

Governador Romeu Zema lança Marca de Minas

Ter 01 outubro

O governador Romeu Zema e o secretário de Estado de [Cultura e Turismo](#), Marcelo Matte, lançaram, nesta terça-feira (1/10), em cerimônia no Palácio da Liberdade, em Belo Horizonte, a Marca de Minas. A marca de destino representa a identidade do estado e integra uma série de políticas e ações de posicionamento de Minas Gerais nos mercados turísticos nacional e internacional.

Segundo Romeu Zema, o material valoriza a singularidade do estado, que se traduz em seu valioso patrimônio cultural e histórico, sua natureza exuberante, gastronomia diversa, segurança oferecida aos turistas e a hospitalidade de seu povo.

"Estamos criando uma identidade do estado que tem um potencial enorme para atrair turistas, tanto do Brasil quanto do exterior, mas que é muito mal divulgado, que nunca houve nenhuma estrutura de comunicação e sempre se pensou muito somente em gastar com publicidade, propaganda. O que nós queremos é fortalecer e divulgar melhor essas riquezas, principalmente esses ativos intangíveis que temos aqui em Minas. Temos um povo hospitaleiro, culinária riquíssima, festas religiosas e regionais", afirmou o governador.

Ainda de acordo com Zema, o plano de sua gestão é integrar diversas atividades e ações em diferentes setores, ajudando na recuperação da economia do Estado.

"Nós queremos levar esses atrativos para fora. O próprio mineiro não conhece Minas tão bem e, muitas vezes, viaja para outro estado levando para fora o emprego e a renda – que hoje faz tanta falta, em detrimento do nosso Estado. O próximo passo é envolver todo o setor hoteleiro, de transporte", afirmou o governador, lembrando, por exemplo, parcerias para que o estado receba mais voos internacionais e regionais, além da busca de investimentos nas rodovias estaduais e federais.

Identidade

O objetivo da marca é também ser a identidade do destino, selando tudo o que ele representa, independentemente 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.

O secretário de Cultura e Turismo, Marcelo Matte, destacou algumas das potencialidades de Minas para que os setores sejam responsáveis para alavancar a economia mineira. Ele ressaltou que o estado possui 62% de todo o patrimônio tombado do país e 47 circuitos e roteiros turísticos, com montanhas, parques, cachoeiras e demais atrativos.

“Entendemos que essa associação que nós temos em Minas, da cultura e do turismo, é uma grande oportunidade de recuperação econômica do Estado, de geração de emprego e de renda. Nós temos um conjunto de ações que pretendem reativar a economia do Estado em outras bases, como a economia criativa, promovendo a nossa gastronomia, que é a melhor do Brasil, e destacando os nossos diferenciais competitivos, que são a segurança, o patrimônio histórico e a afetividade – temos um povo que recebe muito bem os turistas”, afirmou Matte.

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 objetivo 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.

Também participaram do evento o secretário-executivo do Ministério do Turismo, Daniel Nepomuceno, deputados estaduais, representantes dos setores e lideranças municipais.