**2010-12-02**

**Pressmeddelande**

**De utsatta förlorarna i årets julhandel – elektronikbranschen vinnaren**

**Julhandeln är nu i full gång och enligt en undersökning från medieanalysföretaget Mediapilot så är det är elektronikbranschen med iPad:en i spetsen som är den stora vinnaren. Detta om man får tro mediernas enkelspåriga rapportering av julhandeln där huvudbudskapet varit att Sverige ska shoppa sig ur den ekonomiska krisen.  De senaste årens fokus på välgörenhet har det inte synts mycket av i vare sig redaktionella eller sociala medier. Konjunkturuppgången tycks alltså ha förblindat svenskarna för den utsatthet som människor erfar i vår omvärld.**

Bara sedan den 1 november 2010 kan elektronikbranschen via allt ifrån surfplattor, kameror till espressomaskiner och smartphones räkna hem ett PR-värde på över 14 miljoner kronor, detta i artiklar där produkterna nämnts som en tänkbar och önskvärd julklapp. PR-värdet representerar en uppskattning av vad det skulle kosta att köpa motsvarande annonsutrymme i olika medier. Enbart PR-värdet för Apples iPad uppgår till närmare 35 miljoner kronor, om man ser till hur mycket publicitet som produkten fått i media den senaste månaden. Tillsammans med surfplattan toppar kameran svenskarnas önskelista, om man får tro de röster som hörs i sociala medier.

Mediernas teknikfokus inför årets jul illustrerar ett trendbrott från de senaste årens fokus på välgörande ändamål som varit utmärkande för den lågkonjunktur som Sverige nu sägs återhämta sig ifrån. Under 2008 och 2009 noterades ett ökat intresse för julklappar av välgörande karaktär såsom Naturskyddsföreningens utsläppsrätter, ekologiska och rättvisemärkta produkter samt kvalitetstid med nära och kära, detta som en reaktion mot hårdare ekonomiskt klimat. Fenomenet kan också belysas av vinnarna i ”Årets Julklapp” som presenteras av Handelns Utredningsinstitut, där vinnarna 08/09 var upplevelsen respektive spikmattan, varor med mjukare värden och till en lägre kostnad. Växande framtidtro, rapporteringar om en mer positiv konjunktur och en ökande tillgång på nya betalningslösningar gör oss mer benägna att åter efterfråga kapitalvaror. Löpsedlarna fylls nu av lockande bilder på hårda paket, borta är diskussionerna om överkonsumtion och fördelningen av jordens resurser.

**Kontaktpersoner:**

Margareta Ternell, VD Mediapilot Sverige, +46 (0)70 - 642 00 16

Peter Efvergren, analytiker Mediapilot Sverige, +46 (0)736 - 578179

Anna Bylund, analytiker Mediapilot Sverige, +46 (0)707 - 692121