

singularidade de Minas Gerais, que se traduz em seu valioso patrimônio cultural e histórico, sua natureza exuberante, na gastronomia diversa, na segurança que o Estado oferece ao turista e na hospitalidade do povo mineiro, passa agora a ser representada em uma marca de destino. Seu lançamento acontece no dia 1/10, às 10h, em Belo Horizonte, no Palácio da Liberdade. O evento será conduzido pelo governador do Estado, Romeu Zema, e pelo secretário de Cultura e Turismo, Marcelo Matte.

Diante de mercados turísticos nacional e internacional cada vez mais disputados, a construção e consolidação de uma marca de destino é um dos elementos importantes no sentido de apresentar determinado local para atrair mais investimentos e visitantes, estimulando, inclusive, o desejo do turista retornar. A marca de destino de Minas Gerais passa a integrar uma série de políticas e ações de posicionamento do Estado diante dos diversos contextos atuais. Entre estas iniciativas estão as ações de promoção dos atrativos e roteiros, a participação em feiras e eventos e os cursos e capacitações voltados a agentes e operadores de turismo.

O objetivo da marca é também ser a identidade do destino, selando tudo o que ele representa, independente de gestão política, para que esta perdure e seja utilizada de forma ampla por todos os atores da cadeia produtiva do turismo, se estendendo também a outros setores que queiram identificar seus produtos. A marca de destino se vincula às características do lugar, fazendo referência a seus atributos e talentos.

No caso de Minas Gerais, a marca de destino resume os maiores patrimônios do estado, que são o próprio povo mineiro e sua hospitalidade, além do legado histórico, da segurança, das belezas naturais e da rica gastronomia. A marca que Minas Gerais lança tem a vanguarda em seu DNA e ao mesmo tempo promove uma identificação imediata, gerando reconhecimento por parte do público.

De acordo com o secretário de Cultura e Turismo, Marcelo Matte, a marca é um ativo que pode ser trabalhado juntamente com questões de economia criativa, ao lado dos setores criativos que atuam no estado, num processo em que turismo e cultura se retroalimentam continuamente. “A marca de destino é a ‘ponta do iceberg’ de uma estratégia muito maior. Ela é o que gente vê, mas transmite diversas nuances que são trabalhadas nos bastidores. Com relação a Minas, através da marca falamos que nosso estado é tradicional e ao mesmo tempo contemporâneo, falamos de um território que se destaca frente a outros e que ainda tem muito a ser descoberto”, enfatiza.

No cenário econômico vigente, a marca também contribui para o

fortalecimento das estratégias de marketing do destino, que incluem pensar quais mercados se quer alcançar e como expandi-los, e com que tipo de ferramentas de atração de público se pode atuar. O intuito é que a nova marca de destino seja absorvida não somente pelo trade turístico, mas também pelas entidades e instituições que atuam nas diferentes esferas em Minas Gerais, e que possa ser usada em ações compartilhadas.

A marca Minas, as peças para mídias sociais e o manual de aplicação podem ser acessados no site da Secult (www.cultura.mg.gov.br) e no QR Code anexo neste press kit.

Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais

Assessoria de Comunicação

imprensa@cultura.mg.gov.br

(31) 3915 9543 / 2692 / 2655/ 9567