

# Handelsrådets dag

## Program

6 oktober klockan 9.30-12.00

*Preliminära hålltider för förmiddagens program*

## Inledning

Handelsrådets vd **Mats Johansson** hälsar välkommen.

**Karin Johansson**, ordförande Handelsrådet och vd Svensk Handel, och **Linda Palmetzhofer**, vice ordförande Handelsrådet samt förbundsordförande Handelsanställdas förbund, talar kring nuläget i handeln och om gemensamt arbete.

## ”Samarbete och kunskaper tar fram nya lösningar”

Dagens moderator **Magnus Agervald** har en bred erfarenhet både av ledarskap i allmänhet och av handel i synnerhet, med ett förflutet bland annat hos Byggmax och Webhallen.

– Coronapandemin har skyndat på omställningen i handeln, och Amazons intåg ökar pressen ytterligare: Det gäller i alla led: detaljhandel, partihandel, fysisk handel och e-handel, säger han och fortsätter:

– Lika stora blir omställningarna för handelns medarbetare. Både de som har sitt jobb i handeln i dag och de som i framtiden kommer att arbeta som butikssäljare, logistikansvarig, hållbarhetschef, chaufför, inköpare eller i någon annan av alla de andra yrkesroller som finns i handeln.

– Nu är det dags att med samarbete och kunskaper ta fram nya lösningar för att rusta vår bransch för framtiden. Jag ser fram emot att få diskutera dessa frågor med olika företrädare för branschen den 6 oktober.

Ca kl 09.50

### Handlarinspiration:

#### ”Ö-rebeller med tanke”

**Carl-Johan Stålhammar, vd, Coop Gotland**, ger publiken en bild av hur det kan se ut när dagligvaruhandeln med nytänkande och fast förankring i lokalsamhället tar klivet in i ett nytt decennium.

– Allt det vi gör, från att ha ett omfattande sortiment av närproducerat och till de lite mer ”galna” grejorna som att ge ut skivor, bidrar ju till att bygga varumärke och därmed locka kunder och presentera oss som en bra arbetsgivare.

Coop Gotland står stadigt med fötterna i den gotländska kalkstensjorden, har fokus på närproducerat och ekologiskt, rekryterar utanför boxen, satsar på anrikt brödbak, skivbutik och pop-upbutik. Deras nystartade skivbolag kompletterar den årliga musikfestivalen och bidrar till att göra Coop till en mötesplats på Sveriges största ö samtidigt som man bygger varumärkeskännetecken både för kunder och framtida arbetskraft.

Stora Coop Visby är motorn i konsumentföreningen och butiken har prisats i olika sammanhang, och bland annat utsetts till Årets butik på Dagligvarugalan.

Resultatet: omsättningsökningar som gör Coop Gotland bäst i klassen, med rejäla ökningar tre år på raken.

– Jag hoppas att vi på Coop Gotland kan bidra med inspiration till nytänkande, och visa att entreprenörskap också får plats i en stor organisation med långa traditioner.

Ca kl 10.15

### The Influencer industry in the Nordic and beyond: Cultures, Regulations, and International trends

**Crystal Abidin, forskare i sociala medier** (sessionen hålls på engelska)

På direktlänk från Sydney talar Crystal Abidin, uppmärksammad forskare med svensk anknytning bland annat tidigare Handelsrådets post.doc-stipendiat, kring influencerindustrin.

– Jag kommer tala om hur internet-kändisskapen ser distinkt olika ut i de nordiska länderna jämfört med i övriga världen, till exempel i Asien där det fortfarande är mycket bling-bling som gäller, säger Crystal Abidin.

Hon går in på storlekshierarkin och specialiseringen som skiljer sig åt mellan de allra största influerarna, mega, och de minsta influerarna i nano-klassen.

– Jag kommer också ge en bild av de lagar och regler som omger den nordiska influerarekonomin, en marknad som är mer formaliserad och transparent än i många andra delar av världen.

Lyssnarna kommer också att få en dagsfräsch inblick i de senaste trenderna kring nätmarknadsföring i influerarekonomin, med fokus på Asia-Pacific, och exempel på hur varumärken gjort sig synliga på Instagram stories and TikTok under covid-19.

Presentationen sker på engelska.

Läs mer om Crystal Abidins senaste uppdateringar kring forskningen om nordiska influerare här <https://wishcrys.com/influencers-scandinavia/>

Senare i år är Crystal Abidin med och lanserar the Nordic Influencer Research Network online.

Ca kl 10.45

## ”Kreativitet och trygghet gör arbetsgivaren attraktiv”

**Maria Ek Styvén, professor, Luleå tekniska universitet**

– Strukturomvandling och pandemi kan ha gjort att handel och besöksnäring får svårare att rekrytera. Då måste företagen fundera på vilka styrkor har man som bransch.

Det säger Maria Ek Styvén, professor, Luleå tekniska universitet.

Utifrån sin forskning berättar hon om vad som gör en arbetsgivare attraktiv. Fokus ligger på handel och besöksnäring och synvinkeln är arbetstagarnas.

En slutsats är att nästan alla de som intervjuas uppger att kreativitet är en viktig del i deras jobb.

– Nästan alla svarade ja på frågan. Man tänker på problemlösning i allmänhet, uppfinningsrikedomen i att bemöta kunder och liknande, säger Maria Ek Styvén.

Forskningsprojektet avslutades 2019. Sedan dess har mycket hunnit hända. Inte minst pandemin.

– Det jag tänkt på i efterhand är att anställningstrygghet kom upp som en positiv faktor när man skattade attraktiva arbetsgivare. Man kunde tro att det inte skulle spela så stor roll hos just unga, men resultaten talar emot det. Och iden extrema situationen som vi är i nu kanske ytterligare betonar detta, säger Maria Ek Styvén.

Läs mer om forskningsprojektet ”Attraktiva arbetsgivare Employer branding i handels- och besöksnäring” här: <https://handelsradet.se/forskning-och-utveckling/forskningsprojekt/framtidens-fysiska-motesplats/attraktiva-arbetsgivare-employer-branding-i-handels-och-besoksnaring/>

**Panel:**

## Hur kan vi tillsammans öka handelns attraktivitet?

- **Karin Johansson**, Svensk Handel, ordförande Handelsrådet
- **Linda Palmetzhofer**, Handelsanställdas förbund, vice ordförande Handelsrådet
- **Martin Linder**, Unionen

diskuterar hur fler kan få möjlighet att etablera och utveckla sig i handelsbranschen.

Ca kl 11.25

## ”Samarbete förutsättning för effektivt hållbarhetsarbete”

**Felicia Reuterswärd**, hållbarhetsansvarig H&M Sverige

Vilka delar av den textila värdekedjan ger upphov till störst klimatpåverkan och vad krävs för att gå från ett linjärt förhållningsätt till ett cirkulärt?

Med fokus på hållbarhetsarbetet inom handeln talar Felicia Reuterswärd om vikten av samarbete: över gränser, mellan olika led i handeln, mellan företag och internt mellan avdelningar och medarbetare i företaget.

– Modebranschen står inför en enorm utmaning som ingen kan ta sig an ensam. Den är en av världens mest konkurrenskänsliga branscher, men nu har det skett en viktig attitydförändring kring samarbete just vad gäller hållbarhetsfrågor.

Felicia Reuterswärd tar upp frågor om vad som krävs för att modebranschen ska bli cirkulär och klimatpositiv, resonerar kring vilka delar av den textila värdekedjan som ger upphov till störst klimatpåverkan liksom vad som behövs för att gå från ett linjärt förhållningsätt till ett cirkulärt.

– H&M är världens näst största aktör inom moderetail. Därför har vi också en unik möjlighet att göra verklig skillnad; vår målsättning är att bli helt cirkulära och klimatpositiva 2040.

– Här får man inte bli förlamad av att utmaningarna som ibland känns oöverkomliga. Det handlar om att hitta möjligheter både i det lilla och i det stora, säger Felicia Reuterswärd.

**Tack och avslut 12.00**