Anmälningarna registreras i den ordning de inkommer och är bindande för utställaren. Efter mässans prövning bekräftas deltagande. Mässan förbehåller sig rätten att göra justeringar beträffande turordning och monterplats.
2. Överlåtelse av monterplats får inte ske utan mässans godkännande.
3. Inflyttning får inte ske förrän monterhyran är betald.
4. Mässans tider observeras. Monter ska vara färdig den tid mässan anger. I annat fall får mässan disponera utrymmet utan skyldighet till återbetalning av monterhyran. Utställda varor får inte tas bort under den tid som mässan pågår. Alla utställda föremål samt monterinredning ska vara bortförda från området på angiven tid.
5. Monterns dimensioner får inte överskridas.
6. Det är inte tillåtet att ställa ut levande djur, explosiva varor eller bullrande maskiner. Inte heller varor som är oetiska, har dålig kvalitet eller på annat sätt bedöms olämpliga av mässan.
7. Utställare har skyldighet att följa myndighetskrav/branschkrav och att förse varor med skyddsföreskrifter och godkännande. För utställning av maskiner gäller arbetsmiljölagen och Arbetarskyddsstyrelsens meddelanden. Mässan friskriver sig från kostnader som uppkommer pga att utställare inte följer bestämmelser.
8. Eventuella kostnader för elanslutningar debiteras. Alla elinstallationer skall godkännas av mässan.
9. Mässan sköter allmän renhållning, utställarna respektive monter.
10. Kontrollera företagets försäkringar. Det kan vara aktuellt att teckna separat försäkring för mässdeltagandet.
11. Utställare medger att tillgängliga uppgifter får lämnas till tredje man.
12. Utställare får inte, utan medgivande, upplåta reklamplatser eller plats för medutställare (underutställare) som inte angivits i anmälan. Det är vidare ej tillåtet hänvisa till utställning utanför mässan.
13. Om mässan/utställningen inte kan genomföras pga strejk, eldsolyckor eller annat som mässan inte råder över, fritar sig arrangören från återbetalningsskyldighet.
14. Avbeställning av mässdeltagande ska göras skriftligt och senast 30 dagar innan mässan. Då debiteras endast 50% av monterhyran, i annat fall förfaller hela monterhyran till betalning.
15. Direktförsäljning är tillåten. Dock kan viss inskränkning finnas beträffande livsmedel för direkt förtäring (kafé-, kiosk-, serveringsverksamhet). Kontakta arrangören för klarläggande.
16. Det är inte tillåtet att göra åverkan på "monterväggarna" (spika, såga, måla, borra, häftpistol eller liknande). Åverkan debiteras. Det är tillåtet att hänga fästanordningar över "monterväggkanten" eller spika på ovansidan av "monterväggen" för att hänga saker i.

**Frågor – kontakta arrangören!**

## MÄSSAN I KORTHET – SUNDSVALLS STÖRSTA

- Mässan skall stärka Sundsvallsregionens dragningskraft och näringsliv, samt visa upp traktens bästa sidor.
- Mässan marknadsförs från Härnösand i norr, till Hudiksvall i söder, samt in mot Ånge.
- Lördag-söndag 19-20 oktober 2019, kl 10-16 båda dagarna, i Nordichallen, Gärdehov, Sundsvall.
- Plats för 200 utställare inom temana Hem & Villa, Trädgård & Uterum, Inredning & Design samt Mat & Besöksmål.
- Monterpriser:

Tema	Grundavgift	Monterhyra	Hörnmonter
Hem & Villa	800 kr	800 kr/kvm	800 kr extra
Trädgård & Uterum	400 kr	400 kr/kvm	400 kr extra
Inredning & Design	400 kr	400 kr/kvm	400 kr extra
Mat & Besöksmål	400 kr	400 kr/kvm	400kr extra

- Mer info på [www.sundsvallsregionens.hemvillamassa.se](http://www.sundsvallsregionens.hemvillamassa.se)
- Alltid senaste nytt på [www.facebook.com/sundsvallsmassan/](https://www.facebook.com/sundsvallsmassan/) Gilla och dela gärna!
- Bokning och kontakt:

Hasse Johansson | 0705-22 27 20 | [hasse.johansson@prmedia.se](mailto:hasse.johansson@prmedia.se)

Maria Spring | 0708-18 28 98 | [maria.spring@prmedia.se](mailto:maria.spring@prmedia.se)

