



ООН Туризм

ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ
ВСЕМИРНАЯ ТУРИСТСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

Преображение ЮНВТО в «ООН Туризм» знаменует начало новой эры для глобального сектора

23 января 2024 года - Сегодня Всемирная туристская организация (ЮНВТО) вступает в новую эру с новым названием и новым брендом: «ООН Туризм». Этот новый бренд призван подчеркнуть статус Организации как специализированного учреждения Организации Объединенных Наций по вопросам туризма и глобального лидера в области туризма в интересах развития, способствующего социальным и экономическим преобразованиям, которые направлены то, чтобы люди и планета всегда оставались в центре внимания.

Для достижения этой цели «ООН Туризм» обратилась за помощью к Interbrand, ведущему глобальному агентству в области брендинга. Агентство Interbrand успешно воплотило обновленную концепцию туризма, предложенную Организацией, в ее новом корпоративном стиле и нарративе бренда



Частью этих преобразований стало переименование Организации, которая отныне будет называться не ЮНВТО, а «ООН Туризм». Одновременно был создан тщательно продуманный новый нарратив бренда, согласующийся с основной миссией и приоритетами «ООН Туризм». В основе этого нарратива лежат три главные идеи: ООН как глобальная альтруистическая организация, представление о налаживании связей между людьми во всем мире и концепция проактивности и движения.

Отказываясь от аббревиатур, «ООН Туризм» делает выбор в пользу доступности и использует свои сильные стороны: «ООН» отсылает к авторитету, тогда как «туризм» представляет собой простое понятие, легко узнаваемое всеми. Это изменение было одобрено членами Организации, что свидетельствует о той единодушной поддержке, которой пользуются осуществляемые в последние годы глубокие преобразования и переосмысление «ООН Туризм», позволившие ей стать более гибкой, привлечь больше внимания к своей деятельности и еще теснее сотрудничать с государствами-членами, партнерами и сектором в целом.

В состав «ООН Туризм» входят 160 государств-членов и сотни присоединившихся членов из частного сектора. Штаб-квартира Организации находится в Мадриде (Испания), помимо этого «ООН Туризм» располагает региональными отделениями в Наре (Япония) для Азии и Тихоокеанского региона и в Эр-Рияде (Саудовская Аравия) для Ближнего Востока. Кроме того, в скором времени начнут свою работу региональные отделения для Американского региона (Рио-де-Жанейро, Бразилия) и Африки (Марокко). Приоритет Организации заключается в содействии туризму в интересах устойчивого развития в соответствии с Повесткой дня в области устойчивого развития на период до 2030 года и ее 17 глобальными целями. «ООН Туризм» поощряет качественное образование, оказывает поддержку созданию достойных рабочих мест в отрасли, выявляет талантливых сотрудников и способствует инновациям, а также ускорению действий по климату и повышению устойчивости в туристском секторе в сотрудничестве со следующими заинтересованными сторонами:

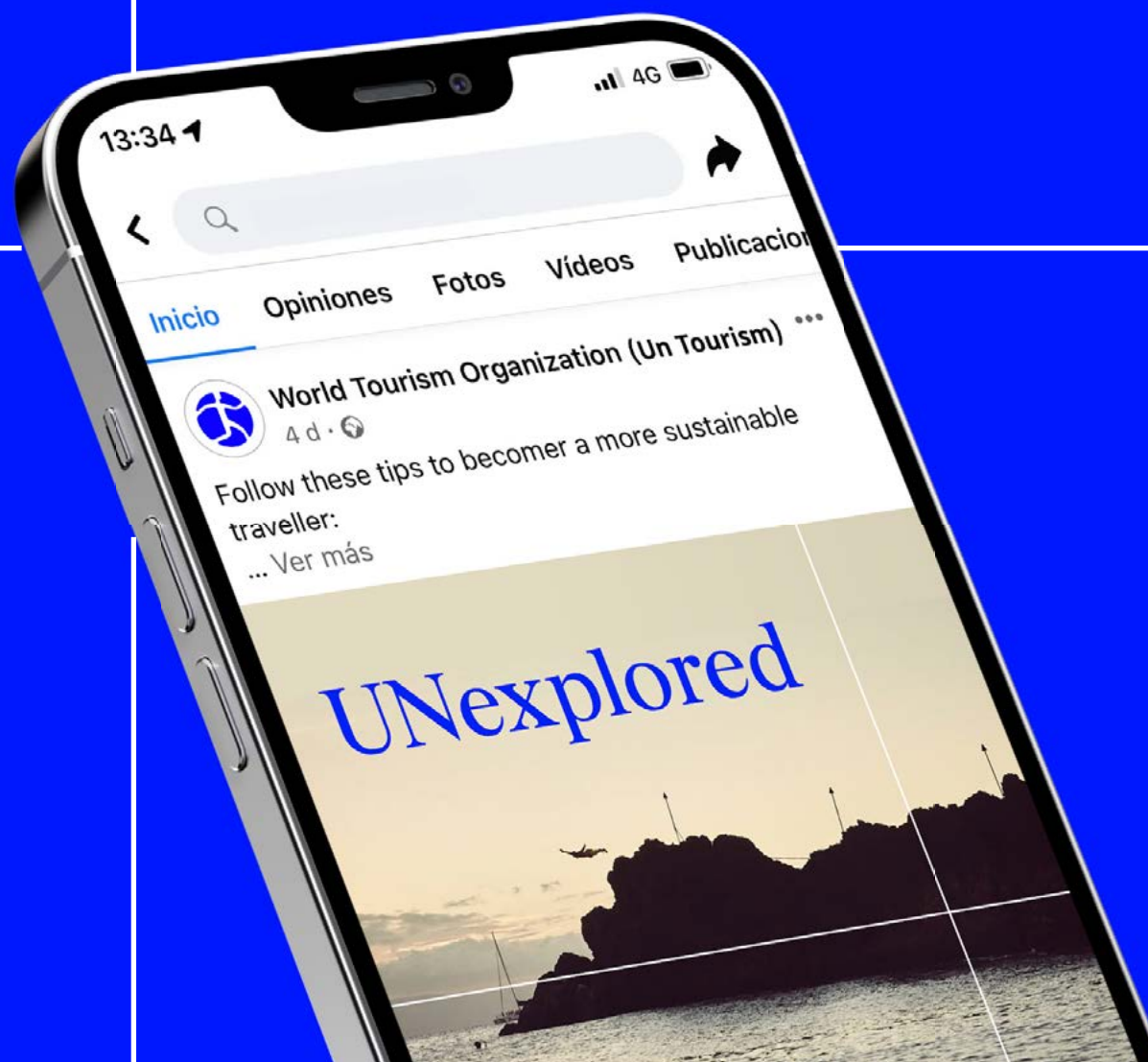
- с государствами-членами, которые выступают как в качестве получателей услуг и помощи, так и в качестве активных участников программы работы Организации;
- с частными лицами, а именно путешественниками и членами местных общин, процветающих благодаря экономическим возможностям, открывающимся с помощью туризма;
- с частными, участвующими и государственными организациями, активно вносящими вклад в работу «ООН Туризм», в том числе в виде данных, новых идей, мероприятий и продуктов.

Зураб Пололикашвили, Генеральный секретарь «ООН Туризм», заявил:

«По мере развития общества сектор туризма, подобно многим другим секторам, нуждается в преобразованиях для того, чтобы служить катализатором процветания в общемировом масштабе. Повышение благополучия людей, сохранение природной среды, стимулирование экономического прогресса и содействие взаимопониманию на международном уровне — таковы приоритетные цели, составляющие самую суть «ООН Туризм». Организация берет на себя миссию по руководству движущей силой устойчивости, которая в настоящее время играет центральную роль в экономике многих стран».

Борха Борреро, исполнительный директор Interbrand, заявил:

«Переход от ЮНВТО к «ООН Туризм» знаменует новый этап для организации. Пересмотренное название несет в себе целый ряд преимуществ, среди которых простота, доступность для понимания, большее удобство восприятия и запоминаемость. Кроме того, оно позволяет четче указать на сферу влияния учреждения в рамках глобальной индустрии туризма. Новые элементы бренда служат основой яркого запатентованного образа — конкретного, узнаваемого и значимого для различных аудиторий».



Новый бренд находит свое воплощение не только в словах и идеях, но и предполагает переосмысленный визуальный дискурс. «ООН Туризм» получила в свое распоряжение новый язык, который берет свое начало в дизайне ее основного символа. Новый слоган «делая мир ближе» послужил источником вдохновения для концептуального образа Пангеи, из которой складывается человеческая фигура в движении. Это кардинальное преобразование предшествующих символов, отсылавших к земному шару, отражает особое внимание, которое Организация уделяет динамичной природе туризма, и ее стремление ставить во главу угла потребности людей.

Помимо этого символа, ребрендинг предполагает обновление всей образной системы, которая отныне основывается на сетке географических координат, призванных помогать людям ориентироваться в коммуникационных каналах бренда как офлайн, так и онлайн, будь то мероприятия, веб-сайт, доклады или аккаунты и кампании в социальных сетях. Эта система включает в себя широкий спектр элементов, в том числе изображения, шрифты, цветовые решения и пиктограммы, специально разработанные для придания узнаваемости кампаниям в социальных сетях, мероприятиям, публикациям и видеопроодукции.

В течение ближайших нескольких месяцев новый бренд будет поступательно внедряться во всех точках взаимодействия «ООН Туризм» с ее аудиторией, начиная с веб-сайта, аккаунтов в социальных сетях и рассылок, а затем и в физических пространствах, таких как офисные помещения и места проведения мероприятий, а также в таких элементах, как доклады и канцелярские товары.

