



Destinasjon Trysil vant gull i kategorien Årets Markedsinspirator under HSMai Awards. Her representert med Jonas Sjögren, Elisabet Søgaard, Bente Nysæter og Gro Kveldro Bruksås. Foto: Sindre Prestby

27-04-2022 15:09 CEST

Destinasjon Trysil vant gull under reiselivets «Oscarutdeling»

Destinasjon Trysil gikk helt til topps og vant gull under HSMai Awards med fjorårets sommerkampanje Chiefs of fun.

Det var i kategorien «Årets Markedsinspirator» at Destinasjon Trysil fikk gull tirsdag kveld under reiselivets egen «Oscarutdelingen», HSMai Awards. De har satt lek og folkehelse på agenda med sommerkampanjen Chiefs of fun, hvor tre barn fikk ta over Trysil for å lære voksne å leke igjen. Fjorårets

sommer ble nok en rekordsommer i Trysil med vekst i kommersielle gjestedøgn på 28 prosent.

- Dette var virkelig gøy, forteller Gro Kveldro Bruksås, PR- og markedsansvarlig i Destinasjon Trysil. Vi har vært gjennom to svært utfordrende koronaår, men har til tross av det klart å få skape vekst om sommeren. Vi er stolte og veldig glade for at dette blir lagt merke.

Ga fra seg ansvaret

Det var hele 1.200 barn som søkte på stillingen som Chiefs of fun i fjor. Live (7 år), Andreas (8 år) og Ida (10 år) ble valgt som nye sjefer i Trysil, og de klarte å inspirere mange til å ta turen til Trysil i fjor sommer for å være i aktivitet ute i naturen med familien.

- Kampanjens suksess er et resultat av en god idé fra kommunikasjonsbyåret vårt Trigger og den fantastiske jobben fra mediebyåret vårt tur.digital. I tillegg har vi et veldig godt samarbeid i Trysil, så dette hadde ikke vært mulig å gjennomføre uten at medlemsbedriftene våre engasjerte seg og ga fra seg ansvaret til tre barn, forteller Bruksås.

Her er juryens begrunnelse:

«Reiselivet har vært gjennom to tøffe år. Det er derfor ekstra hyggelig å kunne hedre en reiselivsbedrift som har utmerket seg særskilt gjennom sitt markedsarbeid og vist evne til å snu seg rundt, inspirert og truffet godt i en krevende tid. Denne reiselivsaktøren har vist særlig høy grad av omstillingsevne og har gjennom sitt markedskonsept ledet publikum fra sosial distansering til moro og lek. Dette har de gjort ved å hyre inn de virkelige ekspertene for å få økt fokus på lek som folkehelseiltak, posisjonere destinasjonen og gjennom dette økt bookingene. Noe de har oppnådd med gode marginer. Årets vinner i kategorien Årets Markedsinspirator er Destinasjon Trysil.»

For mer informasjon, ta kontakt med:

Gro Kveldro Bruksås, PR- og markedsansvarlig i Destinasjon Trysil, telefon 46 82 66 74 eller e-post: gro@trysil.com.

Destinasjon Trysil er en medlemsorganisasjon for næringsvirksomhet i Trysil, eid av over 200 virksomheter i Trysil.

Trysil er Norges største ski- og stisykkeldestinasjon. Vi har 885 000 gjestedøgn, 28 500 senger rundt Trysilfjellet, over 1 100 000 skidager, 255 millioner NOK i skipassomsetning, 68 bakker, 31 heiser, over 500 km med langrennsløyper. Over 87 000 sykkel dager, 100 km med naturlig sykkelstier, sykkelparker, over 50 km tilrettelagte sykkelstier og et stort utvalg av aktiviteter og arrangementer. 80 % av de kommersielle gjestedøgnene i Trysil kommer fra utlandet. Trysil reiselivsstrategi 2030 viser retningen for en optimalisert og bærekraftig vekst, med en offensiv satsning på å videreutvikle Trysil som helårlig og internasjonal destinasjon.