**Land hyllar lokala entreprenörer med Green Friday**

**Nu lanserar Land, en av Sveriges största veckotidningar, Green Friday.**

* **Vi vill slå ett slag för svenskt, hållbart hantverk, säger Helena Nimbratt, ansvarig för Land Shopping.**

Begreppet Black Friday har på bara några år fått ett starkt fäste utanför USA, där fredagen efter Thanksgivning sedan länge är synonymt med startskottet för julhandeln. Svenska handlare har hakat på den svarta trenden, men varumärket Land sticker ut och lanserar nu Green Friday för att uppmärksamma svenskt hantverk och hållbarhet i sin e-handel.

* Land Shopping är en e-handelsplats som erbjuder svenska lokala entreprenörer en plattform som når ut över hela landet, och som dessutom har en fantastisk spridning genom veckotidningen Land och Land.se, säger Helena Nimbratt.
* Det här är ett roligt tillfälle att uppmärksamma vår profil, samtidigt som vi hyllar modiga och kreativa entreprenörer som vågar gå sin egen väg. Och självklart har vi flera fina erbjudanden som gäller hela helgen den 24-25 november.

Bland de produkter som får extra skjuts under Green Friday finns till exempel Hälsingesåpa, kurbitsmönstrade strumpor och ekologiskt lammskinn, men också svenskt industrihantverk som thékoppar från Gustavsbergs porslinsfabrik.

– Land har tagit positionen som varumärket som speglar hela landet, och vi vågar driva den debatt som sällan får utrymme i riksmedia. På samma sätt så erbjuder också Land Shopping ett helt unikt utbud, där de varor som våra lokala hantverkare säljer via oss är otroligt uppskattade och några av våra bästsäljare, säger Helena Nimbratt.

Land Shopping lanserades i juni 2017, och drygt ett halvår efter starten pekar kurvorna rakt uppåt. E-handeln sker i samarbete med techbolaget Tipser, men utöver det har man också knutit till sig lokala hantverkare som vill nå ut till kunder över hela landet.

* Var tredje konsument på landsbygden handlar online minst en gång per månad, och Land når varje vecka 600 000 läsare i den målgruppen. Det har gett Land Shopping en bra start, och vi har en mycket högre konverteringsgrad till köp än vad vi räknade med. Möjligheten att köpa hantverk från hela landet och tilliten till Lands varumärke är viktiga framgångsfaktorer, säger Mikael Bergh, försäljningschef för konsumentintäkter på LRF Media.

Mikael Bergh, försäljningschef konsumentintäkter

Joakim Carstenfors, konverteringsspecialist

Helena Nimbratt, ansvarig Land Shopping