



Pressmeddelande 2020-11-20

Local is the new Black - en gemensam satsning över hela landet

Black Friday närmar sig med stormsteg och istället för att uppmana till köphets under fredagen har nu 29 stadskärnor gått samman för att lyfta sina lokala butiker och uppmana till att sprida ut sitt handlande inför Black Friday och jul. Butikerna i stadskärnorna har ställt om och möjliggör för handel digitalt, via telefon eller kanske utanför dörren. Allt för att skapa en säker miljö för kunder och besökare inför handelns stora högtid.

De senaste åren har diskussionen kring förändrade konsumtionsmönster, hållbar handel, lokala butiker och pressade marginaler intensifierats. Därför togs initiativet kring ett samarbete redan 2019 då stadskärnor gick samman i en kampanj för att lyfta sina lokala butiker och premiera kunderna i stadskärnorna runt om i landet. I år är förutsättningarna för handelns stora helger helt annorlunda och vikten av att gynna det lokala näringslivet är viktigare än någonsin. Vi går in i handelns viktigaste månader samtidigt som vi har strikta restriktioner kring fysiska möten mitt i en pågående pandemi. Local is the new Black är kampanjen där 29 städer går samman för att lyfta vikten av att gynna sina lokala näringsidkare på olika sätt under årets sista månad.

Idén om kampanjen kom från Helsingborg Citys marknadsgrupp inför Black Friday 2019 och via nätverket Sveriges Centrumutvecklare nappade därefter flera städer på kampanjen som spred sig över hela landet. I år är intresset lika stort och kampanjen sträcker sig från Ystad i syd till Piteå i norr.

- Det är helt otroligt vilken kraft det finns i att samarbeta när det kommer till att lyfta våra stadskärnor. Det finns en väldig gemenskap bland samverkansorganisationerna i stadskärnorna runt om i landet. Vi kämpar alla med att lyfta våra lokala eldsjälar och sätta fokus på att fortsatt handla i stadskärnan på ett säkert sätt under den pågående pandemin, säger Hanna Candell VD för Helsingborg City.

Karlskrona var en av de första städerna att haka på kampanjen och har klätt en shoppingbil i den gemensamma loggan som ska möjliggöra för hemleveranser under kampanjveckan.

- Vi erbjöd tjänsten i våras och nu när vi står inför ett läge med ökad smittspridning igen vill vi underlätta för kunderna att handla lokalt men få det hemlevererat. Vi behöver verkligen hjälpas åt i dess tuffa tider och ta ett gemensamt ansvar för vilken typ av stadskärna vi vill möta efter pandemin, säger Johanna Mazzetti, projektledare hos Karlskrona City

Kampanjen lanseras inför Black Friday men kommer att manifesteras på olika sätt under året. Bland annat genom en permanent väggmålning i Helsingborg och i Östersund, shoppingpåsar som delas ut, flaggor och ballonger med den gemensamma loggan men

framförallt det viktiga budskapet om konsumentens viktiga roll för att vi ska fortsätta ha lokala butiker i stadskärnorna.

Den 27 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.

Läs mer på www.localisthenewblack.se

Kontaktuppgifter

Hanna Candell, VD Helsingborg City
E-post: hanna.candell@helsingborg.se
Telefon: 0768-361280

Johanna Mazetti, Projektledare Karlskrona City
E-post: johanna@karlskronacity.net
Telefon: 0708-13 93 11

29 städer som är med och lyfter Local is the new black

Helsingborg, Örnsköldsvik, Piteå, Örebro, Trollhättan, Bollnäs, Strängnäs, Nynäshamn, Hässleholm, Ljusdal, Västervik, Östersund, Kramfors, Sundsvall, Sölvesborg, Gamleby, Skövde, Ludvika, Höganäs, Karlskrona, Ängelholm, Västerås, Mjölby, Kristianstad, Göteborgs torg, Karlshamn, Kalmar, Falköping och Ystad.