



## **Local is the new black - en gemensam satsning över hela landet**

**Black Friday närmar sig med stormsteg och konkurrensen om kunderna är stenhård. De senaste åren har diskussionen kring förändrade konsumtionsmönster, hållbar handel, lokala butiker och pressade marginaler intensifierats. Framförallt i samband med Black Friday. Därför går nu 16 stadskärnor samman i en kampanj för att lyfta sina lokala butiker och premiera kunderna i stadskärnor runt om i landet med start den 29 november.**

Idén är inte ny men på Helsingborg Citys marknadsgruppsmöte satte representanter från staden, fastighetsägarna och Cityföreningen ner foten och bestämde att i år ska vi köra en kampanj för att lyfta verksamheterna i city och ge kunderna på stan det där lilla extra. Det blev starten för Local is the new black.

Via nätverket Sveriges centrumutvecklare nappade därefter 15 andra städer på kampanjen som nu går från Helsingborg i söder upp till Östersund i norr.

- Det här passar perfekt in i vår satsning Kraftsamling för Västerås City där det lokala utbudet, kunskapen och värdskapet är av största vikt för citys attraktivitet. Det känns extra roligt att vi stadskärnor arbetar tillsammans med den här typen av aktivitet säger Maria Fors, VD för Västerås Citysamverkan.

Kampanjen lanseras inför Black Friday men kommer att manifesteras genom en väggmålning i Helsingborg och i Östersund för att sen kunna sätta fokus på det lokala under resten av året. En viktig påminnelse kring hur våra val påverkar framtiden.

- När jag hörde att Helsingborg skulle göra en muralmålning började jag genast leta efter en lämplig plats och fick direkt napp hos fastighetsägaren Erik Odén som upplåter en vägg. Så fort temperaturen tillåter kommer graffitikonstnären Henrik Ljusberg att måla Östersunds version av "Local is the New Black" säger Calle Hedman från Destination Östersund, som vann årets stadskärna 2019.

Den 29 november blir det Local is the new black runt om i Sverige och förhoppningen är att det ska vara startskottet för ett gemensamt arbete med att sätta fokus på den lokala handeln i stadskärnor runt om i landet.

- Det är helt otroligt vilket intresse det fanns för den här gemensamma satsningen runt om i Sverige. Det finns en väldig kraft bland samverkansorganisationerna i stadskärnorna runt om i landet. Vi kämpar alla med att lyfta våra lokala eldsjälar och sätta fokus på den fantastiska servicen och det bemötande som våra handlare, krögare och andra företagare i centrum är duktiga på. Fysisk handel handlar mycket om att skapa relationer med kunder och att värna om att ge besökaren en unik upplevelse och det vill vi lyfta i den här kampanjen, säger Hanna Candell vd för Helsingborg City.

**I Helsingborg** påbörjas målningen av väggen vid Sundstorget idag, 7 november. Imorgon efter lunch fortsätter arbetet med konstverket.

**Kontaktuppgifter**

Hanna Candell, vd Helsingborg City  
E-post: [hanna.candell@helsingborg.se](mailto:hanna.candell@helsingborg.se)  
Telefon: 0768-361280

Maria Fors, vd Västerås City  
E-post: [maria.fors@vasterascity.com](mailto:maria.fors@vasterascity.com)  
Telefon: 0705-325330

Calle Hedman, projektledare Destination Östersund  
E-post: [calle.hedman@destinationostersund.se](mailto:calle.hedman@destinationostersund.se)  
Telefon: 0738-15 01 13

**16 städer som är med och lyfter Local is the new black**

Helsingborg, Västerås, Östersund, Hässleholm, Nynäshamn, Halmstad, Västervik, Falun, Kramfors, Kristianstad, Ljusdal, Sölvesborg, Karlskrona, Bollnäsdraget, Göteborg och Eskilstuna.