



C R E S C E N T
R A T I N G

Global Muslim Travel Index (GMTI)

Release Ref: GMTI-001

Date issued: UNDER EMBARGO UNTIL WEDNESDAY MARCH 4th, 17.00 SGT

Azerbaijan makes the top 20 in the MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index 2015

- Azerbaijan makes the top 20 in the GMTI 2015 behind Malaysia, Turkey, UAE, Saudi Arabia, Qatar, Indonesia, Oman, Jordan and Morocco
- In 2014, Azerbaijan welcomed 793,000 Muslim visitors.
- Singapore topped the list for non-OIC countries which also included Thailand, UK, South Africa and France.
- In 2014, there were 108 million Muslim travellers spending \$145 billion. This is expected to grow to 150 million travellers in 2020 spending \$200 billion.
- To tweet this news, copy and paste <http://bit.ly/1wRsWIJ> to your Twitter feed with the hashtags #GMTI2015

Azerbaijan - March 4th, 2015

Azerbaijan has today been named in the top 20 among the OIC destinations in the Global Muslim Travel Index, the most comprehensive research that has been released on the sector.

The "MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2015" saw Azerbaijan come 20th on the list for the Organisation of Islamic Cooperation (OIC) destinations.

Singapore came first for the non-OIC destinations, which also saw Thailand, UK, South Africa and France make the top five.

The GMTI looks at in-depth data covering 100 destinations, creating an overall index, based on a number of criteria. This is the first time such thorough insights have been provided into one of the fastest-growing tourism sectors in the world today.

It will provide travellers, Governments, travel services and investors comprehensive benchmarks across a number of important criteria enabling them to track the health and growth of this travel segment.

The study also revealed that in 2014, this segment was worth \$145 billion with 108 million Muslim travellers representing 10% of the entire travel economy. In 2014, Azerbaijan saw 793,000 Muslim arrivals into the country which accounts for 33% of the total arrivals.

The Muslim travel market is forecasted to grow to 150 million visitors by 2020 and 11% of the entire segment with a value projected to grow to \$200 billion.

“The MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index has today set a real precedent for the tourism industry,” said Fazal Bahardeen, CEO of CrescentRating & HalalTrip.

“Not only is it the most in-depth research that we have undertaken so far on the fast-growing Muslim travel market, but has provided all stakeholders with some invaluable insight into how the halal-friendly tourism sector is growing and developing from a global perspective.”

“We are pleased to partner with CrescentRating to develop the Global Muslim Travel Index as we see it as an extension of our efforts in giving consumers ease of mind when travelling through our seamless payment solutions. Travel continues to be a core passion for consumers and we are confident the GMTI will prove to be a trusted resource for this important, fast-growing traveller segment,” said Matthew Driver, President, Southeast Asia, MasterCard

Not surprisingly, Saudi Arabia saw the highest number of Muslim arrivals into the country in 2014 with 10.2 million followed by Turkey at 7.6 million.

All 100 destinations in the GMTI were scored against a backdrop of criteria which included suitability as a family holiday destination, the level of services and facilities it provides, accommodation options, marketing initiatives as well as visitor arrivals. Each criterion was then weighted to make up the overall index score.

Malaysia scored an Index score of 83.8, followed by Turkey at 73.8 while Azerbaijan had a GMTI of 58.2.

GMTI40, which will be updated quarterly around the year, will track the average score of the top 20 OIC and non-OIC destinations and will form the key index to monitor the performance of the Muslim travel segment.

The overall average score for 40 destinations (GMTI40) currently stands at 56 while the overall average GMTI score for the complete 100 destinations is at 43.8. From a regional perspective, Asia Pacific destinations lead with an average GMTI score of 54.

The Top 20 OIC destinations of GMTI 2015

RANK	OVERALL GMTI 2015 RANK	DESTINATION	SCORE
1	1	Malaysia	83.8
2	2	Turkey	73.8
3	3	United Arab Emirates	72.1
4	4	Saudi Arabia	71.3
5	5	Qatar	68.2
6	6	Indonesia	67.5
7	7	Oman	66.7
8	8	Jordan	66.4
9	10	Morocco	64.4
10	11	Brunei	64.3
11	12	Tunisia	64.0
12	13	Kuwait	63.9
13	14	Iran	63.9
14	15	Bahrain	63.6
15	16	Egypt	63.6

16	17	Maldives	62.3
17	18	Kazakhstan	60.5
18	19	Bangladesh	60.2
19	21	Algeria	58.5
20	22	Azerbaijan	58.2

The Top 10 non-OIC destinations of GMTI 2015

RANK	OVERALL GMTI 2015 RANK	DESTINATION	SCORE
1	9	Singapore	65.1
2	20	Thailand	59.2
3	25	United Kingdom	55.0
4	30	South Africa	51.1
5	31	France	48.2
6	32	Belgium	47.5
7	33	Hong Kong	47.5
8	34	USA	47.3
9	35	Spain	46.5
10	36	Taiwan	46.2

The full report is available here:

<http://gmi.crescentrating.com/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-2015-gmti2015.html>

ENDS

For further information and interview requests, please contact:

PR enquiries:

Anas Kasak

CrescentRating

Tel: +44 7971 735090

Email: anas@cresecentrating.com

Hazel Hoo,

Weber Shandwick,

Tel: +603 6209 5209

Email: hhoo@webershandwick.com

Editor's Notes

About Crescentrating Pte Ltd

CrescentRating is the world's leading authority on halal-friendly travel. The company's vision is to lead, innovate and drive this segment through practical and deliverable solutions in what is regarded today as one of the fastest growing segment in the tourism sector. The company uses insight, industry intelligence, lifestyle, behaviour and research on the needs of the Muslim traveller to deliver guidance on all aspects of halal-friendly travel to organisations across the globe.

CrescentRating's services now include rating & accreditation, research & consultancy, workshops & training, ranking & indices, event support/partnerships and content provisioning.

Website: <http://www.crescentrating.com>

Twitter: <http://twitter.com/crescentrating>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/crescentrating>

About MasterCard

MasterCard (NYSE: MA), www.mastercard.com, is a technology company in the global payments industry. We operate the world's fastest payments processing network, connecting consumers, financial institutions, merchants, governments and businesses in more than 210 destinations and

territories. MasterCard's products and solutions make everyday commerce activities – such as shopping, traveling, running a business and managing finances – easier, more secure and more efficient for everyone. Follow us on Twitter [@MasterCardAP](#) and [@MasterCardNews](#), join the discussion on the [Cashless Pioneers Blog](#) and [subscribe](#) for the latest news on the [Engagement Bureau](#).



C R E S C E N T
C R A T I N G

Global Muslim Travel Index (GMTI)

Ссылка на релиз: GMTI-001

Публикация данных: под запретом до среды 4 марта 17.00 SGT

Азербайджан вошел в топ-20 в рейтинге Всемирного Мусульманского Туристического Индекса (ВМТИ) МастерКардКресент 2015

- Азербайджан вошел в топ-20 в рейтинге ВМТИ после Малайзии, Турции, ОАЭ, Саудовской Аравии, Катара, Индонезии, Омана, Иордании и Марокко.
- В 2014 году Азербайджан посетило 793, 000 мусульман.
- Сингапур возглавил список направлений, не входящих в ОИС, которые также включают Таиланд, Соединенное Королевство, Южную Африку и Францию.
- В 2014 году во всем мире было насчитано 108 миллионов путешественников из мусульманских стран, потративших 145 миллиардов долларов. Ожидается, что к 2020 году эта цифра возрастет до 150 миллионов туристов, которые потратят \$ 200 млрд долларов.
- Чтобы опубликовать эту новость в твиттере, скопируйте и вставьте эту ссылку <http://bit.ly/1wRsWIJ> в ленту новостей с хештегом # GMTI2015

Азербайджан - 4 марта 2015

Сегодня Азербайджан была назван в топ-20 среди направлений ОИС согласно Всемирному Мусульманскому Туристическому Индексу (ВМТИ), представляющему наиболее обширное исследование данного сектора.

Азербайджан занял 20е место в Мусульманском Туристическом Индексе МастерКард –КресентРейтинг 2015 среди стран, входящих в Организацию Исламского Сотрудничества (ОИС).

Сингапур стал первым среди направлений, не входящих в Организацию Исламского Сотрудничества (ОИС), Таиланд, Соединенное Королевство, Южная Африка и Франция вошли в первую пятерку.

ВМТИ рассматривает данные по сотне направлений, создавая, таким образом, общий индекс, основывающийся на ряде критериев. Настолько точная информация касательно наиболее быстро развивающихся секторов туризма в современном мире предоставляется впервые.

Данный индекс предоставит путешественникам, правительствам, инвесторам и компаниям, предоставляющим туристические услуги, наиболее исчерпывающие показатели по целому ряду важных критериев и позволит им отслеживать состояние и рост данного сектора.

Исследование также показало, что в 2014 году этот сегмент был оценен в 145 миллиардов долларов, где 108 миллионов мусульманских путешественников составили 10% от общего числа туристического сектора. В этот период в Азербайджан прибыло

793,000 мусульманских туристов, что представляет 33% от общего числа прибытий.

К 2020 году Мусульманскому туристическому рынку прогнозируется рост до 150 миллионов посетителей, и 11% всего сегмента вырастет до \$ 200 млрд.

По словам Фазаль Бахардеен, генерального директора Кресент Рейтинг и Халальтрип, Всемирный Мусульманский Туристический Индекс "МастерКард-КресентРейтинг" на сегодняшний день является настоящим прецедентом для туристической индустрии,"

"Это не только наиболее обширное исследование, которые мы провели на быстро растущем мусульманском туристическом рынке, мы также предоставили всем заинтересованным лицам понимание того, как растет и развивается сектор халяль-туризма с точки зрения глобальной перспективы".

"Мы рады сотрудничать с КресентРейтинг над разработкой Всемирного Мусульманского Туристического Индекса, так как мы считаем это сотрудничество продолжением наших усилий в предоставлении потребителям услуг, благодаря которым они могут сохранять душевное спокойствие во время путешествия за счет гибкости наших платежных решений. Туризм продолжает оставаться основной страстью потребителей, и мы уверены, что ВМТИ окажется надежным ресурсом для этого важного и быстро растущего туристического сегмента", заявил Мэтью Драйвер, Президент, Юго-Восточная Азия, Мастеркард.

Не удивительно, что в 2014 году в Саудовскую Аравию прибыло самое большое количество Мусульман – 10,2 миллиона, за ней в рейтинге следует Турция с 7,6 миллионов прибывших.

Все 100 направлений в ВМТИ были оценены в рамках критериев, включающих такие показатели как, возможность семейного отдыха, уровень предоставляемых услуг и удобств, варианты размещения, рыночные возможности, а также прибытие посетителей в страну. Каждый из критериев был тщательно изучен с целью составления общей индексной оценки.

Малайзия получила Индекс 83,8 , за ней следует Турция с Индексом 73,8, Индекс Азербайджана составляет 58,2.

ВМТИ40, который будет обновляться ежеквартально в течение года, будет отслеживать средний балл топ-20 направлений, входящих и не входящих в ОИК и станет ключевым индексом мониторинга деятельности мусульманского туристического сегмента.

Общий средний балл по 40 направлениям (ВМТИ40) в настоящее время составляет 56, а общая средняя оценка ВМТИ по всем ста направлениям составляет 43,8. С региональной точки зрения, направления Азиатско-Тихоокеанского региона являются лидирующими, средним балл ВМТИ 54.

Топ -20 направлений, не входящих в ОИС согласно ВМТИ 2015

МЕСТО	ИТОГОВОЕ МЕСТО	НАПРАВЛЕНИЕ	БАЛЛЫ
1	1	Малайзия	83.8
2	2	Турция	73.8

3	3	ОАЭ	72.1
4	4	Саудовская Аравия	71.3
5	5	Катар	68.2
6	6	Индонезия	67.5
7	7	Оман	66.7
8	8	Иордания	66.4
9	10	Марокко	64.4
10	11	Бруней	64.3
11	12	Тунис	64.0
12	13	Кувейт	63.9
13	14	Иран	63.9
14	15	Бахрейн	63.6
15	16	Египет	63.6
16	17	Мальдивы	62.3
17	18	Казахстан	60.5
18	19	Бангладеш	60.2
19	21	Алжир	58.5
20	22	Азербайджан	58.2

Топ-10 направлений, не входящих в ОИС согласно ВМТИ 2015

МЕСТО	ИТОГОВОЕ МЕСТО	НАПРАВЛЕНИЕ	БАЛЛЫ
1	9	Сингапур	65.1
2	20	Таиланд	59.2

3	25	Соединенное Королевство	55.0
4	30	Южная Африка	51.1
5	31	Франция	48.2
6	32	Бельгия	47.5
7	33	Гон-Конг	47.5
8	34	Америка	47.3
9	35	Испания	46.5
10	36	Тайвань	46.2

Полный отчет доступен здесь

<http://gmti.crescentrating.com/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-2015-gmti2015.html>

Для получения дополнительной информации и по вопросам интервью, обращайтесь в отдел по связям с общественностью :

Анас Казак

CrescentRating

Тел: +44 7971 735090

Email: anas@crescentrating.com

Хазель Ху,

Вебер Шандвик,

Тел: +603 6209 5209

Email: hhoo@webershandwick.com

Примечания редактора

О Crescentrating Pte Ltd

CrescentRating (Кресент Рейтинг) является ведущим в мире авторитетом по халяль- дружественному туризму. Целью компании является продвижение, инновация и управление этим сегментом посредством практических и легко воплощаемых решений в сферу, что на сегодняшний день считается одной из быстро растущих сегментов в туристической отрасли. Чтобы составить руководство по всем аспектам халяль-дружественного туризма для организаций по всему миру компания основывает свою деятельность на принципах

проницательности, достижениях промышленности, современном образе жизни и поведении, а также на изучении потребностей мусульманских путешественников.

В настоящее время услуги CrescentRating (Кресент Рейтинг) включают оценку и аккредитацию, научные исследования и консультационные услуги, семинары и обучение, рейтинг и индексы, поддержку мероприятий / предоставление партнерских соглашений и контента.

Веб-сайт: <http://www.crescentrating.com>

Twitter: <http://twitter.com/crescentrating>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/crescentrating>

О МастерКард

МастерКард (NYSE:MA), www.mastercard.com, является технологической компанией в мировой платежной индустрии. Мы управляем самой быстрой сетью обработки платежей в мире, соединяющей потребителей, финансовые учреждения, продавцов, правительства и бизнес по более чем в 210 направлениях и территориях. Продукция и решения МастерКард позволяют сделать ежедневную коммерческую деятельность: покупки, путешествия, ведения бизнеса и управления финансами более легкой, более безопасной и более эффективной для всех. Следуйте за нами на Твиттере @MasterCardAP и MasterCardNews, присоединяйтесь к обсуждениям на Cashless Pioneers Blog и подпишитесь на последние новости на Engagement Bureau .

