

Chiến dịch truyền thông quảng bá thương hiệu quốc gia “Made in Italy” đánh dấu kỉ niệm một năm triển khai trên toàn cầu

15:37 01/11/2022

Tháng 10/2022, chiến dịch truyền thông quảng bá thương hiệu quốc gia “Made in Italy” đánh dấu kỉ niệm một năm triển khai trên toàn cầu tại 26 quốc gia, trong đó có Việt Nam.

Chiến dịch “Đất nước Ý – Phi thường từ những điều giản dị: beIT” chính thức khởi động từ tháng 10/2021 bởi Bộ Ngoại giao và Hợp tác quốc tế Italia cùng với Thương vụ Italia. Chiến dịch hướng tới hai mục tiêu chính đó là đẩy mạnh xuất khẩu của Italia thông qua việc giới thiệu về những thế mạnh và tiềm năng một cách đầy bản sắc và sáng tạo; đồng thời hỗ trợ thúc đẩy quá trình toàn cầu hóa của các doanh nghiệp Italia, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, giúp họ mở rộng và đa dạng hóa thị trường nước ngoài.



Chiến dịch truyền thông quảng bá thương hiệu quốc gia “Made in Italy” đánh dấu kỉ niệm một năm triển khai trên toàn cầu.

Tại Việt Nam, chiến dịch được ra mắt vào tháng 12/2021 tại Triển lãm thực phẩm và đồ uống Italia “A taste of Italy Everyday – Hương vị nước Ý mỗi ngày” diễn ra tại Hà Nội, và tiếp tục được giới thiệu sau đó tại thành phố Hồ Chí Minh thông qua “Tuần lễ thời trang quốc tế Việt Nam – Vietnam International Fashion Week”. Kể từ đó đến nay, nhiều hoạt động văn hóa, nghệ thuật và xúc tiến thương mại đã được tổ chức thu hút sự quan tâm của công chúng Việt Nam.

Sau một năm triển khai, chiến dịch belT không chỉ mang đến những dấu ấn đậm nét về văn hóa, con người mà qua đây còn giới thiệu được tinh thần tiên phong với những sản phẩm dịch vụ chất lượng toàn cầu của nước Ý. Tinh thần ấy được khơi nguồn từ 6 giá trị cốt lõi “sáng tạo, đam mê, di sản, đổi mới, phong cách và đa dạng”.

Chiến dịch tập trung vào 9 lĩnh vực thế mạnh: Cơ sở hạ tầng và năng lượng bền vững; Công nghiệp ô tô và hàng hải; Máy móc, tự động hóa và linh kiện; Thời trang, hàng xa xỉ và phong cách sống; Thiết kế; Chăm sóc sức khỏe thể chất và tinh thần; Công nghệ hàng không vũ trụ và an ninh tiên tiến; Văn hóa và giải trí; Thực phẩm nông nghiệp.

Chin dịch cũng trở nên đặc biệt hơn với một ý nghĩa “xanh”: Cứ mỗi 10.000 lượt xem video trên kênh YouTube chính thức, sẽ có một cây xanh được trồng tại 03 vùng Basilicata, Tuscany và Puglia của nước Ý, tạo nên những khu rừng “Made in Italy” đầu tiên, góp phần làm cho Trái Đất xanh hơn.

Vừa qua, 28/10/2022, Đại sứ quán Italia kỷ niệm 01 năm chiến dịch “Đất nước Ý – Phi thường từ những điều giản dị: belT” tại Trung tâm văn hóa Ý Casa Italia, Hà Nội. Sự kiện vinh dự có sự đồng hành của Ferrari – thương hiệu xe nổi tiếng đến từ nước Ý – với màn ra mắt chiếc siêu xe 296GTB lần đầu tiên tại Hà Nội. Tham dự sự kiện còn có những vị khách mời nổi tiếng như ca sĩ Tuấn Hưng, Hoa hậu Lương Thùy Linh, Nhà báo Trương Anh Ngọc, Người mẫu – nhà hoạt động xã hội Helly Tống và Travel Blogger Lý Thành Cơ.



Sự kiện vinh dự có sự đồng hành của Ferrari – thương hiệu xe nổi tiếng đến từ nước Ý – với màn ra mắt chiếc siêu xe 296GTB lần đầu tiên tại Hà Nội.

Hà Trần