



2013-11-08 11:51 CET

SkiStar AB: Storsatsar på barnkoncept - Snögubben Valle gör intåg i fjällen

Kvalitativa och unika upplevelser som skapar magi, minnen och tar barnens skidupplevelse till en helt ny nivå. Det är bakgrunden till att snögubben Valle nu gör intåg i fjällvärlden och flyttar in på SkiStars resmål i Sälen, Åre, Vemdalen, Hemsedal och Trysil. – *Vårt barnkoncept bygger på ett helt unikt innehåll och en värdegrund som lägger grunden för att skapa en röd tråd i kommunikationen*, säger Mathias Lindström, marknads- & försäljningsdirektör SkiStar AB.

Satsningen på barnkoncept blir en allt vanligare företeelse inom

turistnäringen och mötesindustrin, inte minst i USA. SkiStar tillhör ett av de första företagen i Sverige som verkligen vågat satsa hårt på detta relativt unga marknadsfenomen. Bakom barnkonceptet där snögubben Valle står i fokus ligger Stockholmsbaserade företaget True Stories. För att lyckas med ett barnkoncept krävs en trovärdighet i kommunikationen.

- Alla våra koncept bygger på storytelling. Det innebär att vi bygger upp en hel värld av berättelser som barnen kan leva sig in i, berättar Fredrik Magnusson, vd på True Stories.

Lanseras till jul

Lanseringen av Valle kommer att ske lagom till jul då SkiStars resmål i Sverige och Norge kommer att vara fullbelagda av julfirande familjer.

- Årets jul och nyårsperiod bjuder på långledigt och vi väntar många gäster, inte minst barnfamiljer. Det blir en perfekt premiärperiod för Valle, säger Mathias Lindström. - Just nu byggs Valles olika arenor i våra skidområden och Vallesajten, där barnen kan inspireras inför skidsemestern, lanseras i dagarna på nya skistar.com. Vi har redan nu märkt ett stort intresse för paketet Valles Vinterveckor där barnen får ett par specialdesignade Valleskidor med sig hem, fortsätter Lindström.

Hela familjen

Strategin är att attrahera hela barnfamiljen, inklusive föräldrarna.

- Genom att lansera och utveckla Vallekonceptet tillfredsställer vi våra yngsta gästers höga krav. Med Vallemansrätten och barnens rätt till världens bästa skidsemester står självklart barnen i centrum men allt ska vara anpassat för att göra vistelsen så enkel, bekväm och rolig som möjligt för hela familjen. Och som alla vet så ger glada barn nöjda föräldrar, säger Lindström.



[Se YouTube-videon här](#)

Maskot och merchandice

I centrum av konceptet står karaktären Valle. Han figurerar i form av en maskot som barnen kan träffa och krama i backen men också som en grafisk karaktär och genom olika kringprodukter.

26 nya attraktioner

Utöver karaktären ingår olika upplevelser i konceptet. 26 nya attraktioner lanseras under vintern på de olika destinationerna. Det är allt från shower till underhållning i backarna, tävlingar, lekrum och mycket annat.

För ytterligare information vänligen kontakta:

Fredrik Magnusson, vd True Stories

+46 70 87 52 50, fredrik.magnusson@truestories.se

Mathias Lindström, marknads- & försäljningsdirektör SkiStar AB

+46 76 125 62 92, ml@skistar.com

Kort om SkiStar:

[SkiStar AB \(publ\)](#), vars B-aktier är noterade på Nasdaq OMX Mid Cap Stockholm, äger och driver skidanläggningar på alpindestinationerna [Sälen](#), [Åre](#) och [Vemdalen](#) i Sverige samt [Hemsedal](#) och [Trysil](#) i Norge samt

[Hammarbybacken](#) i Stockholm. Marknadsandelen är i Sverige 50 %, i Norge 29 % och totalt i Skandinavien 41 %. Kärnverksamheten är alpin skidåkning med gästens skidupplevelse i centrum. Övriga verksamheter är logiförmedling, skidskola och skiduthyrning.

Kontaktpersoner



Åsa Bergendorf

Presskontakt

press@skistar.com

+46 76 765 09 65