Trots terrordåd: Nackastudent tar fram koncept för att lansera Sverige i Indien

**Reality-tv, en elefant målad i dalahästfärger, och utbyten av bloggare. Det är några av idéerna från studenter vid Berghs School of Communication, som fått i uppdrag av Svenska institutet (SI) att lansera Sverige i Indien. Idéerna, som presenteras på SI idag, kommer från de fyra vinnande grupperna i tävlingen ”Swedish Style in Mumbai” där totalt 21 grupper från skolan deltagit. Fördelen är att koncepten har en form som gör att de skulle kunna användas i många länder. En av vinnarna, Petra Lennartsson, kommer dessutom från Saltsjöbaden i Nacka kommun.**

* Sverige vill öka kunskapen i Indien om vårt land, våra värderingar, vår demokrati och yttrandefrihet, säger Olle Wästberg, generaldirektör för SI. Dessa planer får inte förhindras av terrordåd.

Globaliseringsrådet påpekade när dess rapport ”Sverige i världen” lanserades så sent som i tisdags hur lågt Sverige rankades i Indien enligt den världsomspännande attitydundersökningen Nation Brands Index *(NBI; se tabell nedan)*. Rådet föreslog då också att ”en långsiktig satsning på att utveckla relationerna kommersiellt och politiskt med Indien” borde genomföras.

SI avser därför inom en snar framtid genomföra en sådan satsning, i första hand i Indiens ekonomiskt och globalt viktigaste stad Mumbai (tidigare Bombay). Det är också med anledning av det som SI har tagit hjälp av Berghs elever för att lansera progressiva, genomförbara och – utmanande idéer. Förhoppningen är att flera av koncepten ska kunna omsättas i verklighet, och lanseras inom kort i Mumbai (Bombay).

* Framtidens kommunikatörer kommer att verka i en alltmer internationell miljö, och vi strävar hela tiden att förbereda våra elever på detta, menar Sofia Strömberg, rektor för Berghs School of Communication. Svenska institutets projekt "Swedish Style in Mumbai" har därför inneburit en perfekt utmaning för eleverna. Och resultatet visar att de var mer än väl redo för den utmaningen.

**De fyra vinnande grupperna, vars förslag presenteras på SI vid lunchtid idag, är:**

* *Trading Places* – utbyte mellan nationellt känd svensk respektive indisk bloggare, som får komma till den andres land, upptäcka skillnaderna och skriva om dem på sin blogg för hela läsekretsen där hemma.
* *What the Fuck is Sweden* – reality-tv om indiska och svenska modeskapare, som tillsammans tar fram klädkollektioner. För att väcka intresse målas en elefant i dalahästfärger och får paradera fram på Mumbais gator.
* *Stockholm Syndrome* – de främsta inom Mumbais musikvärld tas till Sverige under mediemässigt spektakulära former, får vistas i Sverige ett tag, rapportera hem och sätts sedan på plan tillbaka till Mumbai.
* *At Home in Sweden* – stor lägenhet i Mumbai som inreds med svenska saker, svensk musik, svenska möbler, svenska kläder med mera, och där sedan en rad aktiviteter kan hållas med svenska förtecken, såsom konstinstallationer, uthyrning till svenska artister, med mera.

Joakim Norén, processledare och varumärkesutvecklare på SI kommenterar de vinnande bidragen till ”Swedish Style in Mumbai” så här:

* Grupperna har hela tiden gått balansgång mellan vad som är genomförbart och ekonomiskt möjligt å ena sidan och visuellt spännande, progressivt och utmanande å andra sidan. De fyra grupperna har klarat den balansgången över förväntan och lagt sig alldeles i framkanten av svensk kultur och upplevelseindustri men samtidigt visat stort intresse och förståelse för målgruppen i Mumbai.

**För mer information, vänligen kontakta:**

Joakim Norén, processledare/varumärkesutvecklare, Svenska institutet, telefonnummer: 08-453 79 54, mobilnummer: 073-231 85 32, e-postadress: joakim.noren@si.se

Sofia Strömberg, rektor, Berghs School of Communication, telefonnummer: 08-587 550 06, mobilnummer: 070-764 03 35, e-postadress: sofia@berghs.se

Joakim Lindberg, press- och informationsansvarig, Svenska institutet, telefonnummer: 08-453 78 01, mobilnummer: 073-684 20 22, e-postadress: joakim.lindberg@si.se

[www.si.se](http://www.si.se)

**Tabell 1. Så rankas Sverige av *Nation Brands Indexs* panelländer**

 ***(Källa: ”Sverige i världen – Rapport från Globaliseringsrådet”)***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***Sverige***  | ***1*** | Turkiet  | 8 |
| Danmark  | 2 | USA  | 8 |
| Nederländerna  | 2 | Argentina  | 9 |
| Norge  | 2 | Kina  | 9 |
| Belgien  | 4 | Egypten  | 10 |
| Frankrike  | 4 | Japan  | 10 |
| Ungern  | 4 | Singapore  | 10 |
| Portugal  | 4 | Sydafrika  | 10 |
| Spanien  | 4 | Irland  | 11 |
| Schweiz  | 4 | Nya Zeeland  | 11 |
| Tjeckien  | 5 | Sydkorea  | 11 |
| Estland  | 5 | Storbritannien  | 11 |
| Tyskland  | 5 | Brasilien  | 12 |
| Polen  | 6 | Mexiko  | 12 |
| Australien  | 7 | Skottland  | 12 |
| Kanada  | 8 | Malaysia  | 13 |
| Italien  | 8 | **Indien**  | **15** |
| Ryssland  | 8 | Indonesien  | 15 |