



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

## Global Muslim Travel Index (GMTI)

---

Release Ref: GMTI-001

Date to be issued: UNDER EMBARGO UNTIL WEDNESDAY MARCH 4<sup>th</sup>, 5PM SGT

### **Turkey comes second in the MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index 2015**

- Turkey came second in the GMTI 2015 behind only to Malaysia and beating UAE, Saudi Arabia and Qatar who also made the top five.
- In 2014, Turkey welcomed 7.6 million 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

### **Turkey- March 4<sup>th</sup>, 2015**

Turkey has today been named second 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 Turkey come second on the list, following Malaysia who took the top spot, for the Organisation of Islamic Cooperation (OIC) destinations. Turkey beat destinations such as UAE, Saudi Arabia, Qatar and Indonesia in the study.

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. Turkey saw 7.6 million Muslim visitors- the second highest in the world- in that period which accounts for 19% of the total arrivals to this European destination.

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.

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.

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 10 OIC destinations of GMTI 2015**

<b>RANK</b>	<b>OVERALL GMTI 2015 RANK</b>	<b>DESTINATION</b>	<b>SCORE</b>
<b>1</b>	1	Malaysia	83.8
<b>2</b>	2	Turkey	73.8
<b>3</b>	3	United Arab Emirates	72.1
<b>4</b>	4	Saudi Arabia	71.3
<b>5</b>	5	Qatar	68.2
<b>6</b>	6	Indonesia	67.5
<b>7</b>	7	Oman	66.7
<b>8</b>	8	Jordan	66.4
<b>9</b>	10	Morocco	64.4
<b>10</b>	11	Brunei	64.3

### **The Top 10 non-OIC destinations of GMTI 2015**

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

The full report is available here: <http://gmti.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@crescentrating.com](mailto:anas@crescentrating.com)

Hazel Hoo,  
Weber Shandwick,  
Tel: +603 6209 5209  
Email: [hhoo@webershandwick.com](mailto:hhoo@webershandwick.com)

## **Türkiye, MasterCard-CrescentRating Küresel İslami Seyahat İndeksi'nde 2. sırayı aldı.**

- Türkiye Küresel İslami Seyahat İndeksi'nde ilk 52i oluşturan BAE, Suudi Arabistan ve Katar'ı geride bırakarak, Malezya'nın ardından 2. Sıraya yerleşti.
- 2014 yılında, Türkiye 8.1 milyon müslüman turisti ağırlayarak Avrupa pazarında en üst noktada yer aldı.
- Singapur, aralarında Tayland, İngiltere, Güney Afrika ve Fransa gibi ülkelerin bulunduğu, İslam İşbirliği Teşkilatı'na üye olmayan ülkeler arasında en üst noktaya yerleşti.
- 2014 yılında seyahat eden toplam turist sayısı 108 Milyon oldu ve toplamda 145 milyar dolar harcama yaptılar. 2020 yılında bu sayının 150 Milyon turiste ulaşması ve yapılan toplam harcamanın 200 Milyar dolara ulaşması beklenmektedir.
- Bu haberleri Twitter'da paylaşmak için , bu linki kopyalayıp twitter hesabınıza yapıştırabilirsiniz.; <http://bit.ly/1wRsWII> #GMTI2015

### **Türkiye - 4 Mart, 2015**

Türkiye sektörün en kapsamlı araştırması olan Küresel İslami Seyahat İndeksi'nde (Global Muslim Travel Index) 2. Sırada yerini aldı.

“MasterCard-CrescentRating Küresel İslami Seyahat İndeksi (2015)” tarafından Türkiye'nin İslami İşbirliği Teşkilatı üyesi ülkeler arasında ilk sırayı alan Malezya'nın ardından ikinci sıraya yerleştiği görüldü. Türkiye bu sıralamada BAE, Suudi Arabistan, Katar ve Endonezya gibi ülkeleri geride bıraktı ve Avrupa genelinde de en üst noktada yerini aldı.

Singapur, aralarında Tayland, İngiltere, Güney Afrika ve Fransa gibi ülkelerin bulunduğu, İslam İşbirliği Teşkilatı'na üye olmayan ülkeler arasında en üst noktaya yerleşti.

Küresel İslami Seyahat İndeksi birçok kriteri göz önünde bulundurarak, 100 farklı destinasyonu içeren derinlemesine bir analiz yaparak araştırma yapıyor. Bu araştırma, dünyada en hızlı büyüyen sektörlerden biri hakkında bu denli derinlemesine yapılan ilk araştırmadır.

Bu detaylı araştırma bir çok önemli kriterde very sağlayarak, seyahat edenlere, Yerel Yönetimlere, Seyahat acentelerine ve yatırımcılarına sektörün gidişatı ile alakalı yol gösterici olacaktır.

Bu çalışma 2014 yılında 108 Milyon müslüman turist ile 145 Milyar Dolarlık bir Pazar olduğunu ve bu rakamın toplam turizm piyasasının

%10'una denk geldiğini gözler önüne serdi. Türkiye, Avrupa'ya gelen toplam turistlerin % 21'ine denk gelen, 7.6 Milyon müslüman turiste ev sahipliği yaparak dünyada ikinci sırada yerini aldı.

İslami Seyahat pazarının 2020 yılında %11 lik bir artış ile 200 Milyar Dolar'a ulaşacağı tahmin edilmektedir.

CrescentRating & HalalTrip CEO'su Fazal Bahardeen, MasterCard-CrescentRating Küresel İslami Seyahat İndeksi (2015)'nin bu çalışma ile turizm piyasası için önemli emsal teşkil edecek bir örnek sunduğunu belirtti.

“Bu araştırma yalnızca hızlı büyüyen İslami Turizm piyasası ile alakalı kapsamlı bir araştırma olmayıp aynı zamanda helal dostu turizm sektörü sektörün tüm paydaşlarına paha biçilemez bir öngörü ve küresel bir bakış açısı sağlayan bir çalışmadır.”

MasterCard Güneybatı Asya Başkanı Matthew Driver, “CrescentRating ile, Küresel İslami Seyahat İndeksi'ni oluşturmada partner olmak, tüketicilere kusursuz ödeme çözümleri sunma konusundaki çabalarımızın bir gelişimi olmuştur. Seyahat etmek tüketicilerin en öncelikli istekleri haline geliyor ve biz Küresel İslami Seyahat İndeksi'nin hızla büyüyen islami seyahat pazarı konusunda çok önemli ve güvenilir kaynaklar sağlayacağına eminiz” dedi.

Beklendiği gibi Suudi Arabistan 10.2 Milyon müslüman turist ile 2014'ün en yüksek seviyesine ulaştı.

Küresel İslami Seyahat İndeksi'nde yer alan tüm 100 destinasyon da aile seyahatine uygunluk, sağlanan servisin ve hizmetin düzeyi, konaklama seçenekleri, pazarlama açılımları ve gelen turist sayısı gibi kriterlerde değerlendiriliyor.

Malezya, listede 83.8 puan ile 1. sırada yer alırken, Onu 73.8 puanla Türkiye takip etti.

GMTI40, yılda 4 defa tekrarlanacak şekilde, İslami İşbirliği Teşkilatı üyesi olan ve olmayan ilk 20 ülkeyi sürekli olarak takip ederek İslami Seyahat Pazarı'ndaki performanslarını ortaya koyacak.

Toplam 40 destinasyonun ortalama puanı 56 iken, 100 destinasyonun tamamı değerlendirildiğinde 43.8 e düşmektedir. Bölgesel açıdan bakıldığında, Asya Pasifik bölgesi 54 puan ile ilk sırada yer almaktadır.

**GMTI 2015'in ilk 10 destinasyonu (İslam İşbirliği Teşkilatı üyesi):**

<b>SIRALAMA</b>	<b>TOPLAM GMTI 2015 DEĞERLEMESİ</b>	<b>DESTİNASYON</b>	<b>PUAN</b>
1	1	Malezya	83.8
2	2	Türkiye	73.8
3	3	Birleşik Arap Emirlikleri	72.1
4	4	Suudi Arabistan	71.3
5	5	Katar	68.2
6	6	Endonezya	67.5
7	7	Umman	66.7
8	8	Ürdün	66.4
9	10	Fas	64.4
10	11	Brunei	64.3

**GMTI 2015'in ilk 10 destinasyonu (İslam İşbirliği Teşkilatı üyesi olmayanlar):**

<b>SIRALAMA</b>	<b>TOPLAM GMTI 2015 DEĞERLEMESİ</b>	<b>DESTİNASYON</b>	<b>PUAN</b>
1	9	Singapur	65.1
2	20	Tayland	59.2
3	25	Birleşik Krallık	55.0
4	30	Güney Afrika	51.1

5	31	Fransa	48.2
6	32	Belçika	47.5
7	33	Hong Kong	47.5
8	34	ABD	47.3
9	35	İspanya	46.5
10	36	Tayvan	46.2

Raporun tam metnine buradan ulaşabilirsiniz;

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

**SON**

**Ayrıntılı bilgi ve röportaj talepleri için iletişim;**

**PR Araştırmaları:**

Anas Kasak

CrescentRating

Tel: +44 7971 735090

Email: [anas@crescentrating.com](mailto:anas@crescentrating.com)

Hazel Hoo,

Weber Shandwick,

Tel: +603 6209 5209

Email: [hhoo@webershandwick.com](mailto:hhoo@webershandwick.com)

**Editör Notları;**

**CrescentRating Pte Ltd Hakkında,**

CrescentRating Helal dostu turizm konusunda dünyanın lider otoritelerinden birisidir. Şirketin vizyonu, en hızlı büyüyen sektörlerden biri olarak günün gereksinimlerine uygun olarak yönlendirmek, yenilik katmak ve bu segmenti pratik ve sunulabilir hizmet üretir hale getirmektir. Şirket, kavrama gücünü ve sektörel bilgi kaynaklarını kullanarak, müslüman turistlerin ihtiyaçlarını tespit etmek amacıyla yaşam tarzı,



davranışlar ve araştırmalar sayesinde helal dostu seyahat organizasyonu konusunda rehberlik etmektedir.

CrescentRating'in servisleri; derecelendirme & akreditasyon, araştırma & danışma, seminer & eğitim, sıralama & endeksleme, Organizasyon desteği & Ortaklık ve içerik tedarik etme olarak sıralanabilir.

**Web sitesi:** <http://www.crescentrating.com>

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

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

## **MasterCard Hakkında;**

**[MasterCard](http://www.mastercard.com)** (NYSE: MA), [www.mastercard.com](http://www.mastercard.com), **küresel ödeme sanayiinde hizmet veren bir teknoloji şirketidir.** Bizler, dünya üzerinde 210'dan fazla noktada tüketicileri, finansal kurumları, tüccarları, devletleri ve iş dünyasını Dünya'nın en hızlı ödeme ağı ile bir araya getiriyoruz. MasterCard ürünleri ve çözümleri herkes için alışveriş, seyahat, iş idaresi ve yöneticilik alanlarında daha hızlı, daha güvenli ve daha işlevsel günlük ticaret hareketleri sağlıyor.

Bizi Twitter'da takip edin; [@MasterCardAP](https://twitter.com/MasterCardAP) & [@MasterCardNews](https://twitter.com/MasterCardNews), Tartışmaya katılın [Cashless Pioneers Blog](http://www.cashlesspioneers.com) & En güncel gelişmeler için [kayıt olun: Engagement Bureau](http://www.engagementbureau.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](http://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](https://twitter.com/MasterCardAP) and [@MasterCardNews](https://twitter.com/MasterCardNews), join the discussion on the [Cashless Pioneers Blog](#) and [subscribe](#) for the latest news on the [Engagement Bureau](#).