

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT
MESYUARAT KETIGA, PENGGAL KEDUA,
PARLIMEN KEEMPAT BELAS (2019)**

PERTANYAAN : LISAN

**DARIPADA : YB DATO' SERI DR. SHAHIDAN BIN KASSIM
[ARAU]**

TARIKH : 30 OKTOBER 2019

SOALAN

Minta **MENTERI PELANCONGAN, SENI DAN BUDAYA** menyatakan apakah tindakan yang telah dibuat untuk memperbaiki Tahun Melawat Malaysia 2020 ini untuk menarik minat 20 juta pelancong yang pada masa ini cukup malap dan belum didengari oleh banyak negara serta tidak memberangsangkan serta :-

- a) apakah usaha-usaha yang telah dibuat untuk memperbetulkan keadaan berkenaan berita-berita buruk tentang Malaysia yang disebarkan oleh pihak Kerajaan semasa menjadi pembangkang; dan
- b) adakah pihak Kerajaan bercadang untuk menggunakan badan NGO, parti-parti politik termasuklah Persidangan Antarabangsa Parti-Parti Politik Asia (ICAPP) untuk membantu mempromosikan Tahun Melawat Malaysia 2020 ini dan apakah tema berunsur kasih sayang dan perpaduan kaum akan dimasukkan dalam agenda Tahun Melawat Malaysia 2020 tersebut.

JAWAPAN

Tuan Yang di-Pertua,

Promosi awal sebagai persediaan VM2020 telah digerakkan oleh Tourism Malaysia (TM) sejak awal tahun 2018 untuk mencapai sasaran ketibaan pelancong seramai 30 juta dan RM100 bilion hasil pendapatan kepada negara menjelang tahun 2020. Antara promosi awal yang dilaksanakan ialah melalui penyertaan Tourism Malaysia di pameran pelancongan di pasaran terpilih. Majlis Pelancaran awal kempen dan logo VM2020 telah diadakan di ASEAN Tourism Forum, Thailand dan ITB Berlin pada tahun 2018. Selepas peralihan kerajaan pada Mei 2018, Kementerian ini telah menyusun semula objektif dan hala tuju kempen VM2020 selari dengan wawasan kerajaan baru yang memberi penekanan kepada eko pelancongan dan kebudayaan bagi menjana ekonomi di luar bandar.

Seterusnya, Majlis Pelancaran Logo Kempen VM2020 telah dirasmikan oleh YAB Perdana Menteri pada 22 Julai 2019. Untuk memastikan publisiti kempen VM2020 yang berterusan, lagu rasmi VM2020 juga telah dilancarkan pada 6 September 2019. Lagu tersebut telah dimainkan di lapangan terbang, di dalam pesawat-pesawat serta di stesen-stesen radio terpilih yang menjalinkan kerjasama pintar dengan Tourism Malaysia dan di acara-acara utama peringkat domestik juga antarabangsa.

Selain itu, Tourism Malaysia juga telah memeterai kerjasama strategik dengan beberapa syarikat penerbangan, Malaysia Airports Berhad dan Sharp (M) Electronics. Antara aktiviti yang dilaksanakan adalah kerjasama dengan Malaysia Airlines untuk mempromosikan pakej MotoGP Sepang. Ia merupakan sukan permotoran No.1 di dunia dengan kolaborasi bersama Petronas Sepang Racing Team (SRT) dan pasukan Redbull KTM Ajo Motorsport. Promosi secara digital juga telah dilaksanakan dengan Expedia bagi pasaran Australia, Amerika Syarikat dan Jepun untuk meningkatkan tempahan pakej percutian ke Malaysia.

Tuan Yang di-Pertua,

Seterusnya, di peringkat domestik, Kementerian sedang merancang untuk mengadakan Majlis Pelancaran Perdana VM2020 pada penghujung tahun 2019 dengan cadangan pelancaran serentak atau *Soft Launch* di semua negeri dengan kerjasama Kerajaan-kerajaan negeri bagi meningkat publisiti terhadap Visit Malaysia bermula Januari 2020. Selain itu, Tourism Malaysia akan mengadakan Majlis Sambutan di Lapangan Terbang Antarabangsa dan pintu-pintu masuk utama negara yang terpilih bagi menyambut ketibaan pelancong pada hari pertama Visit Malaysia 2020.

Di samping itu, program suai kenal atau mega familiarisation bersama para media, *bloggers* dan *influencers* antarabangsa serta agensi pelancongan dari luar negara akan diteruskan bagi meningkatkan lagi aktiviti promosi VM2020. Kementerian turut merancang untuk mengadakan satu sesi taklimat berkenaan pelaksanaan kempen VM2020 kepada Ahli-Ahli Yang Berhormat yang dijangka akan diadakan pada 19 November 2019 di Parlimen.

Tuan Yang di-Pertua,

Imej negara di pentas antarabangsa adalah positif dan dapat dibuktikan apabila Malaysia menerima pelbagai pengiktirafan antarabangsa sebagai contoh Kuala Lumpur telah dinobatkan di kedudukan keenam bagi World's Most Visited City oleh Mastercard pada tahun 2019. Kerajaan juga sentiasa bersedia untuk bekerjasama dengan mana-mana pihak termasuklah NGO dalam dan luar negara untuk mempromosikan kempen Melawat Malaysia 2020. Antara mesej utama yang akan diketengahkan adalah pelancongan budaya yang mengandungi elemen kesatuan kaum dan kepelbagaian budaya.

Saya yakin bahawa dengan penganjuran Kempen VM2020 ini akan memberi manfaat besar kepada pelbagai lapisan masyarakat serta industri pelancongan dan kebudayaan dengan pertambahan pendapatan tukaran asing kepada negara. VM2020 ini juga berupaya untuk

NO. SOALAN : 6

mewujudkan kesan limpahan kepada sektor-sektor ekonomi lain yang berkaitan termasuk meningkatkan pendapatan rakyat terutamanya di kawasan luar bandar. Saya menyeru agar semua pihak dapat bersama-sama mengembleng tenaga menjayakan Kempen VM2020 ini sebagai satu misi nasional dan tanggungjawab kita bersama.

Kementerian ini melalui Malaysia Convention & Exhibition Bureau (MyCEB) telah berjaya membida dan membawa masuk 309 Acara Perniagaan Antarabangsa atau 'Business Events' bagi tahun 2019 dengan kehadiran sejumlah 537,659 delegasi tempatan dan antarabangsa dan menyumbang impak ekonomi sebanyak RM3.2 billion kepada negara.

Bagi tahun 2020 bersempena Tahun Melawat Malaysia, sebanyak 38 acara perniagaan antarabangsa telah disahkan dan berjaya dibida sehingga kini, yang bakal dihadiri oleh 49,699 delegasi tempatan dan antarabangsa serta bakal menghasilkan impak ekonomi kepada Malaysia berjumlah RM590.0 juta. Namun, aktiviti pembidaan bagi membawa masuk serta mempromosi Malaysia sebagai destinasi acara perniagaan antarabangsa akan dilakukan berterusan sepanjang tahun. Antara aktiviti promosi yang dilaksanakan oleh MyCEB adalah dengan menyertai pameran perdagangan antarabangsa/'tradeshow' seperti AIME Melbourne, IT&CM Shanghai, IMEX Frankfurt, IT&CMA Bangkok, IMEX USA, IBTM Barcelona.

MyCEB secara konsisten menguar-uarkan program serta menggunakan logo Tahun Melawat Malaysia 2020 di setiap aktiviti pembidaan dan promosi yang dilaksanakan di luar negara bersama-sama penyertaan dari pemain industri, agensi kerajaan, organisasi mahupun persatuan profesional.

Sekian, terima kasih