Embratur, torna il logo storico Marca Brasil

marca-brasil-4029f41d

APEX, l'Agenzia brasiliana per la promozione delle esportazioni e degli investimenti, ed Embratur, l'Ente di promozione turistica, hanno tenuto un evento a Brasilia per annunciare il ritorno del logo che il Paese ha utilizzato come marchio nazionale tra il 2005 e il 2019, la Marca Brasil.

La misura si colloca in un momento di avvio di una nuova strategia di riposizionamento dell'immagine del Paese incentrata sulla **sostenibilità ambientale**.
Il logo Marca Brasil è stato sviluppato con **curve e colori che valorizzano la diversità culturale e naturale del Paese**. "*È un simbolo che segna la ricostruzione del Brasile. È un messaggio al mondo che il Paese della sostenibilità, della diversità e del rispetto è tornato. Il logo è legato a un Brasile che rispetta e valorizza la diversità della nostra gente e a un Brasile che si impegna a preservare la biodiversità e a neutralizzare le emissioni di carbonio. Vogliamo che il nostro rispetto per la fauna, la flora, le foreste, la vita e la democrazia sia ammirato dal mondo, e vogliamo che il mondo ci visiti*", sottolinea **Marcelo Freixo**, presidente di Embratur.
Il presidente di APEX, **Jorge Viana**, afferma che la significativa concentrazione di biodiversità e ricchezza naturale del Brasile, unita alla responsabilità climatica, crea un'eccellente opportunità per promuovere il turismo verso altri Paesi. "*Questo farà la differenza quando il Brasile verrà reinserito nell'agenda positiva del pianeta e come soluzione alla crisi climatica. Abbiamo l'attuazione della sostenibilità nei modi più diversi, soprattutto nella nostra vita*".

La forza del turismo sostenibile

Il ministro dell'Ambiente e del Cambiamento Climatico, **Marina Silva**, ha sostenuto che il turismo è una delle soluzioni: "*Le riserve forestali brasiliane sono strumenti di protezione ambientale, ma anche di sviluppo economico e inclusione sociale. Per migliorare l'esperienza di visita alle comunità tradizionali indigene e quilombola, specialmente, ma non esclusivamente, in Amazzonia. Questo tipo di turismo ha un potenziale di crescita molto elevato, soprattutto per il suo carattere di inclusione sociale. Richiede, tuttavia, le azioni necessarie da parte dello Stato per garantire la consulenza*

aziendale, la qualificazione professionale, il finanziamento e la promozione, per sostenere queste comunità a organizzarsi come destinazioni turistiche internazionali, garantendo che l'impatto sociale sia minimo generando reddito per le famiglie con catene e accordi produttivi locali".

Il valore della Marca Brasil

Creato nel 2005 dal designer e illustratore **Kiko Farkas** e aggiornato nel 2010, Marca Brasil è il risultato del primo piano di marketing internazionale del Brasile, il **Piano Aquarela**. Il logo Marca Brasil è stato progettato per mostrare i colori che compongono l'identità del Brasile. Fin dal suo concepimento, adotta il verde delle foreste; il giallo del sole, la luce e le spiagge; il blu del cielo e delle acque; il rosso rappresenta la passione delle feste popolari; il bianco rappresenta i nostri vestiti e la religione popolare. Il progetto è nato dall'ispirazione di un disegno di **Roberto Burle Marx**, famoso artista e paesaggista brasiliano.
"*Questo logo storico è stato sostituito dal precedente governo, che ha favorito l'uso di un marchio senza studio tecnico e il cui slogan aveva un messaggio inappropriato con connotazioni di turismo sessuale. La formulazione e la creazione di Marca Brasil è stata una pietra miliare nella storia del Paese, **realizzata attraverso un concorso pubblico con ricerche di mercato e rigorosi criteri di selezione tecnica**. E questo logo sta tornando*", conclude Marcelo Freixo.