**Pressmeddelande
den 3 december 2019**

**Upptäck Sigtunabornas älsklingsställen i ny marknadsföringskampanj**

**Sigtuna har lockat besökare från världens alla hörn i över tusen år. Men var finns smultronställena idag och vad får man absolut inte missa när man besöker destinationen? I dag lanseras *Mitt Sigtuna*, där vi får följa med utvalda Sigtunabor när de visar upp sina favoritplatser i en serie korta filmer. Bakom kampanjen står Destination Sigtuna.**

* Vår destination har så mycket att erbjuda. Från vacker natur, kyrkor, ruiner och slott till Arlanda, Sveriges största flygplats. Med Mitt Sigtuna vill vi visa upp Sigtunas unika bredd sett utifrån Sigtunabornas egna ögon, säger Anna Lakmaker, vd på Destination Sigtuna.

Målet med Mitt Sigtuna är att locka besökare att upptäcka nya guldkorn inom destinationen, långt bortom klassiska turistguider och historieböcker. Ett tiotal Sigtunabor deltar i kampanjen och först ut är Peje Balfe som bott i Sigtuna i över 50 år. Vi får följa med när han och barnbarnet Vidar går en golfrunda på Sigtuna Golfklubb.

* Trenden inom besöksnäringen pekar mot att vi söker efter äkta och genuina upplevelser när vi planerar våra resor och i vår nya marknadskampanj får vi möjlighet att berätta om Sigtuna utifrån Sigtunabornas egna favoritställen, säger Anna Lakmaker, vd på Destination Sigtuna.

**Mitt Sigtuna - 10 filmer som återspeglar destinationen Sigtunas bredd**

Under hösten har Destination Sigtuna letat efter Sigtunabor som velat dela med sig av sina favoritställen. Intresset har varit stort och sökandet har resulterat i ett tiotal personer med olika bakgrund, åldrar och intressen. Arbetet med att spela in filmerna med Sigtunaborna har påbörjats och filmerna kommer distribueras löpande med start i december 2019 och under 2020 på Destination Sigtunas hemsida och sociala medier. <https://destinationsigtuna.se/mitt-sigtuna/>

Anna Lakmaker, vd Destination Sigtuna
0739-44 34 21
anna.lakmaker@destinationsigtuna.se

*Destination Sigtunas uppdrag är att locka fler besökare till destinationen och därmed stärka dess attraktionskraft. Destination Sigtuna ligger på fjärde plats nationellt i gästnattsstatistiken och destinationen omfattar Arlanda, Märsta, Rosersberg, och Sigtuna stad. Bolaget bildades 1992 och ägs till 47 procent av Sigtuna kommun och till 53 procent av lokala privata företagare. Samverkan sker i nära samarbete mellan kommun och näringsliv och bolaget driver bland annat ett hotellnätverk, ett hållbarhetsnätverk och Frukostklubben. För mer information, besök* [*www.destinationsigtuna.se*](http://www.destinationsigtuna.se)