**Eskilstuna vajar miljöfanan i ny varumärkesfilm**

**Den nya varumärkesfilmen EskilstunaEvolution vill på 90 sekunder förmedla en känsla för Eskilstunas styrkor inom musik, idrott, innovation och inte minst miljöområdet, där staden så sent som i somras utsågs till The World Capital of Recycling av den engelska tidningen The Guardian. Filmen har tagits fram på uppdrag av Destination Eskilstuna och näringslivet i Eskilstuna genom föreningen DeNeF.**

Det är ingen tillfällighet att Eskilstuna är en förebild för hållbara städer. Eskilstuna har utvecklat en rad nydanande miljösatsningar som till exempel optisk sortering av hushållsavfall och den världsunika återbruksgallerian ReTuna som har rönt stort internationellt intresse. Därför vajar en fana rakt igenom den nya varumärkesfilmen, gjord av de färgglada påsar som används för att automatiskt skilja på olika typer av hushållsavfall och som starkt bidrar till att Eskilstuna är världsledande inom återvinning.

*– Vi håller miljöfanan högt genom hela filmen men den är också en regnbågsflagga som symboliserar vårt engagemang och vår tro på allas lika värde och rätt att vara sig själva,* säger Peter Nilsson, projektledare platsvarumärket på Destination Eskilstuna.

Det är heller ingen tillfällighet att musiken har en så viktig och bärande del i filmen.

*– Vi är en musikstad och vi ville självklart använda en artist och låtskrivare från Eskilstuna för att manifestera det. Musiken är gjord av artisten Luna Joyce som också är med i filmen. Låten Paper Picture är fantastisk,* säger Peter Nilsson**.**

**Trefaldiga SM-guld-vinnare och stjärngymnaster medverkar**

Eskilstuna har en stark idrotts- och föreningstradition med stor bredd samt elitklubbar inom bland annat fotboll, handboll, speedway och gymnastik. Speedwayföreningen Smederna, som vann sitt tredje raka SM-guld nyligen, medverkar i filmen liksom Eskilstuna Gymnastikförening där en av svensk gymnastiks stora stjärnor – Jonna Adlerteg – möter framtidstalangen Jennifer Williams i ett gymnastikbattle i den nya tågdepån i Eskilstuna.

**Innovationer i 5G-miljö**

Eskilstuna har en lång tradition att utveckla innovationer som förändrar världens industrier. Här manifesteras det genom Volvo CE som vid sitt forsknings- och utvecklingsområde utanför Eskilstuna testar och utvecklar fjärrstyrda hjullastare och förarlösa dumprar i ett av världens första industriella 5G-nät. Även MITC/Robotdalens verksamhet inom robotik lyfts fram i filmen.

**Den nya varumärkesfilmen kan användas** av alla som vill berätta om Eskilstuna i olika sammanhang – från publika evenemang på arenor och mässor till hemsidor och presentationer. Filmen finns tillgänglig för fri nedladdning på Eskilstunaevolution.se.

*– Filmen ska skapa en känsla för Eskilstuna och inspirera till att vilja veta mer om vår stad. Den bygger på kommunikationskonceptet EskilstunaEvolution som utgår från den varumärkesplattform som över 2 000 Eskilstunabor har varit med och tagit fram,* säger Peter Nilsson.

*– Vi väntar inte på att andra ska komma med lösningar, vi gör själva och hjälper på så vis evolutionen på traven. Vi hoppas att många vill använda filmen för att förmedla Eskilstunas styrkor och bidra till att skapa bilden av vår plats,*säger Göran Pettersson**,** ordförande i föreningen DeNeF.

Varumärkesfilmen är gjord av aStory Kommunikationsbyrå och Indept Videoproduktion och beställare är Destination Eskilstuna samt näringslivet i Eskilstuna genom föreningen DeNeF.

**För mer information:**

Peter Nilsson,   
Projektledare platsvarumärket

[peter@eskilstuna.nu](mailto:peter@eskilstuna.nu) 070-972 92 93

Göran Pettersson  
ordförande DeNeF (Destination Eskilstuna Näringsliv Ekonomisk Förening)

[goran@vilstasporthotell.se](mailto:goran@vilstasporthotell.se)

**Om EskilstunaEvolution**

EskilstunaEvolution är ett kommunikationskoncept för Eskilstuna och kan fritt användas av alla som bor, lever och verkar i Eskilstuna. Tillsammans skapar vi bilden av Eskilstuna som vi vill förmedla till omvärlden: att vi är en snabbväxande miljösmart industristad med musik och idrott i vårt DNA. Eskilstunas varumärkesresa startade 2012 med flera omfattande undersökningar, workshops och medieanalyser. Arbetet mynnade ut i en varumärkesplattform – ett strategiskt dokument som beskriver Eskilstunas identitet och hur vi vill uppfattas. Med varumärkesplattformen som grund skapades varumärkeskonceptet EskilstunaEvolution som lanserades 2015.