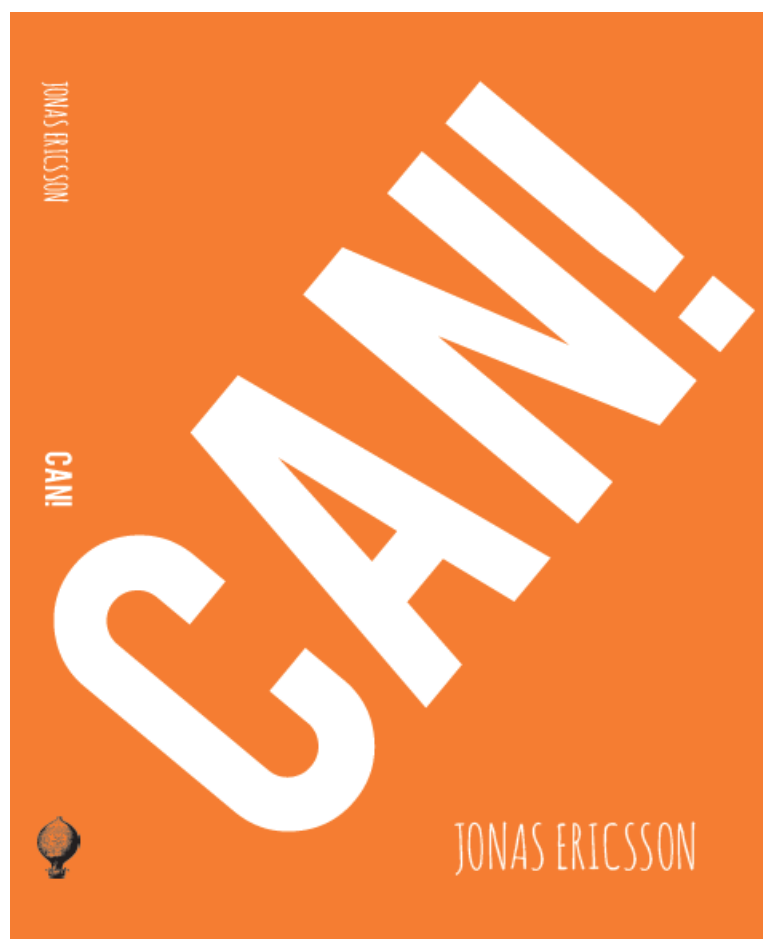


För omedelbar publicering



”En djärv svensk entreprenör tar det stora steget och flyttar till andra sidan jorden och det soliga Singapore. Hans mission: att förverkliga sin dröm om att ta skandinavisk design och livsstil till Sydost Asien. Under den här hektiska resan jagar han den perfekta butikslokalen i storstad djungeln, vadar genom en snårskog av hinder och ger sig huvudstupa i kast med personligheter och egenheter i Singapores oberoende detaljhandel.

Jonas Ericsson kör igång sitt företag och STYLE:NORDIC är fött.

Can! är hans berättelse om att våga se ambitioner och vild inspiration. Den går in på djupet i teorier och filosofier inom dagens moderna affärstänkande och visar på att ALLA kan bli en entreprenör med hjälp av optimism, kreativitet och en stark vision.”

Så vad väntar du på? Var nyfiken och hungrig!

“Can! - historien om när jag blev en internationell entreprenör”

Stockholm, Februari 2013

Nu publiceras äntligen boken med stort ”B” om entreprenörskap, design och export i Sverige.

Can! handlar om entreprenörskapet i stort och smått, där författaren berättar om vad det verkligen innebär, men hur det oftast uppfattas hos allmänheten. Han skriver om hur han själv gjorde och lyckades i Asien och visar därmed att alla kan bli entreprenörer - om man vill - här eller där!


Designaspekten kommer från den succé hans företag gjorde med etableringen av skandinaviska varumärken inom hela livsstilssegmentet såsom Swedese, Iittala och Filippa K och de fördelar som dess design för med sig internationellt.

Boken inspirerar alla människor som vill ta tag i en idé och behöver komma över tröskeln. Företagsledare som vill ha nya, men bekanta, perspektiv på företagandet. Entreprenörer som kanske fastnat och behöver komma vidare i sina ambitioner. Både i Sverige och Singapore, och självklart internationellt.

Jonas Ericsson kom 2010 tillbaka till Sverige efter flera år i Singapore, där han genom sitt företag, Style:Nordic www.stylenordic.com, hade satt skandinavisk design på kartan både i landet och regionen. Han sålde sitt företag och satte igång med sitt skrivande om entreprenörskap som han kopplar ihop med sitt företag Jonas Ericsson Generating AB. Nu delar han med sig av sina erfarenheter.

Syftet med boken är att avdramatisera entreprenörskapet för att få alla möjliga människor att våga ta tag i sina idéer genom att Jonas tar sig själv som ett exempel; en vanlig snubbe som får en idé - genomför den - och med enkla medel skapar ett lyckat företag.

Jonas Ericsson berättar om att man kan bli entreprenör av andra orsaker än att tjäna miljoner. Det finns värden som personlig tillfredsställelse, utveckling och nyfikenhet på livet som också kan vara entreprenörsdrivande faktorer. Drivkrafter för nya affärsidéer och lösningar på gamla och nya problem. Ge människor utrymme för sin kreativitet.



**BE
CURIOUS
AND
HUNGRY!**

Vidare skriver Jonas om att dagens företagare måste lyfta blicken och våga gå ut över gränserna, hur liten man än är. Inte för att spendera tusentals kronor, utan av nyfikenhet och för att se möjligheter i sina egna och andra nätverk och marknader. Att hålla sitt företag och sina idéer vid liv i ett öppnare landskap och för att kunna göra nya affärer.

Några citat ur boken:

“Ju mer vi ser på de stora och fantastiska entreprenörerna som ”vanliga snubbar”, kan vi se på oss själva som entreprenörer.”

“Det handlar helt enkelt om det här: gör rätt saker i stället för att göra sakerna rätt. Att maniskt sträva efter att få ”alla rätt” kan få vilket projekt som helst att dö sotsdöden.”

“Har du en design eller en idé om en tjänst eller produkt som du tror på: Gå ut och visa den för världen! Var inte rädd, det finns inget att skämmas för. Frågan är mer hur internationell du vill eller behöver bli.”

Förord av Sveriges Ambassadör:

"Jonas Ericsson is a true entrepreneur and I had the great privilege to cooperate with him in my former capacity as the Ambassador of Sweden to Singapore. Through his successful project Style:Nordic he created a platform, a meeting place for Swedish and Singaporean designers and we jointly launched several events, of which the Swedish contribution to the Singapore Design Festival was perhaps the most important. In addition, Jonas was always happy to share his unique experiences from entrepreneurship in Asia with the frequent incoming delegations we had from Sweden. Jonas is a very structured entrepreneur and is able to put his own practical experiences in a broader analytical context. He is able to compare the business climate for small sized companies in Sweden and in Singapore as few others. His strong focus on business and trade is something that I believe many can be inspired by. I am very happy that he is now sharing his experiences with us through this book with the highly suitable title "CAN!!".

PärAhlberger

Former Ambassador of Sweden to Singapore"

Can! är skriven på engelska och utgiven av förlaget Math Paper Press i Singapore i November 2012. Boken består av 254 sidor fyllda med text, snygga bilder och snärtiga citat.
ISBN 978-981-07-4234-8

Priset för Can! är SEK 249.00 inkl. Moms + ev. frakt

För mer information, utdrag ur texten eller bilder, ta gärna kontakt med:

JONAS ERICSSON GENERATING AB, Reg.No: 556814-4702

Roslagsgatan 14a, 761 31 Norrtälje, Sweden

E: Jonasericsson@generating.se, P: +46 709 249926

W: www.generating.se

Om författaren

Jonas Ericsson är född i Norrtälje, Stockholm, Sverige. Under hans tidigare arbete med affärsutveckling inom mode- och designföretag, utvecklade han ett starkt sinne och handlag för detaljhandeln. Hans arbete hos Giorgio Armani SpA gav honom breda kunskaper och värdefulla erfarenheter av ett internationellt företag. Det innefattade hans goda förmåga att leda, utveckla och marknadsföra Giorgio Armani och Emporio Armani konceptet i Sverige och Skandinavien.

Med hans omätliga behov av att uppnå större framgångar, registrerade han sig på Stockholms Universitet för sin magisterexamen i företagsekonomi och internationell handel. För att driva på sig själv ytterligare ett steg, kom han in på National University of Singapore där han bland annat läste marknadsföring, varumärkesstrategi samt konsumtionsbeteende. Hans magisteruppsats tog upp området om värdet av design och designinvesteringar i Svenska företag.

Exponeringen av sig själv på den internationella marknaden genom arbete och studier gav honom bred insikt i den intensiva designindustrin. Medan han genomförde sina studier i Singapore, upptäckte Jonas en påtaglig avsaknad av Skandinaviska varumärken, eller rättare sagt, en nästan total frånvaro av en handelsplats för att introducera och representera Skandinaviska varumärken och dess livsstil. Utrustad med både kunskap och erfarenhet, satte därför Jonas Ericsson upp designföretaget Style:Nordic Pte.Ltd. som erbjuder en helhetslösning av skandinaviska livsstilsprodukter med alltifrån möbler, mode och accessoarer till både hem och offentlig miljö.

Efter mer än fem år med en fantastisk utveckling av sitt företag och sin egen potential bestämde sig Jonas för att gå vidare med nya projekt; entreprenörskap och affärsutveckling. Han sålde majoriteten av sitt företag och bor nu i Sverige där han skrivit en bok om ämnet och delar med sig av sina många och breda erfarenheter inom design, handel, export och internationellt entreprenörskap på den globala scenen genom sitt nya företag;

Jonas Ericsson Generating AB. www.generating.se



Högupplösta bilder finns att hämta hos jonasericsson@generating.se

**CAN
YOU?**

**ARE YOU
CURIOUS
AND
HUNGRY?**



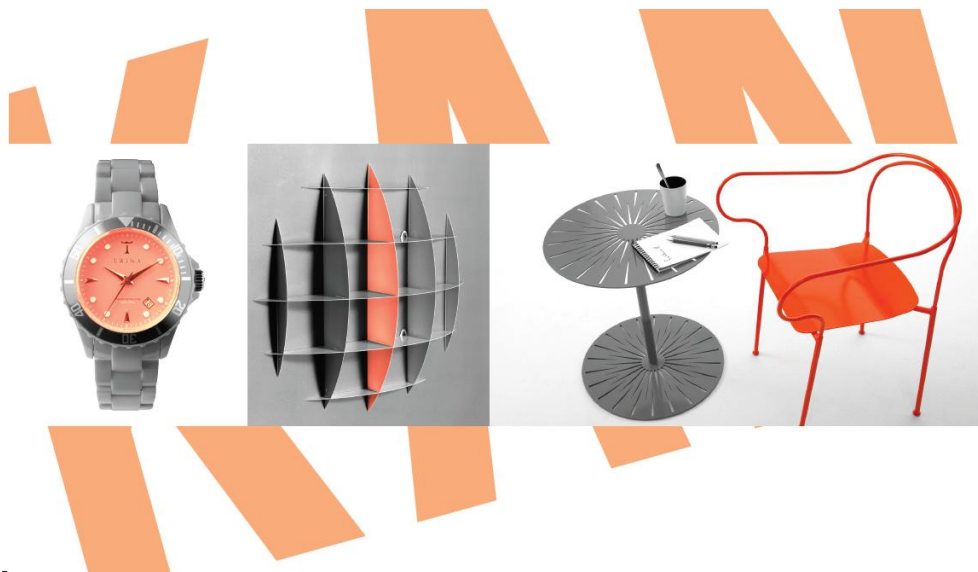
I arrived at four areas that seemed sustainable in the long run:

The shop was the most obvious area and the most visible for the market. A showcase for my operations.

The next cornerstone was to work as agent and distributor for some of the brands. We would sell directly to department stores and other shops.

Contract sales felt very important. That is working with architects and interior designers with construction and interior design projects. This could generate lots of cash.

Manufacturing was something I also had as a cornerstone. I wanted the possibility, if given, to design and manufacture my own brand. Especially while in an area with low cost manufacturing.

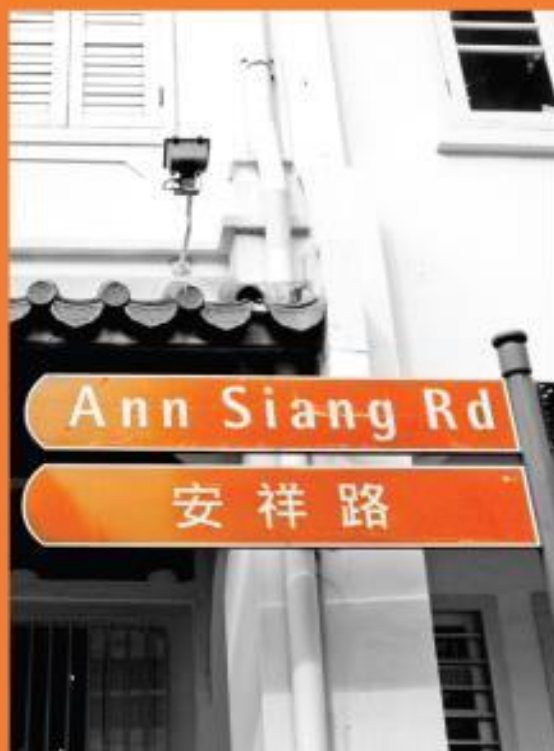


BE

ANGRY!

BECAUSE IT CAN BE
A DRIVING FORCE.

THE IMAGE, SIGNAL AND ASSOCIATION THAT I WANTED MY COMPANY TO EXPRESS AMOUNTED TO US SAYING THAT WE WERE DIFFERENT. WE HAD A WEIRD LOCATION; WE HAD GOODS NOT TO BE FOUND ANYWHERE ELSE; AND WE WERE IN THE MEDIA WITHOUT BEING A MAINSTREAM COMPANY. WE WERE NOT AN INVENTION BY A BIG CORPORATION TRYING TO PROFIT ON A TREND. WE WERE NEW AND COOL, AND WE HAD BRANDS WITH QUALITY. WE REPRESENTED SOMETHING, WE DARED, WE WANTED MORE, WE WERE ENERGETIC, AND WE WERE VISIBLE. WE WERE KIND; WE WERE HUMBLE AND WE PROJECTED CONFIDENCE. WE WERE HONEST, HAPPY AND NICE. WE WERE OPEN AND WELCOMING. WE HAD A STORY AND WE WERE INDEPENDENT.



**YOU
CAN!**