

NOWE LOGO WIETNAMU



W związku ze wzrostem przychodów z turystyki, władze Wietnamu pragną w pełni wykorzystać potencjał kraju. W ramach działań do tego zmierzających na początku lutego wprowadzono nowe logo kraju, któremu towarzyszy hasło: „Vietnam, a Different Orient” (Pol. Wietnam – orientalna różnorodność).

Od kilku lat Wietnam stopniowo zwiększa swoją popularność i przeżywa obecnie rozkwit gospodarczy. W kraju rośnie procentowa ilość tak zwanej – klasy średniej, a standard oferowanych usług systematycznie wzrasta. I mimo, że obecne logo – „Vietnam – the hidden charm” (Pol. Wietnam – ukryty urok) było całkiem dobre, to miejscowe władze szukały sposobu na stworzenie nowej marki, która otworzyłaby przed krajem nowe szanse.

W ostatnich latach Wietnam stał się bardzo atrakcyjną destynacją turystyczną, którą odwiedza coraz więcej osób z całego świata. Celem lokalnego departamentu turystyki jest teraz utrzymanie tego stabilnego wzrostu oraz skierowanie swojej oferty do nieco bardziej zróżnicowanych pod względem oczekiwań turystów. Wszystko to ma na celu oczywiście zwiększenie liczby zagranicznych wizyt o 10-15% do roku 2015, tak by średnio dorocznie kraj odwiedzało około 12 mln osób.

IATA szacuje, że **do końca 2014 roku Wietnam znajdzie się w pierwszej trójce najszybciej rozwijających się rynków pod względem ilości przyjeżdżających tam turystów.** Mówiąc krótko, prognozy na przyszłość dla Wietnamu są bardzo dobre.

Większość azjatyckich krajów za swój priorytet postawiło rozwój lokalnej branży turystycznej. Nikogo nie powinien zatem dziwić fakt, że **Wietnam wprowadza nowe logo i towarzyszącą mu kampanię promocyjną. Pierwsze efekty nowych działań marketingowych można było już dostrzec podczas tak zwanego festiwalu Nowego Roku Księżycowego,** na który przyjechała rekordowa liczba turystów. Wydaje się jednak, że to dopiero początek mającej trwać cztery lata kampanii wizerunkowej Wietnamu.

Date: 2011-02-21

Article link: <https://www.tourism-review.pl/wietnam-ma-nowe-logo-news2617>