**„Go Vilnius“ pristato atnaujintą vizualinį identitetą: daugiau aiškumo, nuoseklumo ir miesto atpažįstamumo**

**Vilniaus miesto plėtros agentūra „Go Vilnius“ pristato atnaujintą organizacijos prekės ženklą ir skėtinę (angl. *branded house*) prekės ženklų architektūrą. Organizacijos vadovės Dovilės Aleksandravičienės teigimu, šis žingsnis žymi naują įmonės komunikacinės brandos etapą, kuris padeda aiškiau ir efektyviau atskleisti platų veiklų spektrą bei strateginius tikslus.**

„Norime, kad mūsų komunikacija būtų nuosekli, lengvai atpažįstama ir strategiškai stipri – kaip ir pats Vilnius. Atnaujintas vizualinis identitetas sustiprins miesto atpažįstamumą tarptautiniu mastu, tuo pačiu aiškiau identifikuos mūsų veiklos apimtį ir tikslus“, – sako Dovilė Aleksandravičienė, „Go Vilnius“ vadovė.

**Esminis pokytis – vieningos miesto vizualinės tapatybės stiprinimas**

Didžiausia naujovė – savarankiško „Go Vilnius“ logotipo atsisakymas ir jo suvienodinimas su oficialiu Vilniaus miesto ženklu. Šis sprendimas sustiprina vieningą sostinės vizualinę kalbą, sukuria aiškų ryšį tarp miesto ir jį atstovaujančios institucijos bei leidžia efektyviau komunikuoti su skirtingomis auditorijomis – nuo turistų iki investuotojų. Tai taip pat prisideda prie Vilniaus, kaip prekės ženklo, žinomumo ir vertės augimo tarptautinėje arenoje.

**Vieningas ženklų stilius – skirtingoms funkcijoms**

„Go Vilnius“ tikslai – didinti tarptautinį Vilniaus žinomumą ir patrauklumą, skatinti atvykstamąjį turizmą, pritraukti užsienio investicijas, tarptautines konferencijas, užtikrinti sklandžią užsienio talentų relokaciją.

„Atnaujinta prekės ženklų architektūra suteiks nuoseklumo ir aiškumo tiek miesto svečiams, tiek partneriams ar investuotojams, o naujieji logotipai leis lengviau atpažinti skirtingas agentūros funkcijas, kartu stiprindami bendrą Vilniaus miesto atpažįstamumą tarptautinėje erdvėje“, – sako D. Aleksandravičienė.

Naujoje prekės ženklų sistemoje:

* Atnaujinti „Vilnius Tourism Centre“ ir „International House Vilnius“ logotipai.
* Sukurti nauji ženklai – „Vilnius Business“ ir „Vilnius Convention Bureau“.
* Atsisakyta savarankiško „Vilnius TechFusion“ prekės ženklo.

Visi logotipai pasižymi nuosekliu ir lengvai atpažįstamu vizualiniu stiliumi.

**Vidinis kūrybinis sprendimas, įkvėptas tarptautinių miestų gerosios praktikos**

„Go Vilnius“ identitetas atnaujintas pačios agentūros vidiniais pajėgumais. Prekės ženklo vadovė Beata Taputytė teigia, kad tai yra kryptingas žingsnis link vientisos Vilniaus miesto tapatybės.

„Žvelgėme į pažangius miestus – Londoną, Amsterdamą, Kopenhagą, Vieną – ir matėme, kad jų stiprybė slypi vieningoje ženklų sistemoje. Tai ne tik dizaino klausimas – taip kuriamos aiškios, nuoseklios žinutės“, – sako B. Taputytė.

Pasak jos, žodis „Vilnius“ dabar perteiktas naudojant tą pačią tipografiją kaip ir oficialaus miesto ženklo – tai sustiprina asociaciją su pačiu miestu, o ženklas tampa vieningesnės sostinės vizualinės tapatybės dalimi. Elementas „GO“, įkomponuotas į apvalintą formą, savo stiliumi primena šiuolaikinį komunikacijos simbolį – tarsi kvietimo forma, kuri ragina atrasti Vilnių, įsitraukti į jo pasakojimą ir pažinti miestą.

„Naujasis logotipas kalba drąsesne vizualine kalba, tačiau išlieka ištikimas miesto tapatybei, atspindėdamas gyvo, šiuolaikiško, atviro ir veržlaus Vilniaus dvasią“, – teigia „Go Vilnius“ prekės ženklo vadovė.

**Apie organizaciją**

„Go Vilnius“ yra oficiali Vilniaus miesto verslo ir turizmo plėtros agentūra, siekianti auginti miesto tarptautinį konkurencingumą. Organizacija didina Vilniaus žinomumą ir patrauklumą, formuoja miesto įvaizdį, skatina atvykstamojo turizmo, tarptautinių konferencijų, užsienio investicijų ir talentų augimą. Susipažinti su „Go Vilniaus“ veikla bei 2024 m. jos rezultatais galima [ČIA](https://issuu.com/govilnius/docs/go_vilnius_2024_metin_veiklos_ataskaita?fr=xIAEoAT3_MzMz).