



การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการตลาดเป็นวาระสำคัญลำดับแรกของการร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน "Visit ASEAN Campaign" เป็นโครงการด้านการตลาดหลักของอาเซียน โดยผ่านการจัดกิจกรรมรวม และการส่งเสริมร่วมกันระหว่างศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Promotional Chapter for Tourism: APCT) ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากองค์การด้านการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกอาเซียนในตลาดนักท่องเที่ยวสำคัญ เช่น จีน สาธารณรัฐเกาหลี และออสเตรเลีย

อาเซียนทำการตลาดด้านการท่องเที่ยวตามแนวทางที่กำหนดไว้ในแผนงานในการรวมกลุ่มสาขาการท่องเที่ยว ปี 2547-2553 โดยใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมให้อาเซียนเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเดียวกัน มีแหล่งดึงดูดการท่องเที่ยวหลากหลายมีมาตรฐานระดับโลก และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยดำเนินงานร่วมกับภาคเอกชนจากสมาคมการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Association: ASEANTA)

ณ ปัจจุบัน อาเซียนมีสโลแกนการท่องเที่ยวใหม่ คือ "Southeast Asia feel the Warmth" และเว็บไซต์การตลาดใหม่ที่

www.southeastasia.org ซึ่งเน้นเรื่องการท่องเที่ยวที่มีจุดหลายจุดหมายปลายทางภายในประเทศสมาชิกอาเซียน โดยได้เปิดตัวที่ ITB Berlin เมื่อเดือนมีนาคม 2553

และมีการประชาสัมพันธ์ร่วมกับโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอาเซียนที่มีอยู่

โดย กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ