F/ACT

MOVEMENT

PARTNERS

SCIENCE PARK BORÅS

GÖTEBORGS REGIONEN

Funded by

VÄSTRA GÖTALANDSREGIONEN

NATUR VÅRDS VERKET

F/ACT MOVEMENT

BACKGROUND

- Makro trends and personal values that drive sustainable consumtion
- How consumers can progress in their sustainable behaviour
- Introduction of six clear consumer ”tribes”



KLIMAT 2030 VÄSTRA GÖTALAND STÄLLER OM

VÄSTRA GÖTALANDSREGIONEN

F/ACT MOVEMENT

Upptäck de starka konsumentgrupperna

Sex tydliga konsumentgrupper driver utvecklingen mot hållbar konsumtion på olika sätt. Vad betyder det för din organisation?

Giftfria och hälsomedvetna

– gör sig av med plasten i köket, räds kemikalierna och letar hälsosamma val.



Livsförenklarna

– letar efter en enklare vardag med färre prylar och långsammare tempo. De ser också till att vårda sina relationer.



Trendiga kreatörer

– handlar trendiga och ekologiska prylar med en schyst story, gärna från en liten unik tillverkare.



Teknikoptimisterna

– ny teknik räddar planeten! De kör elfordon, har solceller och gärna en 3D-printer.



Medvetna familjen

– hela familjen kämpar tillsammans, viktigt att barnen uppfostras till kamp för klimatet.



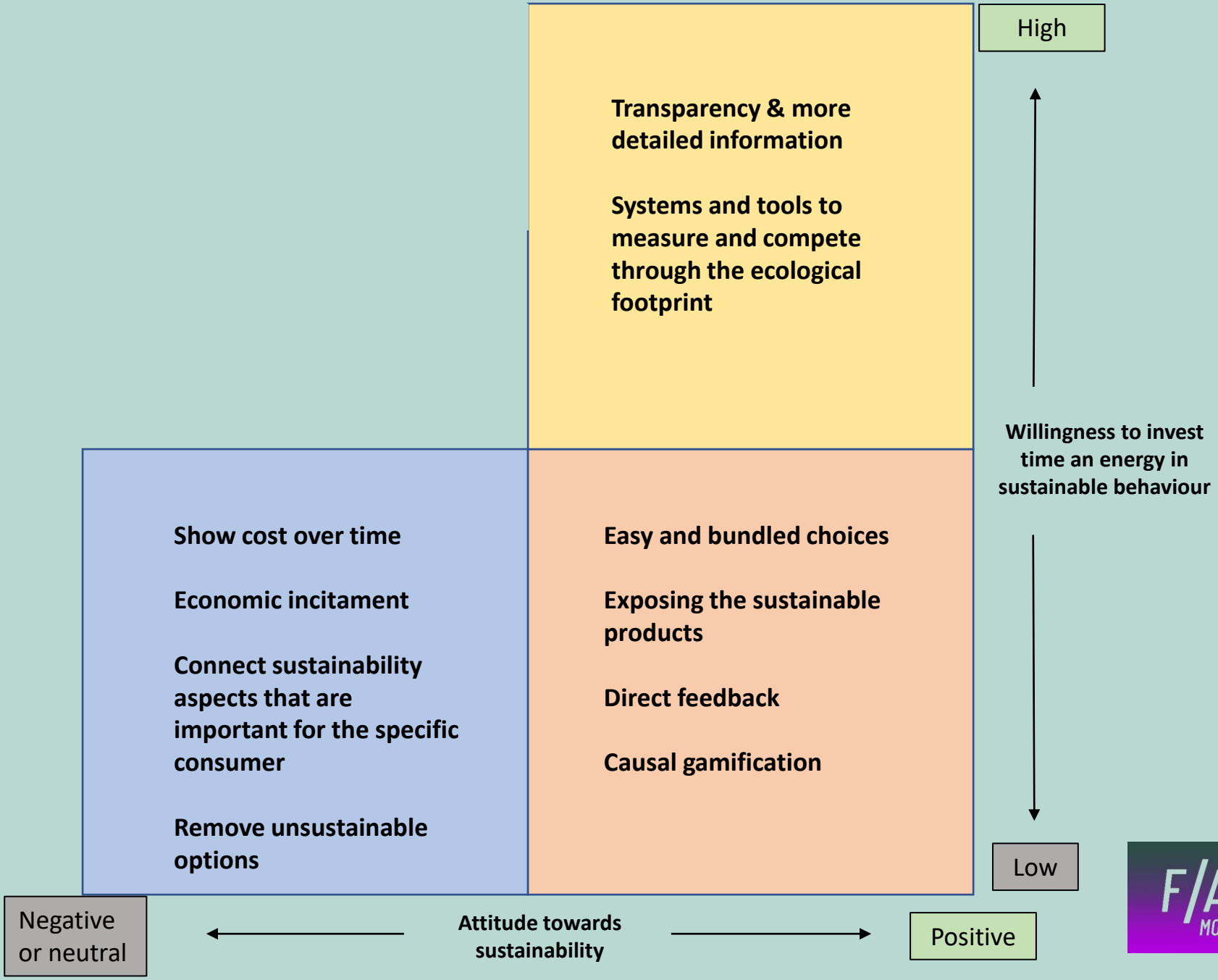
Unga aktivisterna

– vaknar till klimatkamp och äcklas över vuxna som inte tar ansvar för kommande generationer.



F/ACT MOVEMENT

- **Positive + willing to invest time and energy →** increase transparancey and enable measuring of footprint
- **Positive but not willing to invest time and energy →** make sustainable choice easier and accessable.
- **Negative →** Connect sustainability to aspects that the consumers find important (certain products, health aspects etc)




64
2








DU ÄR SÅ
HIMLA
PLASTIG


JAG ÄR EN
F/ACTIVIST


1. ODLA & SKÖRDA BOMULL
2. SPINNA & VÄVA
3. SY DELAR AV TYGET
4. FÄRGA TYG
5. TVÄTTA TYG
6. SÄTTA ETIKETTER
7. TRANSPORTERA
8. PAKETERA
9. TRANSPORTERA TILL BUTIK
10. SÄLJAS
11. SLÄNGAS

Flower child






F/ACT
FESTIVAL
ÅRETS MODEEVENT
7 SEPTEMBER
VÄRLDSKULTURMUSEET



JAG ÄR EN
F/ACTIVIST

JAG ÄR EN
F/ACTIVIST

IMORGON
SMÄLLER DET!

ALLA FÖRÄNDRINGAR SOM
NÅGONSIN SKETT HAR
KOMMIT UNDERIFRÅN.
VI MÅSTE STÄLLA OSS UPP,
HÖJA VÅRA RÖSTER,
ORGANISERA OSS.
VI HAR MAKTEN.


JAG ÄR EN
F/ACTIVIST

MONTHLY THEMES

- SEP:
  ACTIVATE YOUR WARDROBE
- OKT:
  SECOND HAND
- NOV:
  UPDATE AND REMAKE
- DEC:
  CARE AND REPAIR
- JAN:
  THE HUMAN AND THE CLOTHES
- FEB:
  CIRCULARITY AND INNOVATION
- MARS:
  SHARING
- APRIL:
  MATERIAL AND PRODUCTION
- MAJ:
  STYLING AND TRENDS





YES, YOU CAN…

…BUY 2ND HAND!

…SWAP

…RENT

…REMAKE

THOU SHALL NOT CONSUME!

ALSO YOU WILL…

…BE UNIQUE

…SAVE MONEY

F/ACTIVISTS









WWW.FACTMOVEMENT.SE

F/ACT MOVEMENT

SOCIAL MEDIA COMMUNITY









F/ACT MOVEMENT

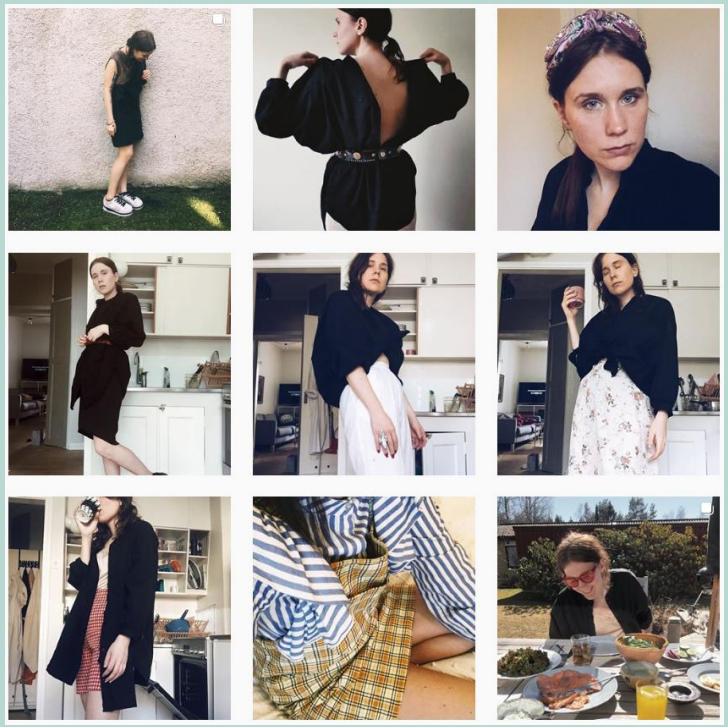
SOCIAL MEDIA COMMUNITY











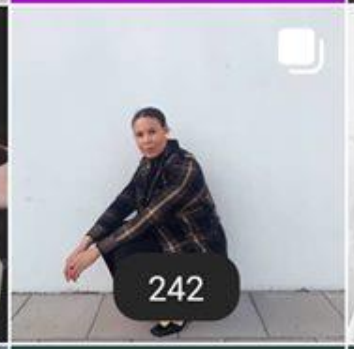
F/ACT MOVEMENT

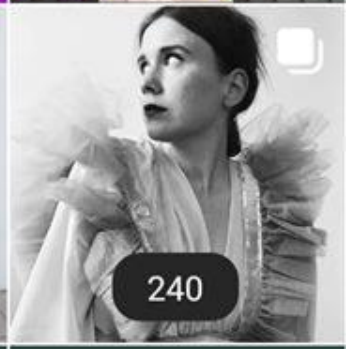

305

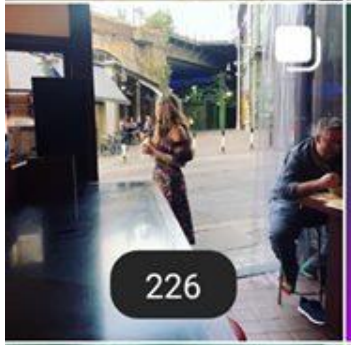

9 MÅNADER MED
HÅLLBART MODE -
TRÄFFA DE NYA
F/ACTIVISTERNA
297


282


249


242


240

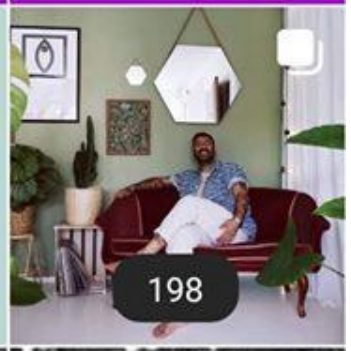

226


ATT ÅTERANVÄNDA
KLÄDER SPARAR
10 GÅNGER MER KOLDIOXID
ÄN ATT ÅTERVINNA
MATERIALET FÖR ATT
224


BYGG EN HÅLLBAR
GARDEROB PÅ
NIO MÅNADER -
ÄR DU REDO FÖR
220


Testa något nytt 2020! Vad väljer du?
KÖPSTOPP
ENDAST SECOND HAND
KLÄDBYTE
204


JAG ÄLSKAR MODE OCH TROTS
DETTA HAR JAG LYCKATS ÄNDRA
MITT BETEENDE TILL FÖRMÅN FÖR
MILJÖN. FÖR VET NI VAD? SOM VI
CARPE DIEM-MÄNNISKOR I VÄST-
VÄRLDEN KONSUMERAR ÄR HELT
OHÅLLBART OCH DET ÄR HÖG
200


198







SUCCESS FACTORS

- F/ACTIVISTS BECOME MICRO-INFLUENCERS
- FOCUS ON STYLE, PERSONALITY AND THE JOY OF FASHION
- FASHION ESTHETICS AND A RED-THREAD IN THE COMMUNICATION
- ACTIVISM OCH COMMUNITY
- INSPIRATION OCH POSITIVITY
- BOTH KNOWLEDGE AND ENTERTAINMENT
- COLLABORATIONS WITH THE RIGHT PEOPLE
- TIMING

F/ACT MOVEMENT

FOLLOW F/ACT MOVEMENT

- Website: www.factmovement.se
- Instagram: @fact.movement
- Facebook: F/ACT Movement

- #factmovement

NEXT STEP: F/ACT EUROPE?

Adrian Zethraeus

adrian.zethraeus@hb.se

+46 708 28 04 08

SCIENCE PARK BORÅS