



 **arabian**
travel market®
الملتقى **DUBAI**



AL BAYAN MAG

العدد ٦٠٨ • السنة الثالثة والخمسون • تموز (يوليو) ٢٠٢٢

AL BAYAN ECONOMIC • Issue N° 608 • 53 YEARS • JULY 2022



تعافي حركة السفر والسياحة العالمية



5 289000 017804

Bahrain: BBS • Egypt: EPM • France: EPM • Jordan: JBS • Kuwait: KWS • Lebanon: LBS • Morocco: MBS • Oman: OBS • Qatar: QBS • Syria: SBS • UAE: DUB • Yemen: YBS



FOUR
POINTS
BY SHERATON
Doha

فندق فوربوينتس باي شيراتون الدوحة

طراز جديد للسفر

تتضمن كل إقامة في فور بوينتس باي شيراتون الدوحة على قدر من التدليل و سواء كان ذلك عبر وضع الملاءات القطنية الناعمة على سرير مريح، توصيل وجبة الإفطار إلى غرفتك الخاصة أو عبر الإستمتاع بشراب بارد منعش قرب المسبح، أو عبر توفير خدمة مميزة في أي من المطاعم أو المقاهي في الفندق.

أثبت فندق فوربوينتس باي شيراتون الدوحة مكانته النوعية على خارطة صناعة الضيافة في قطر و جدارته في تقديم خدمة متميزة مستلهمة من رؤية محفظة ماريوت العالمية التي اشتهر صيتها دولياً ... و يتميز فندق فوربوينتس باي شيراتون الدوحة بموقعه الإستراتيجي القريب من منطقة مشيرب قلب الدوحة ، المنطقة الحديثة و العصرية و سوق واقف الذي يعج بالعديد من السياح إضافةً إلى قربه من مراكز المال و الأعمال و سهولة الوصول للمعالم السياحية القطرية من ضمنها كورنيش الدوحة و متحف الفن الإسلامي، بالإضافة إلى سلسلة معالم الجذب السياحي ذات الغنى الثقافي و بذلك يوفر الفندق الموقع المثالي لإستضافة ضيوف قطر في كأس العالم لكرة القدم، الحدث التاريخي في المنطقة. ويقع الفندق ذات ال 13 طابقاً على مسافة 10 دقيقة من مطار حمد الدولي و بضع دقائق عن وسط المدينة.

يتميز فندق فوربوينتس باي شيراتون الدوحة بمعايير خدماته النموذجية المتمثلة من خلال ١٢٠ غرفة فندقية تتجسد بالالتزام العلامة الراسخ و إعادة إبتكار مفهوم السفر عبر توفير جميع المتطلبات و الخدمات التي ينشدها المسافرون، بما في ذلك أماكن الإقامة الأنيقة التي تضم أرقى مستويات الراحة وأفضل الخدمات إضافة إلى النادي الصحي الحائز على العديد من الجوائز العالمية و الذي يوفر سلسلة من العلاجات المستلهمة من الثقافات العالمية المختلفة.



يقدم فندق فوربوينتس باي شيراتون الدوحة منتجاً يتميز بالجودة التي لا تضاهي مع لمسة عصرية فضلاً عن الالتزام بالمعايير الصحية كما يوفر الفندق غرفاً و أجنحة مختلفة الحجم بالإضافة إلى المطاعم المتنوعة التي يقوم عليها عدد من الطهاة الذين يمتلكون رصيماً واسعاً من الخبرة، اكتسبها خلال عملهم في العديد من مؤسسات الضيافة العالمية بمختلف تصنيفاتها.

لقد قال السيد رامي الجعبري مدير عام فندق فوربوينتس باي شيراتون الدوحة " يرفد فندق فوربوينتس باي شيراتون الدوحة سوق الضيافة القطري بجملة من الخدمات ذات المفاهيم المتطورة و التناعمة مع مواصفات العمل الفندقية العالمي و قد أثبت الفندق الذي يحتل مكانة نوعية على خارطة صناعة الضيافة جدارته في تقديم فلسفة خدمية متميزة ذاع صيتها بجودة مكوناتها مؤكداً أن فندق فوربوينتس باي شيراتون الدوحة أضحي واحداً من أبرز منظومة الفنادق في قطر بفضل طاقمه الخدمي الإحتراقي الذي استطاع إبتكار جملة من الخدمات بمعايير و مواصفات غير مسبوقة ساهمت في تعزيز مكانة الفندق وسط منظومة الفنادق القطرية."



وأضاف السيد رامي الجعبري "أن فندق فور بوينتس باي شيراتون الدوحة رغم حداثة انطلاق أعماله التشغيلية في السوق القطري إلا أنه أصبح من الفنادق التي تتربع على عرش صناعة الضيافة وقد انعكس ذلك عبر النمو المطرد لمعدلات إشغاله والإرتفاع المستمر لحركة حجوزاته والطلب المتواصل عليه من السياحة العالمية للاستمتاع بمعطياته الترفيهية، منوهاً إلى أن الفندق الذي يتميز بتصميمه العصرية يشكل بمعطياته إقامته الفخمة ملاذاً للباحثين دوماً عن الإسترخاء والرفاهية حيث استطاع الفندق أن يرسخ أقدامه ويعزز مكانته كأحد أفضل الفنادق في قطر وأشهر العلامات التجارية في المنطقة عبر التزامه المتواصل بتقديم تجربة فندقية تبقى بمعطياتها الفخمة راسخة في الأذهان."

وقال أن فندق فوربوينتس باي شيراتون الدوحة يوفر ملاذاً عصرياً في قلب مدينة الدوحة، و يقدم تجربة فندقية استثنائية تتميز بالأناقة والعصرية والتصاميم الرائعة بالإضافة إلى المرافق الرياضية و نادي صحي و حمام سباحة خارجي مثالي لعشاق الراحة والإسترخاء."

وبذلك يتطلع جميع موظفي فندق فوربوينتس باي شيراتون الدوحة إلى إستضافة رواد الدوحة القدامى و الجدد القادمين من أجل حضور الحدث العظيم والتاريخي في المنطقة، كأس العالم في كرة القدم والإستمتاع بفهوم الطراز الجديد للسفر الذي يقدمه حيث يوفر فندق فور بوينتس باي شيراتون الدوحة طراز جديد للسفر و يبلغ أقصى المستويات من الطراز الإبداعي و الرفاهية، حيث يجب أن تتضمن كل إقامة في فور بوينتس باي شيراتون الدوحة على قدر من التدليل و سواء كان ذلك عبر وضع الملاءات القطنية الناعمة على سرير مريح، توصيل وجبة الإفطار إلى غرفتك الخاصة أو عبر الإستمتاع بشارب بارد منعش قرب المسبح، أو عبر توفير خدمة مميزة في أي من المطاعم أو المقاهي في الفندق. و بعد تجربة ما سبق، يمكنكم الإستمتاع بواحدة من أفضل المنتجعات الصحية في المنطقة، يريز سبا التي توفر العديد من الجلسات العلاجية لتجديد حيوية جسدك وعقلك مع وجود حمام السباحة على سطح المبنى الذي سيمكنك الإستمتاع بالمشهد البانورامي للأفق الخاص بمدينة الدوحة.

وبذلك سيقرب منزلك الجديد قدومك..



FOUR
POINTS
BY SHERATON
Doha

خلال افتتاح معرض سوق السفر العربي الـ ٢٩ في دبي

الشيخ أحمد بن سعيد: دبي تعزز تعافي حركة السفر والسياحة العالمية

الشيخ محمد بن راشد: نسخر إمكاناتنا في اكتشاف فرص تحمل الخير والإنماء لشعبنا والمنطقة والعالم



اركان ROTANA



محمد بن راشد يستمع الى الشرح بحضور حمدان بن محمد ومكتوم بن محمد وأحمد بن محمد وأحمد بن سعيد



محمد عوض الله (TIME HOTELS) يستقبل الشيخ نهيان بن مبارك آل نهيان

وقال سموه في هذه المناسبة: «تواصل دبي تأكيد ريادتها كنموذج تنموي ملهم بما تقدمه من إسهامات لا تتوقف عند حدود مصالحها الذاتية ولكنها تمتد في إحداث تأثيرات إيجابية في نطاقها الإقليمي والعالمي».

وقام الشيخ أحمد بجولة في أروقة المعرض رافقه خلالها هلال سعيد المري، المدير العام لدائرة الاقتصاد والسياحة بدبي، وفاسيل زيجالو، مدير محفظة شركة أركس العالمية، ودانييل كورتيس، مديرة المعرض وعدد من المسؤولين وقيادات قطاع السفر والسياحة.

وفي تصريح للشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي خلال زيارته للمعرض، يرافقه الشيخ حمدان بن محمد آل مكتوم ولي عهد دبي، والشيخ مكتوم بن محمد آل مكتوم، نائب حاكم دبي نائب رئيس مجلس الوزراء وزير المالية قال: «استضافنا العالم على مدار ستة أشهر في «إكسبو دبي ٢٠٢٠» ونظمنا أكبر دورة في تاريخ الحدث العالمي.. واليوم يجتمع القائمون على قطاع السياحة والسفر العالمي في دبي لرسم خارطة طريق لمستقبل القطاع.. وسنواصل تسخير إمكاناتنا وخبراتنا في اكتشاف فرص جديدة تحمل أسباب الخير والإنماء لشعبنا والمنطقة والعالم».



من اليمين: سعيد بن حافظ، ماجد المعلا وبطرس بطرس - طيران الإمارات



عادل الرضا - طيران الإمارات



موسى الحايك - مركز ورزیدنس البستان

تغطية: كارلا موريس نجيم ولوتشيانا طبراني



من اليسار: رامي الجعبري، عثمان حرزالله، رانيا كعدي، الفرد حداد وسامر جرجس



سامي الأعور - MOVENPICK DOHA



كاظم شمس و SHERATON DOHA - GEORGIA SOKRATOUS



إركان ISHRAQ HOSPITALITY



خالد صعب محاطاً بفريق عمل ريزيدنس إن ماريوت



كارلا نجيم وعصام اخونبائي - SAUDIA



أنطوان حبيقة - Ritz - Carlton Amman



Jeremy Canivet - Ritz-Carlton Bahrain



جو غياض - Ritz - Carlton Cairo



خديجة تركي - دائرة التنمية السياحية عجمان



بيتر الهبر - MONDRIAN



من اليمين: فارس فريفر وحاتم العالول - BOUDL



بول دياب - LOUVRE



من اليسار: باسم موريس، سيمون سمير و STELLA DI MARE - SHAKHNOZA TASHPULATOVA



GERRIT SCHMITT، زي باسيلا، محمد خوري واندرياس سعارتي



اركان DIRIYAH



من اليسار: إدي طنوس وفيصل عبدالله - ACCOR



From Left: John Pagano, Jerry Inzerillo, Andrew Mc Evoy & Phillip Jones



الشيخ محمد يزور جناح القطرية



اركان IHG



سيف الدين بهجت - NSAS



Karim Makhoul - Royal Jordanian



عبدالله الزهراني - شركة البحر الأحمر للتطوير



Melanie de Souza - AIUla



كاظم شمس ومهي بوارشي



من اليمين: محمود سفاريني، سبيل ضو وبرنار مهاوش - MOVENPICK



من اليسار طارق دويدار IHG



شريف مرعي و PETER HOESLI



من اليمين: معتز نزال، عبد اللطيف علامي - DANAT



لؤي غازي سلطان - ELAF



جان فرانسوا دوران ووسام حدرج – HYATT REGENCY AYLA



هاني أحمد – DOUBLE TREE BY HILTON



أحمد جركس – ROYAL SARAY RESORT



Philip Dickinson - Qatar Tourism



محمود عبد النبي – MELIA DESERT PALM DUBAI



روبير الخوري – JA RESORTS & HOTELS



رامي سرحال – CROWNE PLAZA ABU DHABI



جورج ديمتري – CITY SEASONS



من اليمين: يزن حايك، زي باسيلا، مشاركة وفارس يقطين



عبد الله الدخيل – الهيئة السعودية للسياحة



معين سرحان – MARIOTT الرياض



Amit Arora – EARTH



صوفيا بريان – ASCOTT



حفيظ المرابطي – ASCOTT



Yasser Mazouz - Hilton Dubai



من اليسار: أنس عبدالله وحسن بركات



من اليسار: هازم عواد، ماجد عريضي وMANUEL GARCIA



Fabrice Collot - Nofa Resort Riyadh



ماهر أبو النصر – IHG - KSA



Khrystynn Gutierrez -Fairmont

ناصر النويس ينال جائزة «إنجاز العمر» في حفل توزيع جوائز بيزنس ترا فيلر الشرق الأوسط لعام ٢٠٢٢

رئيس مجلس إدارة شركة روتانا لإدارة الفنادق (ROTANA)؛

تستمر حكومة دولة الإمارات بدعم مسيرة التعافي وتعزيز السياحة المستدامة

أيضاً منصب المدير التنفيذي لصندوق أبوظبي للتنمية. تركّزت أهداف النويس عند تأسيسه مجموعة روتانا على خدمة السياح وتقديم تجربة فريدة لهم ترتقي لمستوى تطلعاتهم، وقد حصل مؤخراً على جائزة «إنجاز العمر» لعام ٢٠٢٢. وفي هذه المناسبة صرّح النويس أنه منذ بداية تأسيس مجموعة روتانا وحتى اليوم شكّل الموظفون والمالكون سرّ نجاح الشركة مما ساهم في توسعها في المنطقة والعالم. استطاع ناصر النويس أن يجمع

قدراً كبيراً من الخبرة في كل من القطاعين العام والخاص، فقد وضع معايير جديدة للتمييز والخدمة في مجال إدارة الفنادق.



منذ تأسيسها عام ١٩٩٢ جسّدت شركة روتانا لإدارة الفنادق ROTANA، نهج الضيافة العربية وأصبحت رائدة في هذا المجال خصوصاً وأنها تطبق المعايير العالمية وتقدّم تجارب فريدة للنزلاء.

على هامش معرض سوق السفر العربي الذي جرت فعالياته في دبي، إلّقت مجلة «البيان الإقتصادية»، السيد ناصر النويس رئيس مجلس إدارة الشركة الذي بدأ مسيرته المهنية عام ١٩٧٨ حين أسس شركة أبوظبي الوطنية للفنادق وترأس مجلس إدارتها لمدة ١٤ عاماً، كما شغل مناصب مهمة عدّة في قطاعات البنوك والتأمين والسياحة والطيران وغيرها وشغل



■ من المتوقع أن يشهد قطاع السفر والسياحة في العالم نمواً ملحوظاً بعد إنتهاء الجائحة، برأيكم ما هي الخطوات المطلوبة لدعم عملية النمو، وكيفية إدارة الأزمات؟

– بداية، لا بدّ من الإشارة إلى أن القطاع السياحي كان من أكثر القطاعات تأثراً بالجائحة نتيجة عمليات الإغلاق وتشدّد الإجراءات الوقائية في مختلف دول العالم. وعلى الرغم من التحديات الموجودة نجحت روتانا في التأقلم مع الواقع الجديد

الجائحة، بالإضافة إلى إزدهار السياحة الداخلية وتدفق أعداد من السياح الأوروبيين. كما كان لمعرض أكسبو ٢٠٢٠ دوراً محورياً في دعم القطاع وجذب عشرات السيّاح، الأمر الذي ساهم في حدوث نقلة نوعية على مستوى الدولة إلى جانب إرتفاع نسب الإشغال إلى معدلات غير مسبوقة. تعود هذه المؤشرات الإيجابية إلى دور الحكومة في

الذي فرضته الجائحة من خلال تقليص حجم الإنفاق ووضع خطط بديلة تضمن إستمرارية أعمالنا، علماً أن العام ٢٠٢٠ يُعد من أصعب السنوات التي مرّت على تاريخ المجموعة منذ تأسيسها. ولكن مع بداية العام ٢٠٢١ بدأت الأمور تتخذ مساراً إيجابياً نتيجة إعتقاد طرق وإجراءات تؤمّن الحماية من الفيروس وفي الوقت نفسه عودة النشاط الإقتصادي لما كان عليه قبل





■ ماذا عن استراتيجيتكم التوسعية؟
- تخطط روتانا لافتتاح ٤٢ فندقاً في المستقبل القريب وتعتزم على توقيع اتفاقيات لافتتاح فنادق جديدة في البحرين والمملكة العربية السعودية ودولة الإمارات، وقطر وتركيا. وقد وقعنا مؤخراً مشروعاً جديداً يتضمن إدارة فندق ريزيدنس من روتانا في قطر، وأول فندق لنا في القاهرة وآخر في الساحل الشمالي في مصر.

ميزة الشغف بالعمل وحب خدمة الناس
■ ما هي نصيحتكم إلى العاملين في قطاع الضيافة على مستوى منطقة الخليج؟
- يجب أن يمتلك العاملين بقطاع الضيافة الشغف بالعمل وحب خدمة الناس وإستضافتهم بابتسامة والتعريف بالضيافة العربية الأصيلة بعيداً عن العائد المادي، فالعمل دون شغف لا يوصل إلى النجاح. ■

والوصول بالضيافة العربية الأصيلة إلى أقاصي الأرض.

■ أطلقتكم خلال ATM علامة تجارية جديدة تحت اسم إيدج، ما الذي ستوفره هذه العلامة؟
- لاحظنا أن هناك حاجة لعلامة تجارية جديدة لتكون الحل الأمثل لأصحاب الفنادق الذين لا يرغبون في نقل الإدارة بشكل تقليدي ويودّون الحفاظ على الإستقلالية، فابتكرنا إيدج من روتانا لتكون الحل الأنسب لهم، إذ يستطيعون من خلالها الحفاظ على هويتهم الخاصة والإرتباط بسلاسة وبتكلفة مناسبة بإدارة روتانا المتقدمة وأنظمتها التجارية، ويمكن لأي فئة من فئات الفنادق الانضمام إلى مظلتها. وقد تم حتى الآن عقد اتفاقيتين لضم فندقين إلى العلامة، واحد في دبي (٣٢٨ غرفة) والثاني في اسطنبول (٢٦٨ غرفة).

دعم مسيرة التعافي وتعزيز مكانة الدولة كوجهة سياحية مستدامة، ومن المتوقع إستمرار الإبتعاش السياحي الذي تشهده الإمارات إستكمالاً للآداء القوي المحقق خلال الفترة الماضية.

عوامل النجاح ترتكز على الكوادر البشرية المتخصصة
■ ما هي أبرز ركائز النجاح التي تعتمد عليها مجموعة روتانا منذ تأسيسها؟
- تتمثل أبرز عوامل نجاحنا بالكوادر البشرية المتخصصة وتكامل العمل الإداري الذي يضمن إستمرارية عمل المجموعة وتحقيقها آداءً متميّزاً والدليل على ذلك إستكمال عملنا طوال فترة الجائحة والمحافظة على فريق العمل، كما سعت روتانا إلى ترسيخ مكانتها الريادية وتوسيع نشاطها نحو أسواق جديدة تماشياً مع الخطط الإستراتيجية للتطوير



الأميرة لمى بنت فواز آل سعود

(أخصائية العلاقات العامة الدولية - هيئة تطوير بوابة الدرعية DGDA):



المشروع وجهة فريدة من نوعها ويسهم في تحقيق «رؤية المملكة ٢٠٣٠»

جوهره المملكة، إنها هيئة تطوير بوابة الدرعية (DGDA)، التي تأسست في يوليو ٢٠١٧، بهدف الحفاظ على الدرعية التاريخية والتي يديرها جيري انزيريلو الذي يعتبر من أعظم رواد الضيافة في العالم والذي يعمل على تحويل الدرعية إلى واحدة من أروع الوجهات السياحية والثقافية في العالم.

وفي هذا السياق التقت مجلة «البيان الاقتصادية»، الأميرة لمى بنت فواز آل سعود (أخصائية العلاقات العامة الدولية - هيئة تطوير بوابة الدرعية)، فقالت أن هذا المشروع يعتبر وجهة فريدة من نوعها ويسهم في تحقيق رؤية المملكة ٢٠٣٠، وهو سيققق نقلة نوعية في صناعة السياحة واستقطاب الزوار. وتضيف الأميرة أن للمرأة لمسة خاصة تعزز عملية التسويق للمشروعات السياحية. وستصبح بوابة الدرعية من أهم الوجهات العصرية في العالم وواحدة من أعظم أماكن التجمّع في العالم.

للمشروعات السياحية. إضافة إلى أن المرأة السعودية مثقفة ومجتهدة وهي تبرز يوماً بعد يوم في كافة المجالات.

جذوري الدرعية تدفعني للعطاء بحب وبذل الجهود

■ ما مدى أهمية تعيينكم في هذا المنصب؟

– لدي إلتزام وجذور لمنطقة الدرعية، ومن هنا الأمر مختلف بالنسبة إليّ ويدفعني للعطاء بحب وبذل جهود مضاعفة لإنجاح هذه المهمة. في حين أن بوابة الدرعية أضخم مشروع تراثي في العالم يمتد على مساحة أكثر من ٧ كم^٢ لجذب ما يزيد عن ٢٥ مليون زائر سنوياً، كما ستكون الدرعية مكاناً يثري تجربة الزائرين والمقيمين بالإضافة إلى أنها ستتحول إلى إحدى أهم الوجهات العصرية في العالم للثقافة والتراث والضيافة وتجارة التجزئة والتعليم، كما ستصبح واحدة من أعظم أماكن التجمّع في العالم وهذا بطبيعة الحال سينعكس إيجاباً على الإقتصاد الوطني وتعزيز النشاط السياحي في المملكة. ■



■ كيف تصفون تجربتكم كامرأة سعودية في التسويق لوجهة سياحية جديدة داخل المملكة ألا وهي بوابة الدرعية؟

– إنها فرصة ثمينة خصوصاً لكل شخص يهدف إلى تحقيق طموحاته، باعتبار هذا المشروع وجهة فريدة من نوعها ويسهم في تحقيق «رؤية المملكة ٢٠٣٠»، كما يشكل دعماً للاستراتيجية الوطنية للسياحة.

مقومات عديدة يتمتع بها المشروع

■ ما هي أبرز مقومات الجذب التي يتمتع بها المشروع؟

– يشكل مشروع بوابة الدرعية إحدى أهم الوجهات العصرية ويجمع بين النمط المعماري النجدي التقليدي وفن العمارة المعاصر. كما من شأنه تحقيق نقلة نوعية في صناعة السياحة في المملكة، واستقطاب العديد من الزوار.

لمسة خاصة بالمرأة

■ من الملاحظ تصدر المرأة السعودية مناصب مهمة في مجال التسويق والعلاقات العامة لعدد كبير من المشروعات الضخمة، ما هو تعليقكم؟

– للمرأة لمسة خاصة تختلف عن الرجل، وهذه الميزة تساهم في تعزيز عملية التسويق



كراون بلازا دبي - ديرة

يضم فندق كراون بلازا ديرة ٣٠٠ غرفة وجناحاً كبيراً بالإضافة إلى جناح الرويال المميز ويتميز بباحته الكبيرة. يقع الفندق في قلب مدينة دبي النابضة وتحيط به الشواطئ الرائعة ومراكز التسوق ومناطق الجذب التراثية الثقافية التي تجذب كلاً من رجال الأعمال والسياح على مدار السنة كما انه يبعد ١٠ دقائق عن مطار دبي الدولي وشارع الشيخ زايد و١٥ دقيقة عن برج خليفة ودبي مول. يحتوي الفندق على مسبح خارجي مناسب للكبار والصغار ونادياً صحياً مع صالة رياضية تعمل على مدار الساعة. يقدم فندق كراون بلازا ديرة عدة مرافق مميزة كمطعم سبايس أيلند المشهور بستة محطات طهي حية، مطعم بريوسو الإيطالي المشهور بالأكلات المصنوعة محلياً والبار الرياضي هارس مع عروضه الترفيهية الليلية. كما يحتوي الفندق على العديد من قاعات الاجتماعات مجهزة بأحدث الأجهزة المرئية والسمعية. كما يضم الفندق على قاعة حفلات ومناسبات تتسع لأكثر من ١٥٠٠ شخص مناسبة للأفراح والمؤتمرات الكبيرة. احجز اليوم واستمتع بخصم يصل إلى ٢٥٪ من قيمة الغرفة.

كراون بلازا دبي - جميرا

يقع فندق كراون بلازا جميرا الذي تم تجديده حديثاً من فئة ٥ نجوم بالقرب من معالم المدينة الرئيسية في مدينة دبي، بما في ذلك سيتي ووك، وشاطئ لا مير جميرا، بالإضافة إلى أشهر المواقع السياحية في دبي على طريق جميرا. يوفر الفندق ٢٥٢ غرفة ضيوف تم تجديدها حديثاً وأجنحة على أحدث طراز لتلبية احتياجات جميع المسافرين بغرض الترفيه والعمل. يوفر الفندق نطاقاً واسعاً من المرافق والخدمات، بما في ذلك خيارات المطاعم والبارات الرائعة التي تناسب جميع الأذواق: مطعم جينجر الآسيوي المميز، مطعم كوينز يقدم الفطور والغذاء والعشاء على طريقة البوفيه. كما يضم الفندق ذو دوكنس بار لمحبي مشاهدة المحطات الرياضية والوجبات والمشروبات الأوروبية. في حين يوفر بار المسبح الوجبات السريعة والكوكيتلات في منطقة المسبح في الهواء الطلق. كما يوفر الفندق مركزاً للياقة البدنية ومرافق سبا، بما في ذلك حوض سباحة على السطح مع إطلالات خلابة على برج خليفة. احجز اليوم واستمتع بخصم يصل إلى ٢٥٪ من قيمة الغرفة.

للحجز في فندق كراون بلازا ديرة

يرجى إرسال بريد إلكتروني إلى reservation@crowneplazadeira.com

أو الإتصال على +971 4 608 8033

للحجز في فندق كراون بلازا جميرا

يرجى إرسال بريد إلكتروني إلى reservations@crowneplazajumeirah.com

أو الإتصال على +971 04 702 7000



عادل الرضا (الرئيس التنفيذي للعمليات - طيران الإمارات):

طيران الإمارات تدرس إدخال الميتافيرس والرموز غير قابلة للإستبدال في عالم الطيران

تشهد السنة الحالية تعافياً ملحوظاً مقارنة مع السنتين الماضيتين، وذلك على كافة الصعد، فقد نهضت معظم القطاعات من كبوتها واستعادت نشاطها كالمعتاد. أبرز تلك القطاعات هو قطاع الطيران وبخاصة شركة طيران الإمارات التي تشهد حالياً إقبالاً لافتاً لا سيما الرحلات السياحية ورحلات الأعمال. وإذ أكد عادل الرضا الرئيس التنفيذي للعمليات في الشركة الأداء المميز للشركة مع الانطلاقة الجديدة والإستعداد للعمل بكامل الطاقة التشغيلية، ولفت إلى الإجراءات الاستباقية لمواجهة الجائحة التي قامت بها إمارة دبي، ما جعلها وجهة أساسية لزيادة الطلب من قبل المسافرين.

ويشير الرضا أيضاً إلى زيادة عدد الطائرات من طراز بوينغ وإيرباص، وإلى الخطط من ضمن برامج تطوير وترقية لمقصورات الطائرات وبخاصة ذات الدرجة السياحية الممتازة وتبلغ قيمة الإستثمار في ذلك حوالي ٦ مليارات درهم.

إن إطلاق استراتيجية جديدة للضيافة سيجعل الرحلة أكثر متعة وتشويقاً رغم المعوقات التي تحد من الرحلات إلى بعض الدول التي ما تزال غير مستعدة لتشغيل رحلات إضافية. وفي إطار توسيع علاقاتها، قامت شركة طيران الإمارات بإبرام إتفاقيات شراكة جديدة، من أبرزها توسيع الشراكة مع هواوي إحدى أفضل العلامات التجارية التقنية في العالم اليوم. وأوضح الرضا مواكبة طيران الإمارات التحول الرقمي من خلال إطلاق تجارب الميتافيرس والرموز غير قابلة للإستبدال وأشار إلى أن المستقبل يتجه أكثر فأكثر إلى اعتماد العملات المشفرة.

..... أول ناقله في المنطقة توفر لمسافريها مقصورة الدرجة السياحية الممتازة

برامج تطوير وترقية لمقصورات الطائرات

■ ما هي أبرز الخطط والمشروعات الهادفة إلى الإرتقاء بتجارب العملاء؟
- تتمثل أبرز الخطط في الوقت الحالي في الإستثمار بأكثر من ٦ مليارات درهم ضمن برامج تطوير وترقية لمقصورات الطائرات، يشمل إضافة مقصورات الدرجة السياحية الممتازة، إلى جانب ترقية المقصورات الأخرى بما فيها الدرجة السياحية، وذلك تعدد طيران الإمارات أول ناقله في المنطقة توفر لمسافريها مقصورة الدرجة السياحية الممتازة، حيث تتضمن المقصورة الجديدة مقاعد فاخرة ومساحة أكبر وخدمة تضاهي درجة الأعمال على العديد من الناقلات الأخرى.

ويضاف إلى ذلك، أننا أطلقنا مؤخراً إستراتيجية جديدة للضيافة سترتقي بتجارب المتعاملين التي تقدمها الفرق على الأرض وفي الأجواء، إلى آفاق جديدة كما يشكل البرنامج أحد أكبر مبادرات الناقل التي تستهدف الأفراد والعمليات والمنتجات. ولم تتردد يوماً في مواصلة دفع المبادرات إلى الأمام لضمان إستمرار التميّز الدائم لمتعاملينا حتى أثناء التحديات الناجمة عن الجائحة خلال العامين الماضيين.

بعض المطارات لم تبدأ إستعداداً كافياً للتشغيل

■ ما هي أبرز التحديات التي تواجهونها في عملكم؟
- تغطي طيران الإمارات حالياً كل الجهات التي علّقت الرحلات إليها في بداية الجائحة وتعمل على زيادة عدد الرحلات، إلا أن بعض الدول والأسواق لم تفتح أسواقها بعد وبالتالي من الصعب التكهّن بتوقيت

■ كيف تقومون أداء طيران الإمارات بعد تخفيف بروتوكولات السفر؟
- من المتوقع أن تسجل شركة طيران الإمارات أداءً إيجابياً خلال السنة الحالية في ظل التعافي الذي يشهده قطاع الطيران عالمياً وزيادة الإقبال على السفر بغرض السياحة أو الأعمال، كما تبلغ نسبة إشغال المقاعد على الرحلات الجوية نحو أكثر من ٨٠٪ خلال الثلاثة أشهر المقبلة.

ومن جهة أخرى، استطاعت طيران الإمارات الإستفادة من السياسة التي إتبعتها دولة الإمارات في ما يتعلق بالتعامل مع جائحة «كوفيد-١٩»، وإتخاذها إجراءات إستباقية جعلت من إمارة دبي وجهة أساسية للزيارة أو ممارسة الأعمال للعديد من المسافرين، فضلاً عن أن طيران الإمارات توفر شبكة عالمية تربط دبي بمختلف الوجهات، وبالتالي إستفادت من جاذبية الإمارة عالمياً في ظل الجائحة. بالإضافة إلى ذلك، تستعد الناقله للعمل بكامل الطاقة التشغيلية لأسطولها بنسبة مئة بالمئة خلال العام الجاري، وعلى الرغم من وجود نية لإفتتاح خطوط إلى وجهات جديدة في المراحل المقبلة، إلا أن التركيز الحالي ينصب على الوجهات القائمة ورفع الطاقة التشغيلية الكاملة ومواكبة تنامي الطلب على السفر.

في حين أن الناقله تعمل حالياً على تشغيل جميع الطائرات في أسطول بوينغ ٧٧٧ وعددها ١٣٤ طائرة بما في ذلك ١١ طائرة متخصصة لعمليات الشحن الجوي إضافة إلى أكثر من ٧٠ طائرة إيرباص أيه ٣٨٠، كما سنعمل على إدخال المزيد من الطائرات إلى الخدمة خلال الفترة المقبلة، بالإضافة إلى تمديد تشغيل بعض الطائرات من طراز بوينغ وإيرباص وتحديث المقصورات للمحافظة على مستوى الرفاهية والراحة للمسافرين وذلك بسبب تأخير عمليات التسليم لبرنامج طائرات بوينغ ٧٧٧ إكس.

ذلك، تُوجت طيران الإمارات للمرة التاسعة على التوالي بلقب أفضل ناقلة جوية في العالم ضمن جوائز BUSINESS TRAVELER MIDDLE EAST بالإضافة إلى عدد من الجوائز الأخرى «أفضل درجة سياحة ممتازة» و«أفضل درجة سياحة» و«أفضل برنامج لمكافأة ولاء المسافرين الدائمين».



من اليمين: سعيد بن حافظ، ماجد المعلا وبطرس بطرس

العودة إلى العمل بكامل الطاقة التشغيلية كما أن بعض المطارات لم تبدِ استعداداً كافياً لتشغيل المزيد من الرحلات بسبب عدم وجود أطقم كافية سواء في المطارات وغيرها من القطاعات المساندة لتشغيل رحلات النقل الجوي.

أبرمنا سلسلة من اتفاقيات الشراكة

■ على هامش مشاركتكم في معرض سوق السفر العربي هذا العام، هل وقّعتم على اتفاقيات شراكة؟

– أبرمت طيران الإمارات سلسلة من اتفاقيات الشراكة في إطار جهودها المتواصلة لتحسين وتطوير تجربة عملائها حيث أطلقت برنامجها المستقبلي للضيافة إعتقاداً على مبادئ مخصصة تعكس تميزها وبدعم من خبراء مدرسة Ecole Hôtelière De Lausanne المصنفة من بين أفضل مدارس إدارة الضيافة في العالم.

وإنطلاقاً من التزامها بمساعدة

الصناعة على التعافي من خلال

التعاون الوثيق والشراكات الهادفة،

وقّعت طيران الإمارات اتفاقيات مع مجالس سياحة منها شراكة بالرمز مع الخطوط الملكية المغربية، بالإضافة إلى مذكرات تفاهم وتعاون مع هيئات السياحة لكل من ماليزيا وجنوب إفريقيا وموريشيوس ودائرة الثقافة والسياحة في أبوظبي.

كما وسّعت طيران الإمارات شراكاتها مع هواوي إحدى أفضل العلامات التجارية التقنية في العالم، لتوفير المزيد من الانتشار وتعزيز حضور العلامة التجارية لكل منهما عبر أسواق متعددة من خلال الأنشطة المشتركة والتعاون المستقبلي. ولجذب المزيد من الإستثمارات والأعمال إلى دبي وقّعت طيران الإمارات والمنطقة الحرة بجبل علي (جافزا)، بالإضافة إلى

تحسين العلامة التجارية باعتماد التحول الرقمي

■ يتداخل التطور التكنولوجي في العديد من الأعمال والقطاعات الاقتصادية وصولاً إلى قطاع الطيران أين أنتم من تطبيق التحول الرقمي؟

– تعد دولة الإمارات من الدول السبّاقة في تطبيق التقنيات الرقمية وتحويل الخدمات الحكومية إلى رقمية وفي طليعة الدول في اعتماد الاقتصاد الرقمي بحسب رؤية واضحة

مدعومة بأطر تنظيمية، إلى

جانب الإستثمارات الضخمة

في مجال التمويل والموارد لتطوير

الخدمات باستخدام التقنيات المتقدمة.

وانطلاقاً من هذا التوجه عملت طيران الإمارات طوال مسيرتها على تبني التقنيات المتقدمة لتحسين علامتها التجارية وتعزيز تجربة العملاء وكفاءة الأعمال بما يتماشى مع إنجازات دبي ودولة الإمارات في بناء إقتصادها الرقمي والمبادرات المتعلقة بالأصول الافتراضية والذكاء الاصطناعي، ولمواجهة الاستراتيجية في تطبيق التحول الرقمي تدرس طيران الإمارات إدخال الميخافيرس والرموز غير قابلة للإستبدال للعملاء والموظفين، فضلاً عن الويب ثلاثي الأبعاد "WEB 3.0"، وذلك بهدف تحسين نوعية الخدمة وتسريع وصولها للعميل. بالإضافة إلى استفادة طيران الإمارات من تقنية البلوك تشين لتتبع سجلات الطائرات. ■

■ ■ ■ نستثمر حوالي ٦ مليارات درهم لترقية المقصورات

طيران الإمارات تقدم خدمة إنهاء إجراءات السفر منزلياً لركاب الدرجة الأولى



أعلنت طيران الإمارات عن إضافة تجربة متميّزة أخرى لعملاء الدرجة الأولى في دبي والشارقة، وذلك بتوفير خدمة إنهاء إجراءات السفر لهم في المنازل أو الفنادق براحة تامة ومن دون رسوم.

ويقوم موظفو طيران الإمارات بزيارة منازل أو فنادق العملاء في المواعيد المحجوزة مسبقاً لإكمال جميع إجراءات السفر، بما في ذلك التحقق من المستندات وتسجيل الأمتعة وإصدار بطاقات الصعود إلى الطائرة. وينقل الموظفون أمتعة العملاء مباشرة إلى المطار، في حين يمكن للعملاء اختيار الذهاب إلى المطار في الوقت الذي يناسبهم بخدمة السيارة مع سائق المجانية من طيران الإمارات المحجوزة مسبقاً. وجهّزت الناقلة كاونترًا خاصاً في المطار لأية أمتعة قد تضاف في اللحظة الأخيرة.

ويتعيّن على العملاء حجز خدمة إجراءات السفر المنزلية المجانية قبل ٢٤ ساعة على الأقل من موعد الرحلة، وآخر موعد لإنجاز الخدمة هو ست ساعات قبل إقلاع الطائرة. وعند الوصول إلى مطار دبي الدولي، الذي ينبغي أن يكون قبل ٩٠ دقيقة على الأقل من موعد الرحلة، ينتقل العملاء مباشرة إلى قسم الهجرة والأمن، ثم يتابعون سيرهم إلى صالة طيران الإمارات الخاصة بركاب الدرجة الأولى.



Summer Getaway



Summer Getaway starts now! A relaxing, memorable and fun vacation at TIME Hotels. Choose from multiple destinations and enjoy up to 35% discount on the Best Available Rates.

For bookings & inquiries, visit www.timehotels.com or call Toll Free 800 HOTELS (within the UAE)



You really matter!

www.timehotels.com

Philip Dickinson (VP International Markets at Qatar Tourism)

The World Cup is a fantastic opportunity to grow visitations into Qatar and to experience the warmth and hospitality of the country

Qatar Tourism showcased its tourism developments at Arabian Travel Market 2022(ATM), one of the first major travel trade shows in Dubai. The Qatar Tourism delegation was led by Philip Dickinson, Vice President International Markets of Qatar Tourism, along with several of his colleagues. The event presented itself as a platform to reconnect with the travel trade partners and media in the market, and an opportunity to showcase the diverse offerings and experiences Qatar has to offer.

Dickinson declared that Qatar Tourism is pleased to be part of ATM 2022, to highlight the various facets that Qatar offers, not just in the lead-up to the FIFA World Cup Qatar 2022TM, but beyond. He said the aim is to leverage Qatar's tourism assets based on six demand spaces identified in line with the Qatar National Vision 2030. With the launch of new hotels, theme parks, cultural hotspots, retail outlets, leisure projects and more, Qatar ready to host the world's biggest sporting event.

Al Bayan Magazine met Philip Dickinson and following is the interview conducted.

• **What are the main topics that you discussed during the Arabian Travel Market?**

- We talked to key tour operator partners, travel agencies and trade media about getting Qatar and its incredible products on sale through their distribution channels, pre and post the FIFA World Cup Qatar 2022TM.

Qatar has been busy with the FIFA World Cup preparations, ensuring the infrastructure and stadiums are ready. Preparations include 100 new hotels, new attractions, such as Winter Wonderland, plus our fantastic new metro, which will transport fans between five of the eight stadiums. We want to build on the legacy of this global event to increase our tourism arrivals - the World Cup is a fantastic opportunity to massively grow awareness and visitations to Qatar.

• **How are you preparing yourself to host this event?**

- Planning and preparation have been going on for 12 years, since Qatar won the bid to host the tournament in December 2022 and I've just outlined the massive infrastructure development underway to host fans. The FIFA World Cup 2022TM never fails to generate global excitement and attract millions of visitors from around the world to the host nation. For Qatar, it is an even more significant moment, as the country hosts the first ever FIFA World Cup in the Middle East and Arab world, giving supporters the opportunity to experience the history and culture of Qatar. That is fantastic not just for Qatar, but for the wider region.



Unlike previous FIFA World Cups, all the stadiums in Qatar are within easy reach of one another, meaning fans will be able to attend more than one match a day during the group stage, and stay in the same accommodation.

• **What kind of experiences are you going to focus on?**

- We hope fans will take advantage of their time in Qatar by enjoying the warm Qatari welcome and experiencing the local culture and attractions. There is so much on offer, including museums, souks, desert experiences, dining, shopping, art and culture.

• **Any last message?**

- A major event like the World Cup helps to build awareness of our beautiful country and we're looking forward to welcoming all visitors to Qatar to immerse themselves in our rich culture and heritage.

The World Cup is a springboard towards helping us meet our target of welcoming six million visitors a year by 2030. We feel this goal is achievable by continuing to work closely with our travel trade partners and increasing sales to Qatar.

This goal is also supported by our national carrier Qatar Airways, the World's Best Airline 2021 by Skytrax, which continues to add more routes and connects Qatar with all corners of the globe via Hamad International Airport, the World's Best Airport, according to the 2021 World Airport Awards.



المتحدث الرسمي للهيئة السعودية للسياحة عبدالله الدخيل لـ «البيان الاقتصادية»:

تواجد الهيئة السعودية للسياحة في المعارض يهدف إلى التعريف بالكنوز السياحية في المملكة وبناء الشراكات



يُعد القطاع السياحي أحد أهم ركائز تحقيق رؤية المملكة ٢٠٣٠، للإسهام في تنويع قاعدة الاقتصاد الوطني، وجذب الاستثمارات وزيادة مصادر الدخل، وتضم منظومة السياحة كل من وزارة السياحة وصندوق التنمية السياحي والهيئة السعودية للسياحة، والتي تتكامل أدوارها لتنفيذ الاستراتيجية الوطنية للسياحة. وتعتبر الهيئة السعودية للسياحة، هي الجهة المعنية بالتسويق والترويج السياحي للوجهات فضلاً عن تطوير التجربة السياحية للزائر، وأوضح المتحدث الرسمي عبد الله بن عزام الدخيل لـ «البيان الاقتصادية» بأن هدف الهيئة من مشاركتها ضمن فعاليات معرض سوق السفر العربي بأكبر جناح، يتمثل في التعريف بالكنوز السياحية في المملكة وبناء الشراكات الفاعلة في القطاع السياحي. وتشير الأرقام إلى تحقيق المملكة العربية السعودية مستوى من التعافي بعد الجائحة بلغ ٧٢٪، لافتاً إلى أنه بات بإمكان ٤٩ دولة التقدم بطلبات للحصول على التأشيرة السياحية الإلكترونية لدخول المملكة، إلى جانب حاملي تأشيرات دخول شينغن والولايات المتحدة الأميركية والمملكة المتحدة.

– بات بإمكان ما يقارب من ٤٩ دولة التقدم بطلبات الحصول على التأشيرة السياحية الإلكترونية من البوابة الرسمية www.visitsaudi.com، بالإضافة إلى حاملي تأشيرات دخول (شينغن) والولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة.

سيسمح حصول الزوار على التأشيرة السياحية الإلكترونية، باكتشاف ما تزره السعودية من وجهات سياحية متنوعة، وتباين مناخي ومقومات طبيعية ساحرة، فضلاً عن الاستمتاع بالفعاليات العالمية النوعية المقامة فيها، ويسهم هذا التوجه في تحفيز قطاع السياحة، وتعزيز نموه الاقتصادي، من خلال توليد الفرص الاستثمارية للقطاع السياحي الخاص، وتوفير الفرص الوظيفية للكوادر الوطنية الدائمة والمؤقتة، وتحقيق مستهدفات رؤية ٢٠٣٠ الطموحة

■ ما مدى أهمية مشاركة الهيئة في المعارض العالمية الخاصة بقطاع الضيافة والسياحة؟

– لدى الهيئة السعودية للسياحة تواجد نوعي في العديد من المعارض والمؤتمرات حول العالم؛ بهدف التعريف بالوجهات السياحية الجديدة ومقومات الجذب التي تتمتع بها المملكة، وتحفيز الأسواق الإقليمية والدولية لزيارة المملكة العربية السعودية وإعادة اكتشاف كنوزها السياحية المتنوعة.

■ انطلق المعرض هذا العام تحت شعار «مستقبل السفر والسياحة الدولي»

ما هو تعليقكم؟

– مشاركة الهيئة السعودية للسياحة في المعرض للعام الجاري (٢٠٢٢) تهدف إلى تفعيل الشراكات، والإسهام في تجذير موقع المملكة على خارطة السياحة العالمية، كما أنه الوقت المناسب في الواقع للتعريف بالمقومات السياحية للمملكة بعد عودة الأمور إلى الحياة الطبيعية بعد جائحة «كوفيد-١٩»، واجواء الانفتاح الذي تعيشه البلاد حيث يجسد ذلك مستقبل السياحة. ■



■ ما هي التسهيلات التي تقدمها الهيئة السعودية للسياحة لرفد القطاع وتعزيز دور المملكة كوجهة سياحية؟

– شاركت الهيئة السعودية للسياحة ضمن فعاليات معرض سوق السفر العربي بأكبر جناح إلى جانب ٢٩ شريكاً من المشروعات الكبرى وشركات السفر والطيران والرحلات السياحية بالإضافة إلى الفنادق، وكان الهدف الأساسي من مشاركتنا يتمثل في دعم شركائنا لتكوين علاقات مع الشركات الأخرى من مختلف دول العالم لجذب السياح نحو المملكة العربية السعودية بعد قرار رفع جميع الاجراءات الاحترازية المرتبطة بالوباء، فضلاً عن التعريف بالكنوز السياحية في المملكة وبناء الشراكات الفاعلة في القطاع السياحي.

بالإضافة إلى ذلك، نحاول من خلال تواجدنا في المعرض توقيع العديد من الاتفاقيات التي تساعدنا في تنشيط وتفعيل القطاع والتسويق للوجهات والمواقع المميزة الموجودة، خاصة أن المعرض يشهد هذا العام إقبالاً كبيراً بعد تعافي صناعة السياحة والسفر من تداعيات جائحة «كوفيد-١٩».

ومن جهة أخرى، تشير آخر الأرقام إلى تحقيق المملكة العربية السعودية حركة سياحية داخلية نشطة ومستوى التعافي بلغ ٧٢٪ مقارنة بالمستويات ما قبل الجائحة، كما تعد النسبة أعلى من المتوسط الإقليمي والعالمي وهذا مؤشر إيجابي يعكس تطور السياحة في المملكة خلال فترة محدودة.

ومن النجاحات التي حققتها السياحة الوطنية تحقيق المملكة في العام

٢٠٢١ نحو ٦٢ مليون زيارة من الداخل والخارج، أما موسم الرياض ٢٠٢٢ وحده فقد حقق ١٥ مليون زيارة تقريباً، ومن الإنجازات الجديدة في القطاع السياحي ما أشار إليه تقرير منتدى الاقتصاد العالمي، تحقيق قفز السعودية إلى المركز ٣٣ عالمياً في مؤشر تطوير السفر والسياحة متقدمة ١٠ مراكز مقارنة بالعام ٢٠١٩

■ كم يبلغ عدد الجنسيات التي تتاح لها إمكانية الحصول على التأشيرة السياحية السعودية؟



نيويورك

لندن

باريس

جدة

الدوحة

دبي

بانكوك

كوالا لامبور

سنغافورة

شانغهاي

سيدني

دل نفسك بإقامة فاخرة في انتركونتيننتال جدة

يتميز فندق انتركونتيننتال جدة بموقعه بالقرب من مراكز الأعمال في جدة وأهم مناطق الجذب وسهولة الوصول إلى مطار الملك عبد العزيز الدولي، حيث نقدم تجربة مثالية لضيوفنا من خلال الخدمات والمرافق الاستثنائية التي تتضمن الغرف والأجنحة الأنيقة ومركز اللياقة البدنية والمطاعم الفاخرة و مركز الأعمال بمساحات مرنة لاستضافة الاجتماعات والمناسبات والفعاليات.

لست مشتركاً في برنامج المكافآت IHG® Rewards Club؟
تفضل بزيارة ihg.com/rewardsclub لمزيد من المعلومات.
تخضع الحجزات لتوفر الأماكن. تطبق الشروط والأحكام.



انتركونتيننتال
جدة

عش حياة إنتركونتيننتال.



محمد عوض الله (الرئيس التنفيذي لمجموعة فنادق تايم):

للسياحة في الوطن العربي أهمية كبرى كونها تشكل مصدر رئيسي لتدفق السيولة التي تساهم في تحفيز الاقتصاد

تنتشر مجموعة فنادق تايم في أكثر المواقع المثالية في دولة الإمارات وخارجها. كما تقدم للزلاء إقامة مريحة وعلى مستوى عالمي، فضلاً عما تشتهر به في المنطقة من كرم الضيافة وحسن الاستقبال.

محمد عوض الله متمرّس دولي في قطاع الفنادق مع أكثر من ٣٠ عاماً من الخبرة، عمل مع شركات الضيافة العالمية الرائدة.

بدأ محمد عوض الله العمل لدى مجموعة فنادق ومنتجعات موفنبيك السويسرية، وأدار خلال عمله في فنادق هيلتون العالمية قسم صناعة السياحة، حيث تولى مسؤولية ١٢ فندقاً.

في عام ٢٠١٢ شارك في تأسيس مجموعة تايم للفنادق، حيث عين في منصب الرئيس التنفيذي للمجموعة.

في لقاء خاص مع مجلة «البيان الاقتصادية» قال عوض الله، أن متطلبات وطريقة تفكير وإهتمامات العملاء لم تتغير، وأننا دخلنا في مرحلة التعافي للقطاع السياحي. أما بالنسبة للسياحة بشكل عام فلت عوض الله إلى أن للسياحة في الوطن العربي أهمية كبرى وإنها تشكل مصدر رئيسي لتدفق السيولة التي تساهم في تحفيز الاقتصاد، مشيداً بضرورة التحول الرقمي مع الحفاظ على جوهر الخدمة المباشرة لأنها الركيزة الأساس.



الإنطلاقة تبدأ من أسواق الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

■ إنطلق معرض سوق السفر العربي ٢٠٢٢ تحت شعار مستقبل السفر والسياحة الدولية، ما هو تعليقكم على ذلك؟
- يسلط المعرض الضوء في نسخته الحالية على مستقبل صناعة السياحة والسفر بعد فترة من الركود، ونتوقع أن الإنطلاقة ستبدأ من أسواق الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

■ إنطلاقة من التفاهت الكبير على إستئناف حركة السفر، هل تجدون إقبالاً على الحجوزات؟

- لا تزال المتطلبات وطريقة التفكير والإهتمامات نفسها كما كانت عليه قبل ظهور الجائحة. كما أنه من الواضح أننا دخلنا في مرحلة التعافي والإزدهار للقطاع السياحي إنطلاقاً من عودة المؤتمرات والمعارض وتحديداً في إمارة دبي التي تُعد نقطة الإنطلاق نحو المسار الإيجابي في شتى المجالات وتقود عملية التعافي.





صورة تذكارية مع محمد عوض الله



محمد عوض الله يستقبل الشيخ نهيان بن مبارك آل نهيان



السعودية، الإمارات، مصر وقطر. ونحن حالياً في صدد التوسع نحو سلطنة عمان وزانبيبار.

التحول الرقمي ضرورة ويجب استخدامه في المكان الصحيح

■ كيف تنظرون إلى دور التحول التكنولوجي في تطوير صناعة السياحة والسفر؟

– التحول الرقمي ضرورة وعامل أساسي للتطور إلا أنه يجب استخدامه في المكان الصحيح، بحيث لا يمكن إلغاء التفاعل المباشر في تقديم الخدمات في صناعة الضيافة وإستبدالها بالألواح الرقمية والتطبيقات، بحيث أنه يمكن للتقنيات الرقمية أن تساهم في تسريع الخدمات على مستوى الحجوزات وإصدار التأشيرات والإجراءات داخل المطارات، إلا أنها لا يجب أن تستبدل العنصر البشري الذي يشكل الركيزة الأساس في التواصل وخدمة العملاء داخل الفنادق والمنتجعات.

■ ما هي أبرز الفئات التي تتضمنها مجموعة فنادق تايم؟

– تضم المجموعة أربع فئات: الفنادق، المنتجعات، الشقق الفندقية والفنادق الصغيرة (MOTELS). ■



■ كيف تقومون واقع القطاع السياحي في العالم العربي خصوصاً مع إستمرار مجموعة تايم في عملية التوسع طوال الفترة الماضية؟

– تسعى المجموعة للمضي قدماً في عملية التوسع وتوقيع الإتفاقيات على امتداد الوطن العربي وصولاً إلى القارة الأفريقية بهدف تعزيز إنتشارنا عالمياً وتوسيع عدد الفنادق لمنافسة كبرى العلامات التجارية.

كما تجدر الإشارة، إلى أن للسياحة في الوطن العربي أهمية كبرى كونها تشكل مصدر رئيسي لتدفق السيولة التي تساهم في تحفيز الإقتصاد، كما يتوجب على وزارات السياحة في عالمنا العربي والقيمين تضافر الجهود لإطلاق حزم وبرامج سياحية من شأنها جذب السياح من مختلف دول العالم إلى منطقة الشرق الأوسط. وفي الواقع تضع الحكومات هذا الموضوع ضمن أولوياتها وتشكل قوة داعمة للقطاع السياحي في مختلف الدول العربية.

١٥١٠ غرفة فندقية

■ كم يبلغ عدد غرف مجموعة فنادق تايم حالياً؟

– وصل العدد إلى ١٥١٠ غرفة فندقية موزعة بين المملكة العربية



SEE

HUNDREDS OF DIFFERENT
WORLDS WITH A WIDE RANGE
OF MOVIES, DOCUMENTARIES
AND MORE.

HEAR

NOTHING BUT WHAT
YOU WANT WITH THE
NOISE CANCELLING
DENON HEADPHONES.

TASTE

THE BEST FOOD ON AIR
SERVED BY OUR
FLYING CHEFS.

SMELL

TRADITION WITH
FRESHLY BREWED
TURKISH COFFEE.

TOUCH

COMFORT WITH
SPECIALLY BUILT-IN
MASSAGING SEATS.

"SEE, HEAR, TASTE, SMELL, TOUCH.
EXPLORE YOUR SENSES. WIDEN YOUR WORLD."

..... DR. OZ

TURKISHAIRLINES.COM

A STAR ALLIANCE MEMBER 

Features may vary depending on flights.

TURKISH
AIRLINES 

Alexander Suski (Acting CEO – Ishraq Hospitality):

We are a well-reputed third party hotel management company, currently operating Holiday Inn Express, one of the most profitable hotel brands

Alexander Suski, Acting CEO of Ishraq Hospitality, brings with him over 18 years of hospitality experience, working with leading hotel groups in Europe and the Middle East. In his current role, he oversees the hospitality operations and strategic way forward for 8 owned properties under IHG franchised brands. He is responsible for driving the broader short and long-term hospitality strategies for the portfolio, enable the further growth of the Holiday Inn Express brand in the UAE and Oman, as well as developing Ishraq's well-recognized Hospitality Advisory Services for investors or hotel owners. His commended leadership skills and an impressive performance record, combined with a thorough understanding of the Middle East & Africa market is instrumental in driving the Group's ambitious financial growth and expansion plans. A Belgium national, Alexander is fluent in Dutch, English, German and French and holds several industry qualifications.

Al Bayan met Suski and following is the interview conducted.

• **Can you give us an idea about Ishraq Hospitality?**

- Ishraq Hospitality, part of Mohammed and Obaid AlMulla, established in 2007, with a diversified portfolio of hotel property brands. Ishraq Hospitality has developed a balanced portfolio of franchised and managed properties covering limited service, 3-star, 4-star, 5-star and extended limited stay property segments, focused on the vibrant and attractive Dubai market. Each hotel under the Ishraq Hospitality portfolio reflects the true essence of hospitality, with our guests receiving personalized attention and service to delight even the most discerning travelers. Our style is global with a touch of local traditions and values. We operate our own assets which are eight hotels in Dubai and we have a massive development agreement with IHG Hotels & Resorts to develop eight hotels across IHG's midscale brand, Holiday Inn Express, in the MEA region. The multi-property portfolio license will see new hotel openings in the United Arab Emirates, Sultanate of Oman, Bahrain, Jordan and Egypt in the near term. Ishraq Hospitality, which operates HIEG under the IHG franchise, currently owns four Holiday Inn Express hotels in the UAE. Holiday Inn Express is one of IHG's fastest-growing hotel brands, a first choice for the increasing number of travelers who need a simple, engaging place to rest, recharge and get a little work done. The agreement will mark the first Holiday Inn Express hotels in Oman, Bahrain, Jordan and Egypt where there is an expected build-up of demand for midscale,

branded accommodation to cater to business and leisure tourists alike. We have currently three hotels in the pipeline in Egypt and two in Oman.

• **What is your strategy for the Middle East region?**

- Ishraq Hospitality is further expanding into the third-party management business. As an owner you might want to be more involved in your asset but lack the skills, team, or inclination to operate the hotel yourself. At the same time, you recognize the benefits of having an established name on your hotel. Enter the third-party operator, who will sign a management contract and may also help negotiate a franchising arrangement with a brand. It is a business model on the rise that allows: flexible and shorter contracts, efficiency with lower costs, more flexibility on specifications, alignment with owner interest and more hands-on approach.

• **The travel and tourism sectors in the world are expecting a return to pre-pandemic levels and to witness significant growth. What is your comment?**



- If we look at the whole region, I think at this stage Dubai is leading the Arab world, with KSA now also opening up to tourist. ATM is an example of how the travel trade is coming back, people have been waiting for this for the last 24 months. Our hotels in Dubai have been running +90 percent occupancy, and that has to do with how well positioned is this city in the market. Specially how it handled during Covid. With respect to other countries, it will take a little longer to get back to the pre-pandemic levels. For example Europeans, might be afraid to travel that far still, so they might visit cities within the European continent, there are still some restrictions but nevertheless Dubai is the top one destination globally currently.

• **Do you have any expansion plans?**

- We already have plans in Egypt, Oman and UAE. We have two Holiday Inn Express in Oman in the pipeline, 3 hotels, including Holiday Inn Express in Egypt and also third-party hotel management agreements coming up in UAE. For the time being we are focusing on growing steadily and then we will expand into other markets.





بمناسبة الإحتفال بمرور ٢٥ عاماً على إفتتاحه

موسى الحايك (الرئيس التنفيذي للعمليات في مركز ورزیدنس البستان)

**يسعدنا الإحتفال بهذه المناسبة السعيدة بينما نمضي قدماً
في ظل تعافي قطاع الضيافة والعودة إلى مستويات**

ما قبل الجائحة

بمناسبة إحتفال مركز ورزیدنس البستان بمرور ٢٥ عاماً على إفتتاحه تزامناً مع إنعقاد ملتقى السياحة والسفر العربي بدبي التقت «البيان الاقتصادية» موسى الحايك الرئيس التنفيذي للعمليات في مركز ورزیدنس البستان الذي شارك رؤيته حول توقعات السياحة المحلية والعالمية وإستخدام التكنولوجيا الذكية وكيف يمكن مواكبة التسارع في مجال الضيافة.

كما أعرب الحايك عن تفاؤله بنسب الإشغال الحالية والنسب المتوقعة خصوصاً بعد تخفيف الإجراءات والقيود.

تمكنا من تتبع نهج الإستدامة لدينا وتحسينه من خلال نظام إدارة الطاقة الذكية وإدارة المباني الذي دمج جميع البرامج والأجهزة والأنظمة للتحكم بشكل أفضل في العملية بأكملها مما يسمح للفندق بتقديم خدمات أفضل بإستهلاك أقل للطاقة مما يدعم توجهات المحافظة على البيئة.

إعادة التواصل والتفاعل من جديد

■ ما أهمية مشاركتكم في سوق السفر العربي؟

– لطالما أثبتت دبي أنها المدينة الواعدة في العالم من حيث الفرص التجارية وكوجهة سياحية رائدة. وخلال العامين الماضيين اللذين شهدنا فيهما تراجعاً كبيراً في قطاع السياحة والسفر، كان تخفيف بروتوكولات «كوفيد-١٩» عاملاً مهماً وحيوياً في تنشيط الإقتصاد بشكل عام، وبالتالي ساعدت مشاركتنا في سوق السفر العربي ٢٠٢٢ على إعادة التواصل والتفاعل من جديد وجهاً لوجه مع جميع المشاركين والشركاء الدائمين لدينا من كافة أقطار العالم.

■ من المتوقع أن يعود قطاع السفر والسياحة في العالم إلى ما كان عليه قبل جائحة «كوفيد-١٩» وأن يشهد نمواً ملحوظاً، ما تعليقكم على ذلك؟

– لقد تجاوزنا بالفعل أزمة الوباء تدريجياً حيث أن دبي كانت من أوائل المدن التي تعافت وقامت بتقييم الوضع بشكل دائم مع الأخذ في الاعتبار كافة الإشتراطات الصحية العالمية، وبالتأكيد تزامناً مع تعافي قطاع السياحة والسفر عالمياً وعلى وجه الخصوص قطاع الضيافة الذي بدأ يشهد نمواً تدريجياً ومن المتوقع أن يحرز تقدماً ونمواً كبيراً خلال المرحلة المقبلة.

مواكبة التكنولوجيا الذكية أمراً ضرورياً

■ كيف تواكبون التطور التكنولوجي الذكي وما تأثيره على قطاع السياحة والسفر؟

– في قطاع تنافسي للغاية، تعد مواكبة التكنولوجيا الذكية أمراً ضرورياً وهذا يضيف إلى توقعات العملاء المخلصين، وتعمل الخدمات الذكية على تطوير قطاع السفر والسياحة بوتيرة متسارعة عن أي وقت مضى. ومع ذلك، ساعدتنا التطورات التكنولوجية على تحسين كفاءة العمليات مما سمح لنا بتحسين أعمالنا وكذلك تحسين تجربة وإقامة ضيوفنا وعلاوة على ذلك،



– ما نتوقعه هو تحقيق نسبة نمو متواضعة تتراوح بين ١٥ و ٢٠٪ لا سيّما أننا نتبع إستراتيجيات متنوعة حيث نركز على الحجوزات طويلة وقصيرة المدى سواء من أجل العمل أو الترفيه واللافت أننا حققنا نجاحاً



لموسماً في كليهما. وبالنظر إلى أن دبي وبقيّة دول العالم عادت لفتح حدودها أمام جميع الزوار والسائحين وبدأت بتخفيف الإجراءات والقيود التي كانت متبعة أثناء تفشي جائحة «كورونا»، فنحن على ثقة من أنه يمكننا كسب المزيد من الأعمال من خلال الأحداث والفعاليات والاجتماعات والمؤتمرات والسياحة الرياضية، مع الإشارة إلى أننا على مر السنين، كنّا ولازلنا شريك الضيافة

الرسمي لجميع بطولات فزاع الدولية الخاصة بأصحاب الهمم التي تقام تحت رعاية نادي دبي لأصحاب الهمم.

«مركز ورزیدنس البستان عبارة عن

مجمع فندقي ومركز تسوق بموقع متميز في دبي بالقرب من المطار والمؤسسات الحكومية والتجارية والمستشفيات ومراكز التسوق والمدارس وعلى بعد خمس دقائق من محطة مترو النهضة ووسائل النقل العام الأخرى.

ويضم مركز ورزیدنس البستان ٦٤٠ غرفة وجناحاً ومرافق متنوعة مثل ملاعب التنس وصالتي ألعاب رياضية وحمام سباحة كما يضم مركزاً للتسوق والذي يتكون من ٨٥ محل متنوع يركز بشكل أساسي على الأزياء النسائية وخاصةً فساتين الزفاف ولجميع المناسبات الأخرى مما يلبي كافة الإحتياجات».

ومنذ إنشاء مركز ورزیدنس البستان، وإنطلاقات سوق السفر العربي كنا دائماً من أوائل المشاركين بجميع دورات المعرض والجدير بالذكر أن نسخة هذا العام تتزامن مع إحتفالنا بالذكرى السنوية الخامسة

والعشرين على إفتتاح «البستان»، لذا يسعدنا الإحتفال بهذه المناسبة السعيدة بينما نمضي قدماً في ظل تعافي قطاع الضيافة والعودة إلى مستويات ما قبل الجائحة تدريجياً.

ولا شك أن المعرض أتاح لنا المجال لمناقشة الفرص وتبسيط الضوء على الخدمات والمميزات التي يوفرها مركز

ورزیدنس البستان والتي تهدف جميعها إلى

دعم وتنشيط السياحة الداخلية

والخارجية، حيث قمنا بتسويق

علامتنا التجارية أمام زوار المعرض

والإلتقاء مع ممثلي وسائل الإعلام

المختلفة وشركاء الصناعة الذين تجمعنا

معهم علاقات تمتد على مدار سنوات طويلة.

نتطلع إلى إستقطاب مزيد من النزلاء

■ كم بلغت نسبة الإشغال في مركز ورزیدنس البستان، وما هي خططكم المستقبلية؟

– بالنظر إلى حجم مركز ورزیدنس البستان الذي يضم ٦٤٠ غرفة وجناح تحت سقف واحد، بلغت نسبة الإشغال ٦٠٪ وهو مؤشر إيجابي ومع ذلك، نتطلع إلى إستقطاب مزيد من النزلاء من العديد من الأسواق الرئيسية الأخرى في محاولة للحفاظ على هذه النسبة والعمل على تحسينها للأفضل في المستقبل القريب.

نسبة نمو متواضعة تتراوح بين ١٥ و ٢٠٪

■ ما هي نسبة النمو المتوقع أن تحققوها في العام الجاري؟



رامي الجعبري (المدير العام FOUR POINTS BY SHERATON DOHA):



أطلقنا العديد من المبادرات التي تضمن إقامة مميزة مع ضمان أعلى المعايير الصحية

يتميز فندق فور بوينتس باي شيراتون وهو إحدى علامات فنادق ماريوت العالمية بكونه فندق للأعمال وللعائلات والترفيه في الوقت نفسه فهو يجسد الأناقة والراحة للنزلاء، كما يتمتع بموقع استراتيجي في العاصمة القطرية - الدوحة.

أشار مدير عام الفندق، رامي الجعبري، على هامش مؤتمر السوق السفر العربي في دبي، بدور هيئة السياحة في قطر ووزارة الصحة والحكومة القطرية وبالجهد المبذولة في سبيل استمرار العمل وحماية زوار الدولة خلال انتشار جائحة «كوفيد-١٩»، وقد التزمنا بمبادرة «قطر نظيفة» التي أطلقتها الحكومة في جميع الفنادق لضمان تحقيق السلامة وتطبيق أعلى معايير النظافة. وأضاف الجعبري: قد حققنا تميزاً بانضمامنا لسلسلة فنادق عالمية عريقة وهي ماريوت التي تطبق في نظامها أعلى معايير السلامة وأبدى تفاؤله الشديد لهذا العام.

إنضمامنا لسلسلة فنادق عالمية

■ ما هي أبرز مميزات الفندق؟

– يتميز الفندق بإنضمامه لسلسلة فنادق عالمية عريقة وهي «ماريوت» كما سبق وذكرنا فضلاً عن موقع الفندق الإستراتيجي الذي يتيح للنزلاء سهولة الوصول للأماكن والمواقع السياحية الأساسية بفضل قربها من محطة المترو ومنطقة مشيرب الجديدة وسوق واقف ويبعد فقط ١٥ دقيقة عن المطار.

بالإضافة إلى أنه فندق عائلي يقدم خدمات عالمية متكاملة ضمن مكان واحد، وهو عبارة عن فندق متكامل يجذب الباحثين عن الترفيه وفي الوقت نفسه سياحة الأعمال، حيث تتوفر أشهى الأطباق العالمية والمحلية ما جعله نقطة جذب لمحبي تذوق الطعام والتسليّة.

■ كيف تقيمون نسب الإشغال في الفندق؟

– فاقت نسب الإشغال في فندق «فور بوينتس باي شيراتون» في الربع الأول من هذا العام التوقعات. ولا شك أن التحضيرات لكأس العالم لها دور أيضاً في ذلك ونحن متفائلون جداً لهذا العام وسنحقق نمواً مهماً. ■

ضمان تطبيق أعلى معايير النظافة

■ ما هي أبرز الخدمات والإجراءات التي يتوجب على الفنادق أخذها بعين الاعتبار لتقديم إقامة متكاملة للعملاء خصوصاً بعد إنتشار الجائحة؟

– بداية لا بد من الإشارة إلى دور هيئة السياحة في قطر ووزارة الصحة والحكومة القطرية على الجهود المبذولة في سبيل إستمرارية الأعمال وحماية زوار الدولة. بالإضافة إلى إطلاق العديد من المبادرات التي تضمن إقامة مميزة مع ضمان أعلى المعايير الصحية مثل مبادرة «قطر نظيفة» في جميع الفنادق لضمان تحقيق أقصى درجات السلامة لجميع المسافرين والإطمئنان والراحة النفسية. في حين إلتمت جميع المرافق السياحية والفنادق بمتطلبات هذه المبادرة لضمان تطبيق أعلى معايير النظافة. وإنطلاقاً من إنضمام الفندق تحت راية سلسلة فنادق ماريوت يتوجب علينا تطبيق المتطلبات داخل الغرف من عمليات تعقيم وتنظيف بهدف توفير أعلى معايير السلامة للنزلاء وشعورهم بالراحة.



من اليسار: ساري إبراهيم، رامي الجعبري، كاظم شمس، شريف كاسب وشادي الزمر



Maldives
**Halal
Travel**

100% Muslim Country •

Halal Food •

Female Butlers •

Private Pool/Villas •

• Safety & Security Assured

• Mosque in every Island

• One Island, One Hotel

• Muslim Staff



marketing@maldiveshalaltravel.com



www.maldiveshalaltravel.com



@maldiveshalaltravel

RELAX AND ENJOY

Nestled between the Red Sea, beach sands, Mountains, and the vibrant buzz of Ayla Oasis, Hyatt Regency Ayla Resort, welcomes guests to an authentic oasis of indigenous. With its life style setting, spacious rooms, signature suites and pools, this -5star resort in Aqaba offers matchless lifestyle and epicurean experiences. Lounge around the sparkly outdoor pools and private beach, unwind and relax at the 5000-square-meter Aqua Spa, indulge in unique restaurants and lounges led by our exceptional culinary team and let the curiosity of the youngest be ignited at the extensive Hyatt Camp.

Located in the middle of Ayla Oasis, and 8 minutes away from the city center and the airport of Aqaba, The resort celebrates Ayla Oasis as a destination with curious Destination Guides dedicated to share Ayla activities and secrets with you and leave you with an expanded perspective on your visit to Aqaba City which is the pearl of the Red Sea.

Follow us on Facebook & Instagram



For reservations & inquiries please call +962 3 204 1234
or visit www.hyattregencyaqaba.com



**HYATT
REGENCY™**

AQABA AYLA RESORT

منتجع حياة ريجنسي
العقبة أيلة



Jean-François Durand

(General Manager Hyatt Regency Aqaba Ayla Resort):

We want to put the name of Jordan on the face of the world

Hyatt Regency Aqaba Ayla Resort is Jordan's first Hyatt Regency hotel and second Hyatt-branded property, joining Grand Hyatt Amman. Located conveniently in the Marina Village in Ayla, situated between the vibrant city center of Aqaba and the international borders, connecting guests to everything they need in one setting. Each of the hotel's 285 guestrooms and suites offer picturesque views of the azure lagoons, Aqaba's towering mountains and the surrounding marina. Guests can take advantage of a myriad of retail, dining and entertainment venues and enjoy access to Jordan's first 18-hole golf course, which is designed by Greg Norman. Jean-Francois Durand, General Manager of Hyatt Regency Aqaba Ayla Resort has over 30 years of experience with Hyatt and before arriving in Jordan he held several positions with Hyatt Hotels in cities such as Ekaterinburg, Dushanbe, Sochi and Moscow. In his position, he was able to set new milestones for this amazing property, as he is always looking forward to continue this exciting adventure. Al Bayan Magazine met Durand and below is the interview conducted.



We should create a niche market and develop within Jordan destinations that are unique & attractive

• How do you read the repercussions of the "Covid-19" pandemic on tourism Aqaba, and how did you face them? Will the Russian-Ukrainian war has any effect on Russian and Ukrainian visitors?

- One of the main policies deployed to contain the "Covid-19" pandemic has been restrictions on mobility, both within and across countries. This has had a huge impact on Aqaba after the big drop on demand for travel, hotels, restaurants and other hospitality venues across the city. We faced them by implementing different strategies to create a safe environment for our guests, doing our level best to secure our employees' health and monthly income and to support the country and the community. And regarding the Russian and Ukrainian war, the Middle East is one of its top destinations for the Russian and Ukrainian travelers. Cities like Aqaba is regularly listed as one of the Russian and Ukrainian visitors hotspots. But as the war causes a negative impact in energy and food markets as well as rampant inflation across the globe, it is also hitting the tourism industries and Aqaba already noting the negative effects.

• How do you evaluate the tourism sector in Jordan in general and specifically in Aqaba post-pandemic?

- Tourism in Jordan sees positive lift off, and is coming back to a normal level post-Covid. Aqaba benefitted a lot from the Covid, and was able to regain attractiveness from the local market, as well enabled many Jordanian to discovered Aqaba altogether. Unfortunately some of the airlines have not recovered yet, so we are still having difficulties with the incoming flight and the destination is still suffering from not having enough airline coming back to Aqaba. As you know, Aqaba has its own airport which is quite beneficial for the destination. We are promoting the destination which is Ayla in Aqaba, it is a new development within the city of Aqaba including hotel, entertainment, exclusive marina and golf club. We are seeing a very strong demand from Middle East, Saudi Arabia & Israel. We are starting to see a recovery in the European market but because of the airlift, it is very difficult for people to come to Jordan, unless through Amman, so for the moment there is a very positive upside tourism but it is still going to be developed further for Aqaba in particular.

• In your opinion, what are the important steps taken by the Ministry of Tourism to encourage tourists to visit the Aqaba region? What is required of them to attract more tourists?

- Ministry of Tourism in Jordan is taking the lead in coordinating activities, efforts, projects, policies and strategies with counterparts in Aqaba Special Economic Zone Authority, Petra Development & Tourism Regional Authority, and Baptism Site Commission etc., possibly through the re-constituted National Tourism Council as well as representation on the Jordan Tourism Board. ASEZA and ADC in general should be working on developing the destination. Competition is coming from other countries but we have a very unique product in Jordan. Everybody knows Jordan through Petra but there is so much more we can present to the world that is still not explored. We shouldn't be trying to compete with or against bigger players but we should try to create a niche market because we have something unique in Jordan such as Wadi Rum, Petra, Dead Sea, Jerash, Kerak and the only red sea opening which in Aqaba. This is magnificent because it gives us the opportunity to give a complete experience to customers whether in winter or summer. Jordan is also a good destination for medical purposes, there are beautiful medical facilities and for people who are looking for a spiritual destination, there are many sites they can visit. I think we shouldn't try to fight against the surrounding destination, each have their own strength, but we should develop within Jordan, destinations that are unique, with easy access, safe transportation, comprehensive itinerary, using what Jordan has best, people, great hospitality and amazing treasures.

In my opinion what is required to attract more tourists is:

- Highlighting the uniqueness of Jordan's history and heritage.

- Development of products and experiences which exceed the expectations of International, regional and domestic tourists.

- Establish a solid partnership between the private sector and an empowered Ministry of Tourism and Antiquities.

- Train and develop the local communities.

- Preservation and protection of Jordan's heritage and cultural sites.

- Accelerate investment and support the investors and improve competitiveness.

• What distinguishes Hyatt Ayla Hotel - Aqaba from other hotels in region?

- The location of Hyatt Regency Aqaba Ayla resort is located between the mountains and the Red Sea, it is the ideal destination to be inspired, live life filled with sun, sea, music, sports.

With 286 guestrooms, including 43 suites. What differentiate us that we are offering a full range of skilled services and dining options customized to fulfill the needs of conference, business travelers or resort vacationer. Hyatt Regency Ayla enables all guests whether they are traveling to work, relax or gather in festivity to feel creative and revived.

• What are your future plans in light of the proliferation of tourist areas overlooking the Red Sea in neighboring countries and the establishment of several luxurious hotels?

- The competitive landscape for existing hotels overlooking the Red Sea is more challenging than ever, with new brands, concepts, and distribution channels opening frequently.

In this crowded environment, And as one of the leading hospitality operators in the region we are finding creative ways to stand out from the competition. While gaining this edge won't happen overnight, so we are implementing a strategy based on Building unforgettable brand experiences and to stay agile to sustain our advantage long-term.

• What is the added value behind your participation in the Arabian Travel Market?

- ATM this year is one of the first large exhibition where people can start coming back together, face to face meeting, feeling and interacting and looking at what is new. There are a lot of new pavilions; we can see that some of the countries are really focusing on tourism which has become their first priority. It is good to see that a lot of people are showing interest in reopening destination like Jordan which has been closed for a number of months in 2020 and 2021. People started to rebuild confidence in coming to Jordan. Jordan during Covid was one of the safest countries in Middle East, the government has really done an amazing job and this is something we should capitalize on, in showing how much Jordan has changed and has been able to adapt to the new condition, it is very unique, safe and clean destination. It is showing the world that it is open and will create memorable experiences for people who are visiting it. We are participating in ATM to support JTB in bringing back the name of Jordan as a world tourism destination.

• Are you optimistic for 2022?

- I am optimistic for every further year after Covid. We can only look forward especially that everybody now has something to discover & explore after the pandemic, but now we have to be very smart because the way people want to travel is very different from the way they used to travel before. They are conscious about their health, environment, crisis and what they will get as an added value. Everybody has to be more clever and thorough in the offering they are presenting to guests. Now more than ever before, people will look at the whole experience, and they will want to ensure it match their expectation, philosophy of life, match their goals and fulfill their dreams, also be ecofriendly, respectful of other and the environment, and most importantly affordable.

This is why today tourism has a lot of opportunities to explore, lots of rethinking and refocusing to do, to remain relevant for travelers, while ensuring that each segment, category, age group are receiving value for money when they travel the weather for pure leisure, of for work and even with the family.

خالد صعب (المدير العام RESIDENCE INN BY MARRIOTT شارع الشيخ زايد)؛

سجلنا معدلات إشغال مرتفعة جداً فاقت التوقعات مقارنة بمرحلة ما قبل ظهور الجائحة



لـ RESIDENCE INN BY MARRIOTT ميزة خاصة وهي العلامة التجارية لفنادق الإقامة الطويلة، حيث أن شعار العلامة التجارية أنها ليست غرفة أنها إقامة، وكانت أول علامة تجارية للإقامة في الولايات المتحدة، وكانت لاعباً رئيسياً في إطلاق مفهوم جناح في فندق. ويأخذ موقعه الإستراتيجي في شارع الشيخ زايد بُعداً مميزاً من حيث قربها من الأماكن السياحية في إمارة دبي.

«البيان الاقتصادية» حاورت خالد صعب المدير العام لـ RESIDENCE INN BY MARRIOTT شارع الشيخ زايد الذي أكد افتتاح ١٠٠٠ فندق RESIDENCE INN BY MARRIOTT في العالم. أما بمنطقة الشرق الأوسط فقد افتتح أول فندق في جدة والثاني في دبي الذي يُعد الأكبر والأضخم في العالم. مشيراً إلى أنه وخلال إنعقاد معرض أكسبو ٢٠٢٠ سجلنا معدلات إشغال مرتفعة جداً.

نُعد الفندق الأول الذي يحقق فائدة من إنتعاش السياحة والأخير في التأثير سلباً من أي هبوط في النشاط السياحي

يضم الفندق ٤٣٠ جناحاً

■ كم يبلغ عدد الغرف والأجنحة؟

– يضم الفندق ٤٣٠ جناحاً بالإضافة إلى نادٍ رياضي وحوض سباحة في الهواء الطلق، ومطعم بانوراما ومقهى SICILY CAFE، بالإضافة إلى خدمة الوجبات اليومية من الأطباق العالمية المميزة، ونحن في صدد إستكمال عملية التجديد وتوسيع المرافق، وفي الوقت نفسه نستقبل النزلاء مما يشكل تحدياً كبيراً بالنسبة إلينا.

مؤشرات واضحة لعودة قوية للسياحة

■ ما هي توقعاتكم لعودة النشاط السياحي بعد فترة من الركود؟

– تؤكد المؤشرات إلى عودة قوية للسياحة، إلى جانب إنتعاش كبيرة لقطاع الضيافة والفندقة خلال المرحلة المقبلة، بالإضافة إلى أنه خلال إنعقاد معرض أكسبو ٢٠٢٠ سجلنا معدلات إشغال مرتفعة جداً فاقت التوقعات مقارنة بمرحلة ما قبل ظهور الجائحة.

وبالتالي نحن متفائلون بتحقيق أرقام إيجابية خصوصاً خلال الربع الأخير من العام الحالي مع عودة المعارض والملتقيات فضلاً عن إقتراب بطولة كأس العالم في قطر، حيث سيكون لإمارة دبي حصة من هذا الحدث الرياضي الضخم. ■



خالد صعب محاطاً بفريق عمل ريزيدنس إن ماريوت

■ هل لنا بفكرة عن ميزات الفندق؟

– تم افتتاح ١٠٠٠ فندق RESIDENCE INN BY MARRIOTT في العالم، أما بالنسبة لمنطقة الشرق الأوسط فقد افتتح أول فندق منه في جدة والثاني في إمارة دبي الذي يعد الأكبر والأضخم في العالم مقارنة بالفنادق الأخرى. ومن أبرز مميزاته موقعه الإستراتيجي في شارع الشيخ زايد فضلاً عن وجوده في أفضل المواقع في إمارة

دبي، كما يعد الخيار الأول لشرائح عديدة من الزوار ولأهداف مختلفة سواء للسياحة أو العمل نظراً لقربه من مركز المعارض وبرج خليفة وأماكن التسوق فضلاً عن وجود غرف مجهزة بالكامل للإقامة الطويلة.

ومن هنا، نُعد الفندق الأول الذي يحقق فائدة من إنتعاش السياحة والأخير في التأثير سلباً من أي هبوط في النشاط السياحي وهذا يضمن محافظتنا على مستويات مرتفعة من الإشغال بالإضافة إلى أننا أصبحنا منضوين تحت علامة ماريوت العالمية.

إعادة تجديد متكاملة داخلياً وخارجياً

■ ما هي آخر التحسينات التي أدخلتموها على الفندق؟

– يخضع الفندق لعملية إعادة تجديد متكاملة لمختلف المرافق الداخلية والخارجية والغرف، حيث أصبحنا على مشارف الإنتهاء من ورشة التجديد.





EXPLORE THE POSSIBILITIES

At Residence Inn by Marriott Sheikh Zayed Road, Dubai, we provide spaces and experiences that allow you to travel like you live. Enjoy a wide array of facilities and conveniences including spacious accommodation options with impressive views of the Sheikh Zayed Road and Jumeirah coastline, multiple dining outlets, a rich complimentary international breakfast, complimentary grocery delivery service, free Wi-Fi, laundry facilities, a well-equipped gym open 24 hours a day, sauna and steam room, rooftop swimming pool and jacuzzi with expansive views of Dubai's famous skyline, spa, tennis court, beauty and hair salons for ladies and gents, and several meeting rooms with flexible conference and event spaces. Plus head outdoors and get moving with RI Runs, custom local running routes in the Under Armour MapMyFitness app.

Residence INN
BY MARRIOTT

Residence Inn by Marriott Sheikh Zayed Road, Dubai

☎ +971 4 215 0222

✉ info@residenceinnszr.com

Marriott.com/DXBSZ

○ MEMBER OF **MARRIOTT BONVOY**

صيف لا مثيل له في فندق النيل ريتز كارلتون - القاهرة

مع إطلالة خلاصة على نهر النيل وخدمات حصرية مثل مركز للأعمال ومساحة ترفيهية مخصصة للأطفال.

في الصباح، ينتظر أكبر مسبح في وسط البلد نزلاء الفندق للإستمتاع بشمس القاهرة وجوها المفعم بالحيوية.

تكثر في القاهرة المأكولات المستوحاة من جميع أنحاء العالم، فتستقطب العديد من الذواقين، ولذلك تقدّم مطاعم النيل ريتز-كارلتون عدداً من المطابخ الراقية والمتميزة بنكهات كثيرة تفوح منها الرائحة الذكية. ففي الحديقة الداخلية للفندق حيث النسيم وإطلالة المتحف المصري العريق يقع مطعم «باب



جو غياض

الشرق» الذي يتميز بالنكهات العربية التقليدية وأشهى المشاوي وألذ المازات المقدمة مع الخبز الطازج المحضر أمامك. إستمتع بعشاءك اللذيذ المعد بأيدي شيف خالد ذو الأصول اللبنانية في أجواء شرقية أصيلة ممزوجة مع أنغام الطرب والفقرات الترفيهية الشيقة والشيشة ما سيجعلك ترغب في العودة للمزيد.

أما لهواة المطبخ الإيطالي فلا يفوتكم أشهى الاطباق الإيطالية الأصلية في «فيفو»، ولمحبي السهر، «نوكس» ينتظرهم بنغمات

الموسيقى ومناظر القاهرة البانورامية من الدور الثاني عشر، حيث تمكنكم الاستمتاع

بمجموعة من الوجبات الخفيفة التي يمكنك تناولها وأنت تنسجم مع إيقاعات الدي جي والعروض الاستعراضية أو يمكنك التوجه للكانيزو لأمسية ممتعة.

الكلمات لا توفي حق الفندق، فللمزيد تصفح مرافق الفندق وخدماته عبر الفيسبوك @ritzcarltoncairo

أو الانستاجرام @Thenileritzcarlton



في النيل ريتز كارلتون، القاهرة، لدينا خطة الصيف المثالية لك! إستمتع بأجواء الصيف الممتعة حيث تلتقي السماء الزرقاء بأشعة الشمس النابضة بالحياة والكوكيتيلات المنعشة بجانب حمام السباحة مع الموسيقى في الخلفية والمرح في كل مكان. من تجارب تناول الطعام الفخمة إلى العروض الصيفية لتجديد النشاط والحيوية في السبا، لدينا ما يلي جميع الأذواق والاحتياجات.

يتميز فندق النيل ريتز-كارلتون بموقعه الفريد من نوعه في قلب نهر النيل حيث يستمتع نزلاءه بمناظر ومعالم القاهرة الخلابة بمجرد فتح ستائر غرفه الفخمة وأجنحته المميزة. كل ما يميز وسط البلد على مرمى البصر من شرفات الغرف

والأجنحة، من برج القاهرة الى المتحف المصري وميدان التحرير مما يتيح لنزلائه استكشاف أجمل ما في القاهرة من وجهات الفندق الخاصة.

أما عن غرف الفندق التي يمتزج بها سحر العالم الأصيل والفخامة المعاصرة في آن واحد وأجنحته التي توفر ملاذاً للسكن الفاخر في قلب القاهرة، فهي ليس لها مثيل. تعكس غرف الفندق حيوية المدينة وسحرها. كما أن السيدات والسادة العاملين في الفندق مفعمين بشغف الضيافة، ما يجعلهم حريصين على أن تكون تجربة كل

نزيل موحدة من حيث الرقي والفخامة ولكن

فريدة من نوعها من حيث الجوهر، لتسعد كل نزيل وفقاً لاحتياجاته الخاصة.

إستمتع بإقامة فاخرة في جناح ريتز-كارلتون المميز لدينا الذي

يقدم لك إطلالة ساحرة على النيل وأفق القاهرة من شرفته المميزة. كما

أن تشمل إقامتك في هذا الجناح الإستفادة

من دخول حصري للـ Club Lounge، حيث

يمكنك الاستمتاع بوجباتك من الطابق الثاني عشر

مصر تخطط لبيع ٣٠٪ من مجموعة فنادق حكومية لمستثمر إستراتيجي

تخطط مصر لبيع حصة تتراوح ما بين ٢٠ و ٣٠٪ من مجموعة قابضة يتم تأسيسها لضم فنادق حكومية إلى مستثمر إستراتيجي وفقاً لوزير قطاع الأعمال المصري.

كان رئيس الحكومة المصرية مصطفى مدبولي أعلن منتصف مايو الحالي أن الحكومة تعمل على دمج ٧ فنادق حكومية تحت مظلة شركة واحدة تمهيداً ل طرحها بالبورصة، وكذلك دمج أكبر ٧ موانئ تحت كيان واحد تمهيداً ل طرحه في سوق الأسهم أيضاً.

تشمل تلك الفنادق بحسب بيانات حكومية: فندق ماريوت القاهرة، وكتاركت أسوان، ومينا هاوس، وفندقي شتايجر بالقاهرة ودمياط، وفندق وينتر بالاس.

تسعى مصر لتعزيز مشاركة القطاع الخاص لتسريع وتيرة النمو الاقتصادي عبر طرح شركات حكومية في البورصة ومن خلال مشاركة مباشرة مع مستثمرين رئيسيين.



مصطفى مدبولي

رئيس الحكومة المصرية

LET
US
STAY
WITH
YOU.®

A summer like no other at The Nile Ritz-Carlton, Cairo



At The Nile Ritz-Carlton, Cairo we have the perfect summer plan for you in the heart of the Nile! Escape to where blue skies meet vibrant sunshine and poolside refreshing cocktails with music in the background and fun all around. From sumptuous dining experiences to rejuvenating spa summer specials, we have something for every taste and need.
ritzcarlton.com/cairo



THE NILE RITZ-CARLTON

CAIRO

كاظم شمس (مدير إدارة المبيعات والتسويق لفندق شيراتون - الدوحة) :



عودة النشاط السياحي في قطر

يمتاز فندق ومنتجع ومركز اجتماعات شيراتون الدوحة SHERATON GRAND DOHA RESORT AND CONVENTION HOTEL كونه أيقونة القطاع الفندقي في قطر وهو لديه إطلالة فريدة على الخليج العربي، كما أنه مصنف خمس نجوم ويتمتع بموقع استراتيجي وسط مدينة الدوحة على بعد ٢ كلم من سيتي مول و ٢٠ دقيقة من مطار حمد الدولي، ويستمتع ضيوف فندق شيراتون - الدوحة بمجموعة متنوعة من مرافق الترفيه والاستجمام أهمها الشاطئ الخاص، بالإضافة إلى وجود ٧ مطاعم تقدم مجموعة واسعة من أشهى المأكولات. على هامش مؤتمر سوق السفر العربي في دبي أبدى كاظم شمس مدير إدارة المبيعات والتسويق لفندق شيراتون - الدوحة، تفاؤله بعودة النشاط السياحي على مستوى دول الخليج، وأوضح أنه من المتوقع أن ترتفع نسب الإشغال نظراً لمقومات الجذب المتنوعة خلال فصل الصيف إضافة إلى افتتاح أكبر مجمع تجاري في منطقة الشرق الأوسط في قطر. وأشاد شمس بالدور المهم الذي يلعبه المعرض على مستوى المنطقة كونه يجذب عدداً ضخماً من الزوار والمتخصصين. أما بالنسبة لإمكانية الحجوزات خلال فترة بطولة كأس العالم التي ستقام في الدوحة هذا العام. فهي متاحة للجميع بالإضافة إلى تشييد وتجهيز العديد من الفنادق بسرعة قياسية لاستقبال المزيد من الوافدين.

..... جهود كبيرة تبذل لتنظيم كأس العالم لكرة القدم ٢٠٢٢

كما تعد النسخة الحالية للمعرض ناجحة جداً وتلبي طموحات المشاركين في شتى المجالات، بالإضافة إلى وجود اهتمام واضح بالجنح القطري للاطلاع على آخر التطورات والمستجدات المتعلقة باستضافة بطولة كأس العالم.

هيئة السياحة VISIT QATAR حجزت ٨٠٪ من الغرف الفندقية

■ هل ما زالت هناك غرف شاغرة لاستقطاب الوافدين لحضور بطولة كأس العالم؟

– قامت هيئة السياحة في قطر (VISIT QATAR) بحجز نسبة ٨٠٪ من الغرف الفندقية على

مستوى الدولة، أما النسبة المتبقية فهي متاحة أمام الجميع للإقامة خلال فترة بطولة كأس العالم، بالإضافة إلى أنه يتم تشييد وتجهيز العديد من الفنادق بسرعة قياسية لاستقبال

المزيد من الوافدين كما بإمكان بعض الأشخاص السكن عند أقاربهم وأصدقائهم.

كما أن جميع المعنيين بهذا الحدث الرياضي الضخم يبذلون جهوداً كبيرة للتنظيم والتنسيق لتقديم أفضل تجربة على مستوى العالم. ■



كاظم شمس و GEORGIA SOKRATOUS

إفتتاح أكبر مجمع تجاري على مستوى الشرق الأوسط

■ كيف تقومون بعودة النشاط السياحي بعد انقطاع دام لفترة نتيجة تفشي جائحة «كوفيد-١٩»؟

– لمسنا عودة قوية للنشاط السياحي على مستوى دول الخليج إنطلاقاً من توقف العمل بالإجراءات الاحترازية والقوانين التي فرضتها جائحة «كورونا»، بحيث عادت الأمور إلى ما كانت عليه سابقاً وتحديداً في قطر، حيث شهدنا إقبالاً كبيراً من العائلات السعودية والدول المجاورة. ومن المتوقع مع اقتراب موسم الصيف أن ترتفع نسب الإشغال نظراً لمقومات الجذب المتنوعة الموجودة والأنشطة

السياحية والترفيهية وأبرزها افتتاح أكبر مجمع تجاري على مستوى الشرق الأوسط والذي سيجعل من دولة قطر محط جذب لسياحة التسوق.

النسخة الحالية للمعرض ناجحة جداً

■ ما أهمية مشاركتكم في المعارض العالمية والإقليمية المتخصصة في عالم الضيافة والفندقة؟

– لمعرض سوق السفر العربي نكهة خاصة بين المعارض الأخرى على مستوى المنطقة كونه يجذب عدداً ضخماً من الزوار والمتخصصين في هذا المجال من مختلف دول العالم.





لقد هبط مستقبل الطيران

تعرّف على الأسطول الأقوى والأكثر تقدماً في تاريخ
Gulfstream. بفضل إضافة Gulfstream G800™
وG400™ الجديدين كلياً، توفر مجموعتنا الموسّعة طائرة
لكل مهمة.

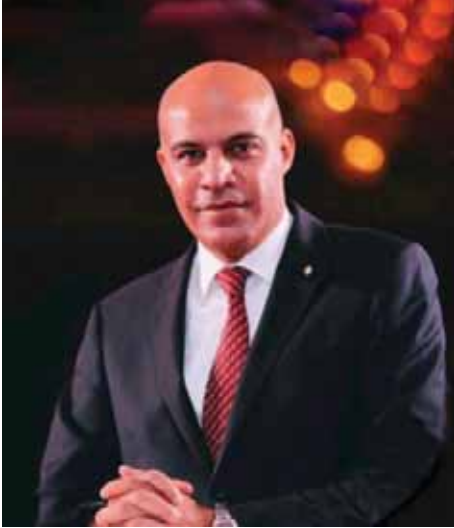


Gulfstream™

A General Dynamics Company

أحمد جركس

مدير إدارة المبيعات والتسويق - ROYAL SARAY RESORT - البحرين (البحرين):



حققتنا نسباً مرتفعة جداً تعدّ الأفضل في أداء الفنادق

يتميز منتج ROYAL SARAY RESORT - البحرين الذي تديره مجموعة ACCOR بفخامة لا مثيل لها في المقامة، ويطلّ على بحر العرب، وهو مستوحى من تقاليد البيت الصيفي الملكي البحريني من حيث الهندسة المعمارية وتحيط به النوافير والصالات والمساحات الخضراء الشاسعة. يقع المنتجع على شاطئ خاص ويقدم تجارب متنوعة في البحر وأنشطة مائية مثل جيت سكي والكيك. قال أحمد جركس مدير إدارة المبيعات والتسويق في ROYAL SARAY RESORT - البحرين في حديث لمجلة «البيان الإقتصادية» ان صناعة السياحة تأثرت بالجائحة إلا أن عودة معدلات الإشغال في البحرين عادت إلى ما كانت عليه، إنطلاقاً من رغبة الناس باستئناف حياتهم العادية ونشاطهم السياحي وتحديداً السعوديين. وقد شهدت معدلات الإشغال مستويات غير مسبوقة خلال فترة استضافة سباق «الفورمولا ١». وأشار جركس إلى مواضيع ذات صلة بالفندق والقطاع السياحي بشكل عام.

■ ■ ■ مجموعة «أكور» إدارة قوية وصديقة للبيئة ■ ■ ■

الفاخرة في العالم، وبالتالي نولي أهمية كبرى لموضوع التسويق الالكتروني والتعامل مع الوكالات السياحية العالمية عبر الشبكات والتطبيقات الرقمية للوصول إلى أكبر شريحة من العملاء. بالإضافة إلى ذلك، نحرص أيضاً على تطبيق قواعد الاستدامة واستراتيجيات المحافظة على البيئة، بحيث لا يتم استخدام مادة البلاستيك داخل المنشأة، بل جميع المواد والمنتجات المستخدمة صديقة للبيئة وذلك تماشياً مع رؤية مجموعة «أكور» في ما يتعلق بالمعايير البيئية.

موقع استراتيجي في قلب العاصمة

■ ما الذي يميزكم عن مثيلاتكم من المنتجعات في مملكة البحرين؟

– يتميز الفندق بموقعه الاستراتيجي في منطقة السيف في قلب العاصمة، بالإضافة إلى قربيه من أهم المواقع السياحية الرئيسية والمتاحف والمطاعم الفاخرة، حيث تعد المنطقة من الأشهر على مستوى البلاد ومركز رئيسي لعدد كبير من الفنادق والمحال التجارية الراقية.

موسم سياحي ممتاز مع اقتراب الصيف

■ هل أنتم راضون عن معدلات الإشغال المحققة؟

– نطمح لتحقيق معدلات أعلى من نسب الإشغال، انطلاقاً من عودة الحركة السياحية بعد توقفها لفترة طويلة. ونتوقع موسماً سياحياً ممتازاً مع اقتراب عطلة الصيف.

■ كلمة أخيرة؟

– نأمل عودة النشاط السياحي للمنطقة لمستويات ما قبل الجائحة وتحديداً في مملكة البحرين، ويقدم منتج رويال سراي تجربة فريدة من نوعها باعتباره من الفنادق الفاخرة في قلب العاصمة. ■



البيان ■ من المتوقع أن يعود قطاع السفر والسياحة في العالم إلى ما كان عليه قبل جائحة «كوفيد-١٩» وأن يشهد نمواً ملحوظاً. ما تعليقكم على ذلك؟

– تأثرت صناعة السياحة بشكل كبير بسبب الجائحة وكان لا بدّ من النهوض بالقطاع من جديد، إلا أنه من الواضح عودة معدلات الإشغال في مملكة البحرين إلى ما كانت عليه قبل الوباء انطلاقاً من الرغبة الكبيرة لدى الناس بالعودة إلى حياتهم وباستئناف نشاطهم السياحي وتحديداً الأشقاء السعوديين.

ومن جهة أخرى، تجدر الإشارة إلى أنه بلغت معدلات الإشغال مستويات غير مسبوقة في مختلف فنادق البحرين خلال فترة استضافة سباق «الفورمولا - ١» وخصوصاً في فندقنا، حيث حققنا نسباً مرتفعة جداً تعدّ الأفضل في أداء الفندق. وبالتالي من المتوقع عودة قوية للنشاط السياحي خلال العام ٢٠٢٢.

■ ما هي أبرز التعديلات والتحسينات التي أدخلتموها على الفندق خلال فترة الجائحة؟

– لا يحتاج الفندق لأي عملية إعادة تأهيل كونه افتتح عام ٢٠١٨، وبالتالي طوال فترة الجائحة تركزت أعمالنا في استضافة الضيوف تطبيقاً لعملية الحجر الصحي بما يتوافق مع الاجراءات التي فرضتها الجهات المعنية في الدولة.

«أكور» والمعايير البيئية

■ أين أنتم من موضوع التحول الرقمي؟

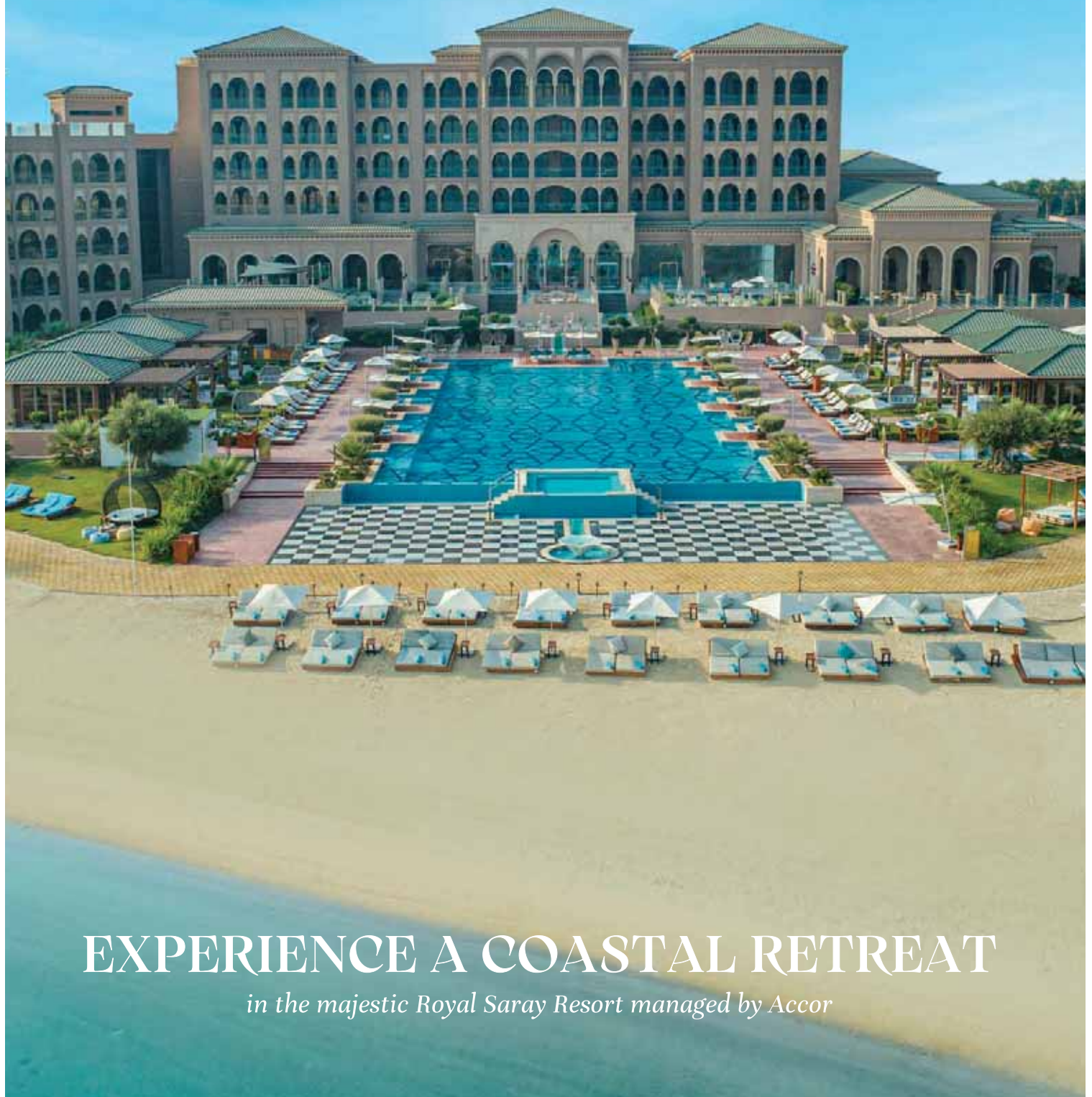
– يدار الفندق من قبل مجموعة «أكور» المعروفة باهتمامها بالبيئة والتي تقوم بإدارة عدد ضخم من الفنادق والمنتجعات



ROYAL SARAY RESORT

★★★★★★

MANAGED BY ACCOR



EXPERIENCE A COASTAL RETREAT

in the majestic Royal Saray Resort managed by Accor

+973 77 70 70 70 | all.com | [@royalsaray](https://www.instagram.com/royalsaray)



لقاء حصري مع هاني أحمد

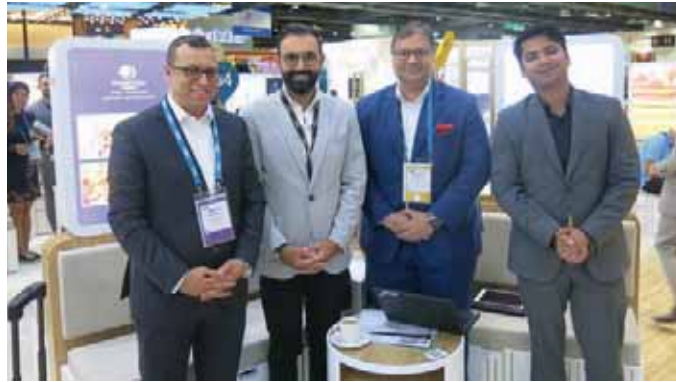
المدير العام لفندق دبل تري من هيلتون دبي - الخليج التجاري

مستمرون بالأداء المتميز

يتميز فندق دبل تري من هيلتون - الخليج التجاري - DOUBLE TREE BY HILTON DUBAI - BUSINESS BAY بموقع مميز في قلب دبي وعلى بعد ١٠ دقائق من أفضل معالم الجذب في دبي، مثل الأوبرا والبوليفارد وبرج خليفة، أكبر مركز تجاري بالعالم. وقد فاز الفندق بجائزة (فندق المدينة الرائد في الإمارات العربية المتحدة) في حفل توزيع جوائز السفر العالمية لعام ٢٠٢١. وفي حديث مع المدير العام للفندق، هاني أحمد لـ «البيان الاقتصادية» وهو يتمتع بخبرة أكثر من ٢٠ عاماً في مجال السياحة والفنادق وبشكل خاص مع علامة هيلتون، أوضح تفاؤله بعودة النشاط السياحي من مختلف دول العالم بعد تخفيف الإجراءات، وأثنى على معرض سوق السفر العربي في دبي الناجح حيث اجتمع قادة الصناعة لرسم ملامح مستقبل هذا القطاع. وأشار أحمد: «حققت دبي أداءً إيجابياً جداً نظراً للدور المتميز الذي تقوم به الحكومة وهيئة السياحة في إمارة دبي ما أدى إلى انعكاس ذلك علينا وحققنا أرقاماً مميزة».

هيئة السياحة في دبي تؤدي دوراً قوياً وداعماً للفنادق

– سجلنا أرقاماً مميزة هذا العام مدفوعة بالنجاح الذي حققه معرض «أكسبو ٢٠٢٠» ومستمررون في الأداء المتميز نظراً لزيادة الطلب وعودة الحركة لما كانت عليه قبل ظهور الجائحة، وذلك نتيجة الدور المتميز الذي تقوم به هيئة السياحة في إمارة دبي وإطلاق العديد من المبادرات والفعاليات التي تشكل نقطة جذب



من اليسار هاني أحمد وفريق العمل

للسياح من مختلف دول العالم. وفي الوقت نفسه تقدم الدولة العديد من التسهيلات في شتى المجالات من استثمار وأعمال وسياحة وهذا من شأنه زيادة أعداد الوافدين الى الدولة.

يساهم في طرح حلول لمستقبل أكثر ازدهاراً

■ ما أهمية مشاركتكم في سوق السفر العربي؟

– يعد من أكبر المعارض المتخصصة في صناعة السياحة على مستوى العالم، بالإضافة إلى وجود تهافت كبير للاستثمار في منطقة الشرق الأوسط انطلاقاً من أن العديد من الدول باتت وجهة سياحية وإستثمارية بارزة، ما يجعلها محط أنظار كبار المستثمرين من مختلف دول العالم. في حين أن هذا المعرض يجذب كبار المتخصصين والخبراء في عالم الضيافة ويساهم في طرح حلول لمستقبل أكثر

ازدهاراً. ■

■ إنطلقت النسخة الـ ٢٩ من معرض سوق السفر العربي تحت عنوان «مستقبل السفر والسياحة الدولية»، كيف تقومون النشاط السياحي لعام ٢٠٢٢؟

– شهدت الدورة الحالية من المعرض إقبلاً كبيراً من الزوار والمعنيين بقطاع السياحة والسفر، حيث اجتمع قادة الصناعة لرسم ملامح مستقبل هذا القطاع. كما أن جميع المؤشرات

إيجابية جداً وتحمل معها الكثير من التفاؤل بأن الأرقام المحققة أفضل مقارنة بعام ٢٠٢١. ونحن بدورنا نحقق أداءً إيجابياً جداً انطلاقاً من عودة النشاط السياحي من مختلف دول العالم بعد تخفيف الإجراءات والقيود المتعلقة بالجائحة.

متفائلون بهذا العام

– من المتوقع أن يعود قطاع السفر والسياحة في العالم إلى ما كان عليه قبل جائحة «كوفيد-١٩» وأن يشهد نمواً ملحوظاً. ما هو تعليقكم على ذلك؟

– على الرغم من استمرار التداعيات السلبية للجائحة نجحنا في تحقيق أرقام إيجابية مقارنة بالمرحلة الماضية، والنسب المحققة مع بداية العام الحالي تدعو للتفاؤل بعام جديد من النمو المستقر.

أرقامنا مميزة هذا العام

■ كم بلغت نسبة الإشغال في فندقكم وما هي خططكم؟





Your Cookie Awaits You

At DoubleTree by Hilton, we pride ourselves in caring about the little things that make a big difference — from our warm cookie welcome to serving the communities around us.

Enjoy your stay at DoubleTree by Hilton Dubai - Business Bay in our spacious rooms and suites with stunning views of Burj Khalifa, outdoor pool, fitness & spa centre and diverse food and beverage offerings at Republic Adda Bar & Lounge, My Square and Oud Lounge.

Book now. Find out more at DubaiBusinessBay.DoubleTreeByHilton.com

★Terms & Conditions Apply

DoubleTree by Hilton Dubai - Business Bay
P.O. Box 391469, Bay Square - Building 5
Tel +(971) 4 551 1544 | Fax +(971) 4 551 1545
Email reservation.businessbay@hilton.com


DOUBLETREE
by Hilton[™]
DUBAI - BUSINESS BAY
دبل تري من هيلتون دبي - الخليج التجاري

Saeid Heidari

(General Manager of The Ritz-Carlton, Budapest):

Even in the world of technology led advancements – for a hotel like The Ritz-Carlton, Budapest – excellence in personal service will always be the top priority

Saeid Heidari, General Manager at The Ritz-Carlton, Budapest, is a well-known professional and a highly qualified hotelier, recognized for having exceptional leadership skills and business acumen with over 20 years of experience in the luxury segment. Through his deep-seated knowledge of luxury brand management, he has successfully led teams in all aspects of operations. His area of expertise include Food and Beverage, Spa, Sales, Revenue and Yield Management. Under his leadership, the Team at The Ritz-Carlton, Budapest continues to provide legendary service and uphold the traditions that hallmark The Ritz-Carlton brand.



Al Bayan Magazine met Heidari on the sidelines of the Arabian Travel Market and conducted the following interview.

• How do you evaluate the Arabian Travel Market Show for this year?

- It is a pleasure to return to Dubai and see that business is booming again. In the past two years due to the various measures caused by coronavirus, we had limited opportunity to welcome guests. Being a hotelier, personal relationships are crucial to the success of business so I am delighted to see so many hotels participating in the Arabian Travel Market Show and supporting their property and destination through this opportunity. The show was smaller in size and this gave us the opportunity to have more time with our partners.

• Did you make any refurbishments during the pandemic period?

- As our recently debuted hotel closed down for a short period during the pandemic, we aimed to make the best possible use of the time. Firstly, we utilized these weeks to provide trainings to our employees and stimulate them through exercises related to the reopening, as their engagement is our greatest asset. Secondly, with the support of the property owner, Al Habtoor Group we refreshed our outlets namely our restaurant, which underwent rebranding. The newly operating Italian restaurant, OTTIMO has since become a hotspot in the city due to its atmospheric interior and signature dishes. The outlet is receiving a much-anticipated winter garden to channel a well-rounded authentic taste of Italy as part of their dining experience. Through the combination of these efforts, we have secured the position of being the leading luxury hotel in Budapest.

In Addition Budapest was one of the few cities where the restrictions were very low since the government was very supportive to business. In numbers, our occupancy rate in Budapest is currently over 2019. The Ritz-Carlton Budapest is performing around 20 percent over 2019.

• What does the Mena region represent for The Ritz-Carlton Budapest?

- The market is familiar and has great significance to us as Al Habtoor Group is based in the UAE. We have a significant amount of travelers from the area especially from Dubai, Abu Dhabi, Saudi Arabia, Qatar and Kuwait. The type of business we receive from the Middle East region is mostly family stays in connecting suites, which our hotel can comfortably provide.

• How do you keep pace with smart technological development and what is its impact on the travel and tourism sector?

- The Ritz-Carlton, Budapest is housed in a Heritage Building with a history reaching back over one hundred years. To foster its authentic charm we are careful with choosing which technological developments to implement. On property, we have digitalized all information, brochures and contact opportunities both to protect our guests and employees, fulfill our endeavors towards sustainability and to cater prompt communication and accessible solutions such as QR scanning opportunities. Our meeting facilities are operating with state-of-the-art AV equipment and our guests can connect with us at any time through the brand mobile application. Above all, I still firmly believe that the personal touch of our employees is what wins over our guests repeatedly.

• Do you have any summer packages?

- We await with an Eid Holiday promotion uniquely catered to the needs of larger families ensuring home-like comfort for both short and long stay periods. Our connecting family suites and personalized services guarantee all-around accommodation while discovering Budapest, the hidden gem in the heart of Europe.

Ela Ergin

(General Manager The Ritz-Carlton, Istanbul):

Everything became technology-based in the last 2 years and we are expecting 90% occupancy rate during 2022

In a region known for its palaces, mosques and Spice Bazaar, The Ritz-Carlton, Istanbul emerges as a symbol of modern Turkish luxury. Set on the banks of the Bosphorus, The Ritz-Carlton, Istanbul seamlessly integrates European style with Turkish tradition, where guests can experience local customs, from welcome drinks like sahlep in the lobby to Anatolian cuisine at Atolye, and then relax in perfect luxury. This five-star hotel features redesigned accommodation, an indoor spa, nearly 26,000 sq ft of event space and three restaurants (besides Nobu Restaurant and Vakko L'Atelier) and bars, all with Bosphorus views.



On the sidelines of the Arabian Travel Market show, Al Bayan Magazine met Ela Ergin, the experienced name from the hotel management sector who has been recently appointed as General Manager at The Ritz-Carlton, Istanbul. She evaluated the ATM show, gave us an idea about the hotel's occupancy rate as well as their offers for the summer season. Below is the Q & A.

• How do you evaluate the ATM show for this year?

- I think this is my 12th time participating at ATM and it is always great to be back especially that in the last two years, we were not able to do this kind of shows. I am very excited and it looks like the show this year will be very busy and up to our expectations because everybody missed to be together again and meet face to face. As The Ritz-Carlton, Istanbul being in the city center, we are expecting many guests from the Middle East and even then passed two years, it was our top destination and I guess this year will be a very busy season so our expectations are really high.

• How do you keep pace with smart technological development and what is its impact on the travel and tourism sectors?

- The last two years everything became technology-based and we see that it will be more beneficial and a priority especially with the Covid restrictions. We are doing the mobile check-ins and focusing more on applications so we are going in that side more and more.

• How much was the occupancy rate in your hotel?

- Last two years, we were about 60 percent and this month we are expecting 90 percent so it is really getting higher. The first three months of 2022 were a little bit slow but since Ramadan, our occupancy was about 65 percent and it will range between 85 to 90 percent throughout the summer period until October.

• What are your offers for the summer season?

- Since it is very high occupancy, we don't have any special packages but we are combining some offer with our sister hotels in Bodrum such as honeymoon packages.

Jeremy Canivet

(Executive Assistant Manager i/c of Sales, Marketing & PR The Ritz-Carlton Bahrain):

We are the most innovative hotel in Bahrain and number one in guest satisfaction in the Middle East

A true Ritz-Carlton Gentleman, Jeremy Canivet, Executive Assistant Manager i/c of Sales, Marketing & PR, joined The Ritz-Carlton, Bahrain in September 2018. Through his hard work and dedication, he successfully led the team during these unprecedented times, maintaining the five-star property as the top provider of luxury experiences in the Kingdom of Bahrain. Jeremy's purposeful leadership, commitment and adaptability make him the ideal candidate for this important role, and he continues to elevate the entire Sales and Marketing division to the next level, as well as helping with the operation of the overall property. Canivet believes that The Ritz-Carlton, Bahrain has always provided unparalleled service excellence along with the most luxurious facilities in the Kingdom and his ambition is to continuously elevate this vision and the overall guest experience while at the same time attaining financial goals.

Al Bayan Magazine met Canivet and conducted the following interview.



• The travel and tourism sectors in the world are expecting a return to pre-pandemic levels and to witness significant growth. What is your comment?

- The comeback has been outstanding once Bahrain reduced the restrictions related to Covid-19. Bahrain managed the global pandemic exceptionally well and it was recognized by the World Health Organization many times over the past 2 years. Once they relaxed the restrictions, the borders opened and the travelers came. We have seen incredible results since mid-2021 which are much better than pre-pandemic levels. We've been riding that wave of success in 2022 and our occupancies were high as well as the spirits, and people are enjoying their stay and we hope this will continue.

• Do you think the mentality of travelers and tourists changed post-covid pandemic?

- I think the goal now is to get out of the house and try any place different than just their own home. They have managed to save up what they normally would spend on travel in the past. So, they have money to spend and they want to enjoy their time. This means not just looking for a standard room category but looking for a suite or even booking a villa, enjoying the resort facilities and food & beverage & spending more than they normally would. With respect to hygiene, all our guests are aware of our protocols that is why adapting to the new Covid-19 protocols took only a few minor adjustments. Our commitment to cleanliness should actually be adapted by everyone in order to create peace of mind for tourists and visitors.

• What is your strategy to attract visitors and maintain the occupancy rate?

- We are not a new hotel but we are probably the most innovative hotel in the Kingdom of Bahrain. During the pandemic, we didn't just sit back and hoped for better days to come but we decided to play a part in those better days. We breathed life in our pop-up concept Nikmati and brought chefs from around the world and brought new concepts to the Kingdom, there was outdoor dining and it worked real-

ly well with the restrictions in place, we opened up a private beach on our private island called La Plage, we brought La Dolce Vita which is our new beach front bar which is located right in the middle of the resort's 600 meters of white sand beach. We continually evolved our offering to adapt to the current restrictions by keeping distances and spaces between our 23 villas with private beach and pools. We also kept all our staff, sometimes the easiest thing to do during a crisis is to cut your greatest expense which is your labor force but we didn't do that, on the contrary we protected everybody because we knew that when all this ends, there will be a resurgence and when you have a resurgence you need to be equipped to manage expectations. People want luxury, they want to be treated properly, they don't want to have new people who are not trained, they want to have people who know how to deliver luxury already and this is what we have so we were ready when business started coming back and we were able to take care of our guests and remain number one in guest satisfaction in the Middle East.

• What are your expectations for 2022?

- I think we will see this resurgence continue, there still will be a little bit of hesitation when it comes to long-haul international travel, we will have to think twice before they get to a place for maybe ten hours. That benefits short-haul destinations in the GCC from Bahrain, we are starting to see new markets coming back, Israel started to produce for the Kingdom of Bahrain and for Ritz-Carlton, we are seeing our UK business started to come back a little bit as well as France and Italy. The return to pre-pandemic levels is there and I think it will continue

to grow into 2023 and beyond and 2022 will continue to be an incredibly strong year. The Bahrain Tourism Authority is putting a lot of money investing in the destination of Bahrain; this is something which they haven't done really in the past but they are working so hard to promote Bahrain as a destination. This will work well and pay dividends. People want an alternative to Dubai and they want authenticity, culture and nightlife as well as enjoy great dining and rest on the beautiful beaches during daytime. This is what Bahrain is offering.



محمود عبد النبي

(مدير إدارة المبيعات والتسويق في منتجج MELIA DESERT PALM DUBAI):

دخلنا مرحلة تعافي النشاط السياحي في منطقة الشرق الأوسط



يتميز منتجج ميليا ديزرت بالم دبي MELIA DESERT PALM DUBAI بموقعه القريب من دبي مول ووسط مدينة برج دبي وعلى مسافة ١٥ دقيقة بالسيارة من مطار دبي الدولي. ولمناسبة إحتفاله بعيده الثاني عشر أعلن المنتجج حصوله على شهادة الخمس نجوم مقدمة من دائرة السياحة والتسويق التجاري في دبي. يتمتع مدير إدارة المبيعات والتسويق في المنتجج محمود عبد النبي، ببيع طويل يتجاوز ١٤ عاماً في مجال الضيافة، وقد تبنوا بفضل خبرته مناصب مهمة في عدد من كبرى الفنادق. وكان له «البيان الإقتصادي» حديث شيق مع محمود عبد النبي الذي شدّد على أهمية معرض سوق السفر العربي - دبي بالنسبة للعاملين في قطاع السياحة والسفر كونه أتاح من جديد إمكانية التواصل المباشر وعقد الاجتماعات بعد التعافي من الجائحة. وأضاف عبد النبي: «حققتنا معدلات إشغال تصل إلى ٧٠٪. وأوضح من جهة أخرى إلى أهمية المشاركة في هكذا معارض بهدف التسويق لعلامتنا التجارية.

ستؤدي إلى تعافي النشاط السياحي على مستوى منطقة الشرق الأوسط ككل.

حققتنا نسبة غير متوقعة

■ كم بلغت نسبة الإشغال في منتجج MELIA DESERT PALM وما هي خططكم؟
- بلغت معدلات الإشغال حدود الـ ٧٠ في المئة وهذه النسبة فاقت التوقعات، إلا أننا سنستمر في تحقيق أرقام إيجابية وأداء متميز.

التسويق للعلامة التجارية وإعادة بناء العلاقات

■ ما أهمية مشاركتكم في سوق السفر العربي؟

- تكمن أهمية مشاركتنا في هذا المعرض والمعارض الأخرى في العالم للتسويق لعلامة ميليا التجارية، كما نهدف إلى إعادة بناء العلاقات بعد الإنقطاع الذي دام لفترة طويلة بسبب جائحة «كوفيد»، إلى جانب عقد الاجتماعات مع الشركاء لتحديد الأهداف والخطط المستقبلية للتحضير لمرحلة ما بعد التعافي من الجائحة. ■

■ إنطلقت الدورة الـ ٢٩ لمعرض «سوق السفر العربي» تحت عنوان مستقبل السفر والسياحة الدولية ما هي توقعاتكم لحركة السفر خلال العام ٢٠٢٢؟

- يحمل هذا المعرض أهمية كبرى لجميع العاملين في قطاع السياحة والسفر كونه أتاح من جديد إمكانية التواصل المباشر وعقد الاجتماعات بين العديد من الأطراف، واللافت أن النسخة الحالية من المعرض تشهد إقبالاً واسعاً من مختلف دول العالم. وهذا مؤشر على تعافي القطاع السياحي بعد تقليص العديد من الإجراءات التي كانت معتمدة سابقاً.

نقطة تحول إيجابية

■ من المتوقع أن يعود قطاع السفر والسياحة في العالم إلى ما كان عليه قبل جائحة «كوفيد-١٩» وأن يشهد نمواً ملحوظاً. ما هو تعليقكم على ذلك؟

- يشكل القطاع السياحي ركيزة أساسية لإقتصادات العالم ومصدر أساسي لجذب الإستثمارات، وبالتالي كان للجائحة تداعيات ضخمة على هذا القطاع خلال المرحلة الماضية، إلا أننا الآن دخلنا نقطة تحول إيجابية



تعزيراً للسياحة المصرية على خارطة السياحة العالمية

WIZZ AIR تطلق بالتعاون مع NSAS خط طيران جديد من مطار مالينسا الإيطالي إلى شرم الشيخ

قلوب السياح الإيطاليين، لا سيما أنها مصنفة من أجمل المدن السياحية حول العالم، بمعالها وكنوزها التي تحيطها من الإتجاهات كافة، وبشواطئها الخلابة التي تجذب السياح من مختلف دول العالم. وأشار حمدي إلى أن هذا الخط سيلبي أيضاً الطلب المتزايد على مدينة السلام، باعتبارها وجهة مفضلة للمسافرين من دول العالم كافة.

ووفق حمدي، فإن الشركة تتطلع إلى تقديم تجارب متمعة لزوار شرم الشيخ والمناطق المحيطة بها، إضافة إلى كون هذا الخط سيوفر لهم رحلات أسرع وأسهل إلى مصر، من خلال الطيران المباشر المنتظم إلى شرم الشيخ.

ونوه حمدي بالطفرة الكبيرة التي تشهدها شرم الشيخ والمدن السياحية الأخرى في مجال البنية التحتية بقيادة اللواء خالد فودة محافظ جنوب سيناء، فضلاً عن حالة الأمن والأمان التي تنعم بها محافظة جنوب سيناء، والمناخ الصحي الذي لا يتوافر في أكبر المدن السياحية العالمية.

معلوم أن «WIZZ AIR» تعد أحد أكبر شركات الطيران منخفضة التكاليف على مستوى العالم، وتمتلك أسطولاً يضم أكثر من ١٣٥ طائرة.



سيف الدين بهجت

وتابع: «باشرت الشركة بوضع خطة مالية تستهدف تنظيم وتدشين عدد من خطوط الطيران الجديدة في مدن العالم إلى المقاصد السياحية المصرية خلال الفترة المقبلة».

بدوره أكد اللواء أحمد حمدي المدير العام لشركة N.S.A.S Travel، الوكيل العام لشركة «WIZZ AIR» أن هذا التدشين على متن أحدث الطائرات من طراز الإيرباص 325 وسعتها ٢٣٠ راكب يدعم السياحة المصرية، خصوصاً أن لشم الشيخ مكانة كبرى في

في خطوة تسهم في إنعاش حركة تدفق حركة السياحة الوافدة من السوق الإيطالي إلى مدينة شرم الشيخ، التي تمثل عشقاً خاصاً للإيطاليين، تدشن شركة «WIZZ AIR» المجرية العالمية للطيران خط طيران جديد بين مطاري مالينسا في ميلانو الإيطالية وشم الشيخ الدولي، خلال حزيران/ يونيو ٢٠٢٢. بمعدل رحلتين أسبوعياً يومي السبت والأحد. وفي المناسبة أكد الرئيس التنفيذي لشركة N.S.A.S Travel. الوكيل العام لشركة «WIZZ AIR» سيف الدين بهجت في بيان صحفي أن تدشين الخط سيكون بتشغيل أول رحلة يوم السبت في ١٢ حزيران/ يونيو المقبل.

وأوضح أن الهدف من هذا الخط هو استعادة المقصد السياحي المصري لمعدلاته السياحية، قبل جائحة «كورونا»، وجذب المزيد من الحركة السياحية من أكبر الأسواق العالمية، والتي كانت تمثل نسبة كبيرة من أعداد السائحين الوافدين إلى مصر. وكشف بهجت عن نية الشركة زيادة عدد الرحلات من ميلانو إلى المطارات المصرية، وفقاً لسياسة العرض والطلب من السوق الإيطالي، لافتاً إلى أن هذا التدشين يؤكد ثقتنا بالسوق المصري، الذي يعد من أهم الأسواق الواعدة في حركة الركاب في منطقة الشرق الأوسط.

Meliá
Desert Palm
MEMBER OF MELIÁ COLLECTION

EXPERIENCE THE REFINED
SOPHISTICATION OF
A SPORT FIT FOR KINGS

FOR RESERVATIONS: CALL +971 4 602 9328 OR EMAIL RESERVATIONS.DP@MELIA.COM

@MELIADESERTPALM

هازم عواد

(مدير إدارة المبيعات والترفيه في الشرق الأوسط HILTON LONDON METROPOLE)؛



التحديث والتجديد المستمر للفندق من شأنه استقطاب المزيد من السياح وخصوصاً العائلات

يعد فندق HILTON LONDON METROPOLE واحداً من أكبر الفنادق في لندن، فقد تم بناؤه عام ١٩٧٢ وفق هندسة معمارية فريدة، وظلت عملية التجديد وإضافة المباني مستمرة حتى وصل عدد الغرف إلى ١٠٩٩ غرفة. ويتميز بقرية من أهم المراكز في لندن، من هنا فإن فندق هيلتون لندن متروبول هو المكان المثالي للضيوف في الشرق الأوسط للإقامة عند زيارة لندن.

على هامش المعرض التقى «البيان الاقتصادية» هازم عواد، مدير إدارة المبيعات والترفيه في الشرق الأوسط، الذي انضم إلى فريق العمل بعد أن عمل سابقاً لأكثر من عقدين في فنادق عدة في الخليج...، ليستفيد عواد من خبرته في رفع شهرة الفندق بين النزلاء، والتأكد من تلبية احتياجاتهم وتفضيلاتهم الفريدة. فكان له نظرة تفاؤلية بعودة الحياة إلى سابق عهدها نظراً للحجوزات التي يتلقاها الفندق في موسم الصيف، أما بالنسبة للأسعار فقد شهدت زيادة ملحوظة نظراً لحجم التضخم الذي تشهده بريطانيا كما معظم دول العالم. وأمل عواد بإعادة تعزيز التواصل مع الشركاء في هذا المجال وتمنى التوفيق للجميع.

■ ■ ■ الحجوزات التي نتلقاها تدعو للتفاؤل في موسم الصيف ■ ■ ■

المزيد من السياح وخصوصاً العائلات نظراً للغرف الفسيحة التي تتسع للعائلات وتوفر لهم إقامة مميزة.

التضخم هو السبب في زيادة الأسعار

■ هل قمتم بتعديل الأسعار عما كانت عليه في السابق؟

– بالتأكيد إختلفت الأسعار مقارنة بالسنوات الماضية إنطلاقاً من عملية التحسين والتطوير التي قمنا بها وتحويل الفندق إلى علامة متميزة، ومن جهة أخرى التضخم الذي تشهده بريطانيا ومعظم دول العالم دفعتنا إلى زيادة الأسعار كي تتلاءم مع الإرتفاع الكبير في التكاليف والتشغيل، إلى جانب زيادة رواتب الموظفين بما يتلاءم والظروف الإقتصادية الصعبة.

■ برأيكم هل خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي انعكس سلباً على قطاع السياحة؟

– لم يتأثر النشاط السياحي بخروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي، إلا أن هذه الخطوة انعكست سلباً على العمالة الوافدة بسبب عدم قدرتها على البقاء، ما دفعهم للعودة إلى بلدانهم وهذا الأمر أدى إلى نقص في اليد العاملة الأجنبية.

شارك بهذا المعرض منذ ١٥ عاماً

■ كيف تقومون معرض سوق السفر العربي في دورته الحالية؟

– نشارك في هذا الحدث منذ ١٥ عاماً ونتوقع أن تتجه الأمور بحسب توقعاتنا نظراً للأعداد الكبيرة من المشاركين. ونحن بدورنا نطمح لإعادة تعزيز التواصل مع شركائنا في هذا المجال ونأمل التوفيق للجميع. ■



■ **البيان** من المتوقع أن يعود قطاعي السفر والسياحة في العالم إلى ما كانا عليه قبل جائحة «كوفيد-١٩» وأن يشهدا نمواً ملحوظاً. ما تعليقكم على ذلك؟

– إختلفت خطة تخفيف الإجراءات بين دولة وأخرى، حيث تأخرت بريطانيا في التوقف عن العمل بالقيود المتعلقة بجائحة «كورونا»، ولكنه بعد عودة الحياة إلى طبيعتها لمسنا طفرة قوية من مختلف الدول نظراً لتعطش الناس للسفر من جديد بعد التوقف قسراً لفترة طويلة. وبالتالي الحجوزات التي يتلقاها الفندق تدعو للتفاؤل في موسم الصيف وتتمثل في معظمها من المجموعات السياحية والعائلات والأنشطة والأفراح نظراً لوجود قاعات ضخمة للمناسبات تتسع لأعداد كبيرة.

ومن جهة أخرى، يجذب الفندق أعداداً كبيرة من السياح الخليجيين، حيث تُعد دول الخليج من الأسواق المهمة بالنسبة إلينا، كما يقع إختيارهم على الفندق بسبب موقعه الإستراتيجي وقربه من أماكن التسوق والمطاعم المتنوعة، إلى جانب تصميمه المميز حيث خضع لعملية تجديد عام ٢٠٢١.

عملية تجديد مستمرة

■ إلى أي مرحلة يعود تاريخ تشييد الفندق؟

– تمت عملية بناء الفندق عام ١٩٧٢ وفق هندسة معمارية فريدة، وفي العام ١٩٩٣ أضيف مبنى ثانٍ ومؤخراً مبنى ثالث ليصل عدد الغرف المتاحة حالياً إلى ١٠٩٩ غرفة، حيث خضع الفندق لعملية تجديد كاملة شملت الغرف والمرافق الخارجية والقاعات والنادي الرياضي، وهذا من شأنه استقطاب



Kiran Jay Haslam (Chief Marketing Officer, Diriyah):

“We want to deliver authentic experiences, reveal the warmth and generosity of Saudi culture, and to change the way the World perceives Saudi Arabia.”

Kiran Jay Haslam, Chief Marketing Officer at Diriyah (DGDA) plays a key role in re-establishing Diriyah within the Kingdom and re-establishing its position, globally, not just as the birthplace of the Kingdom, but also as a centre for heritage and culture that will shape the Kingdom's exciting future. Throughout his career, Haslam has reinvented powerful luxury brands; established and branded progressive media platforms in the Middle East, and believes that the future is now. He actively looks at how science, engineering and nature can radically re-orient the way in which we can sustainably consume, preserve our planet and replenish our surroundings – and he approaches marketing and branding from an anthropological viewpoint. Al Bayan Magazine met Haslam and conducted the following interview in which he talked about the travel and tourism sectors, post-pandemic, and talked about the synergies between Diriyah and other mega-projects in Saudi Arabia.



• **The travel and tourism sectors in the world are expecting a return to pre-pandemic levels and to witness significant growth. What is your comment?**

- If you look at ATM and everybody's perception of the show last year to this year, it feels that everything is coming back very quickly. There are new trends emerging, where travelers are focusing on booking travel in a more considered manner. They are planning ahead, so it is less about the last minute bookings. It also appears that travelers are no longer concerned about going to every tourist attraction simply to tick boxes in a shallow way, instead, they want to see fewer things in a more meaningful way. People want more authentic experiences and so for us in tourism, we have to deliver truly authentic experiences.

• **What is the importance of your participation in the Arab Travel Market?**

- We haven't opened Diriyah yet, we went from the inception phase into the implementation only this year due to the pandemic and lockdowns. In 2022, we are going to open assets such as our UNESCO World Heritage site At-Turaif, our dining district of Al Bujairi and we are groundbreaking, and making some incredible announcements on hotels and residences. For Diriyah, it is important to be here at ATM because we want to represent the project fully. We believe Diriyah is one of the most important projects in the world today, as we are building a city in line with The Kingdom's Vision 2030.

• **Is there any competition between Diriyah and other main projects in Saudi Arabia and what makes Diriyah special and different from other projects?**

- This is the fantastic approach that His Royal Highness Prince Mohammed bin Salman has as well as some of the most significant entities such as the Ministry of Tourism and Saudi Tourism Authority. We work very cooperatively and every project has its own unique identity and offering. When you go to stay at the Red Sea or AIUla, you will get a uniquely different experience from Diriyah.

I don't think there is competition; we all want to deliver on changing the perception of Saudi Arabia to the world

because there is a misunderstanding of Saudi Arabia. We live in Saudi Arabia and we feel the generosity and the warmth from the Saudis' spirit every day, we want the world to see that and this is probably what unifies us. We all complement each other.

• **Can you give us an idea about the main features of Diriyah Gate?**

- The significance of Diriyah is anchored in our UNESCO site of At-Turaif - an unbelievable location that reflects a rich cultural legacy and powerful history. If you go back to 1727 when the First Saudi State was formed by Imam Muhammed bin Saud, we are talking about an ancient city of intelligentsia and we see the legacy of that today. Therefore, the historic city of Diriyah will showcase Saudi Arabia's hundreds of years of authentic culture and history by delivering one-of-a-kind inspiring heritage experiences, educational and cultural opportunities, world-class residential living, and outstanding lifestyle offerings to include shopping, entertainment, and dining experiences. Combining traditional Najdi architectural typology and new urbanism, Diriyah will be a place that connects emotionally with visitors and residents, promotes, and celebrates the destination's rich heritage and reveals the origins of modern Saudi Arabia and the spiritual values in which it is rooted. The main objectives of Diriyah are to preserve and protect this history whilst serving the local community through a multitude of initiatives designed to incubate an ecosystem of inspiration and empowerment, with improved employment opportunities, high standards for quality of life for residents as well as contributing to enhancing the awareness of the Kingdom as a global cultural and heritage destination by activating assets, hosting world-class entertainment events, being informative and gracious, and amplifying what it truly means to be Saudi.

• **What are your expectations for 2022?**

- I think 2022 will be a very exciting year, the whole world seems to be understanding the true value of even the little things. The pandemic has opened our eyes, and we will see a real return for travelers with confidence as our aviation partners and hotel operators are all feeling like this is a chance now to deliver on customers' expectations in a much more meaningful way.



استثمر في السعودية

INVEST
SAUDI



EXPLORERS WANTED.

Saudi Arabia is one of the last undiscovered travel destinations, full of cultural riches and breathtaking scenery. There's never been a better time to invest in the future.

NOW IS THE TIME

Melanie de Souza

(Executive Director Destination Marketing Royal Commission for AIUla):

We are looking to a very defined set of target segments to position AIUla

AIUla, which is over 200 thousand years old, is emerging as one of the region's new up-and-coming destinations, attracting travelers from all over the world. After officially opening up to the world just last year, it has since expanded its flight services, partnering with various local and international airlines to secure flight routes to the area. Melanie de Souza, Executive Director Destination Marketing Royal Commission for AIUla, leads a team of specialists to develop the brand, digital assets, trade and consumer marketing, and PR to launch AIUla to the world. A marketing leader with an outstanding track record of achievement in the tourism and hospitality industries in Australia and Asia, Melanie was included in the list of Australia's top 50 most innovative Chief Marketing Officers in CMO Magazine 2018.

Al Bayan Magazine met de Souza and following is the interview conducted.



“ AIUla is the jewel in Saudi's tourism crown and its story is compelling ”

• **What are your new plans post-pandemic especially that the travel and tourism sectors in the world are expecting to witness significant growth?**

- AIUla is in the northwest of Saudi Arabia, it is a boutique heritage cultural and natural destination that is truly of global significance. We launched in October 2020 as a year-round destination and the destination has been widely embraced by both our tour operator and trade partners as well as our major partners globally. It is truly the jewel in Saudi's tourism crown. It is amazing that we have a country which has a new story to tell as until just three years ago, its pristine assets – cultural, nature based and heritage- were under wraps. The Saudi tourism story is a new one, it is an unparalleled one and AIUla with its unique offering a compelling tourism proposition.

• **What makes AIUla special and different from other major destinations in Saudi Arabia?**

- At the core of our brand, we have amazing heritage. We are associated with 200 thousand years of human history and seven thousand years of ancient civilisations who have called AIUla home over the millennia. So, heritage is core to who we are, you just have to alight from the plane and you cannot but be amazed by our spectacular landscapes. We also have a very strong infrastructure agenda for hotels, always with sustainability and a respect for the environment at the core. These values underpin our approach to built infrastructure. We also have a very ambitious plan for the arts, not just embracing local creative talent but celebrating the best of the best globally. We launched an attractive calendar of festivals and events and we will continue to offer this in 2023 and beyond.

• **Do you think AIUla is competing with other major destinations in Saudi Arabia?**

Actually we are the giga project that is at the forefront of already having product that is on the ground. We have in the last year hosted 146 thousand visitors who have been great advocates about the quality of the customer experience. So we are actually ahead of the game in terms of being ready and operational, but we are looking forward to having complementary experiences like The Red Sea and Amaala and indeed being able to

work with some of the other giga projects.

• **In your opinion, what are the new tips for future travelers?**

- I believe that increasingly travelers are becoming very conscious of the environment and what legacy we leave for future generations. At the core of everything we are doing in AIUla and fundamental to our masterplans are not only principles of sustainability but how we can enhance the lives of generations to come. We want the 40 thousand strong AIUla community to be the beneficiaries of our tourism economy and there is a lot of work going on to upskill them, train them and demonstrate how they can play a critical role in customer delivery.

• **To what extent is the Tourism Authority supporting the new destinations in Saudi Arabia?**

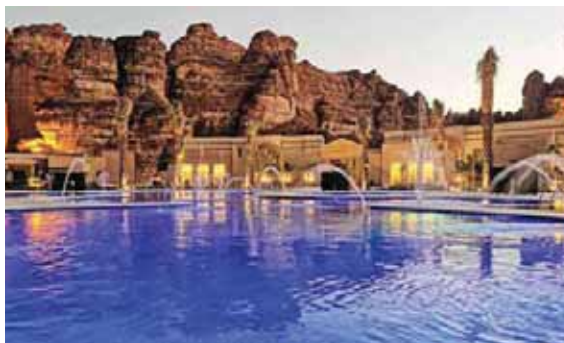
- The Saudi Tourism Authority is a very strong partner for us; we work very closely with them across a range of trade marketing and consumer marketing programs not just domestically but internationally as well. They have been a terrific partner.

• **What is still missing in AIUla to make it more ready to attract people?**

- We are very ambitious with our hotel plans that are under development with several world-class brands that are coming online. Signature properties like the new Jean Nouvel designed hotel will make a bold architectural statement. We will continue to work with our airline partners on air connectivity and our job is to build out a tourism ecosystem where customer experience is very much the core priority. We look forward by 2035 to be a destination hosting 2 million tourists. We are not looking for mass tourism but to a very defined set of target segments to whom AIUla will be positioned.

• **What are your expectations for 2022?**

- We are set to exceed last year's annual visitation and yield, but we want to do this in a way that is measured and ensuring the customer experience is of the highest level. It is not always a dialogue about numbers, it is about optimizing tourism spend and average length of stay and what we can rightfully attract in terms of the visitor's tourism wallet per day.



إدي طنوس (نائب رئيس عمليات شركة ACCOR - السعودية):

باتت المملكة أفضل مكان على مستوى العالم للعاملين والمتخصصين في قطاع الضيافة والسفر



تتمتع أكور ACCOR بعدد كبير من الخبراء في عالم الضيافة لأنها تعرف حقيقة إظهار حبها للناس من خلال تقديم أفضل الخدمات، فهي تعتني بملايين الضيوف في ٥١٠٠ فندقاً حول العالم.

على هامش معرض سوق السفر العربي كان لـ «البيان الإقتصادية» لقاءً مع إدي طنوس نائب رئيس عمليات شركة ACCOR - السعودية وهو صاحب الخبرة الطويلة والعميقة في صناعة الضيافة وله إسهامات حقيقية في منصبه، تطرق فيه إلى طريقة تعاطي المملكة مع الجائحة والتي تعد ناجحة جداً، وسروره بعودة السياحة الدينية والعمره في كل من المدينة المنورة ومكة المكرمة، حيث تتواجد فنادق «أكور»، وتعمل على إدارة ما يقارب ١٣ ألف غرفة فندقية في هاتين المدينتين، وكشف طنوس عن مخطط لزيادة عدد الغرف الفندقية مع افتتاح فنادق جديدة، مع العلم أن أكور تدير ٣٩ علامة تجارية تحت مظلتها.

وأضاف طنوس أن السياحة في المملكة هي ركيزة أساسية في رؤية ٢٠٣٠ إذ أنها توفر عدد كبير من فرص العمل وتساهم في الناتج المحلي. كما أثرى طنوس على الإجراءات والجهود المبذولة من قبل هيئة السياحة لجعل المملكة العربية السعودية على خارطة السياحة العالمية.

بالإضافة إلى ذلك، باتت عملية إصدار تأشيرة دخول بهدف الحج والعمره إجراءات سهلة وسرياً على عكس الإجراءات المعقدة سابقاً الأمر الذي ساهم في توافد أعداد هائلة من الحجاج من مختلف الجنسيات.

تبذل هيئة السياحة جهوداً عظيمة لتطوير قطاع السياحة تحقيقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠

■ كيف تقومون دور هيئة السياحة السعودية في تطوير هذا القطاع وتحويل المملكة الى وجهة عالمية؟

– تبذل هيئة السياحة جهوداً عظيمة لتطوير قطاع السياحة تحقيقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠ والتي تهدف إلى جعل المملكة واحدة من أهم الدول السياحية عالمياً وإستقطاب المزيد من الزوار، بالإضافة إلى إطلاقها العديد من المبادرات الداعمة للقطاع الفندقي أبرزها توفير العديد من البرامج الهادفة إلى تدريب وتأهيل الكوادر البشرية الشابة لرشد القطاع بالمهارات وتوفير كامل تكاليف برامج التدريب.

ACCOR تدير ٣٩ علامة تجارية

■ ما هي أبرز خططكم المستقبلية؟

– تدير شركة أكور ما يزيد عن ٣٩ علامة تجارية وبالتالي من المهم جداً إختيار الفرصة المناسبة والصحيحة، كما يتوجب علينا تقديم النصح والإرشاد للمستثمرين المتعاملين معهم حول العلامة التجارية الأفضل التي تتناسب مع بيئة مشروعهم.

يضاف إلى ذلك، هناك العديد من المشروعات والفنادق التي ذكرتها سابقاً تندرج ضمن خطة عملنا على المدى المنظور. ■

في كل من الرياض، جدة، الخبر بالتعاون مع مستثمرين من خارج القطاع العام.

المدينة المنورة ومكة المكرمة جزءاً أساسياً من تواجدنا في المملكة

■ هل أنتم مستثمرون في التركيز على السياحة الدينية في استراتيجيتكم؟

– تشكل كل من المدينة المنورة ومكة المكرمة جزءاً أساسياً من تواجدنا في المملكة العربية السعودية، حيث نعمل على إدارة ما يقارب ١٣ ألف غرفة فندقية في هاتين المدينتين، بالإضافة إلى إفتتاحنا حديثاً فندق شهد المدينة والذي من المرتقب أن يحمل علامات SOFITEL التجارية الفاخرة بعد إتمام عمليات التطوير التي يقوم بها ملاك الفندق وسيكون أول فندق لعلامة SOFITEL في المدينة المنورة. بالإضافة إلى ذلك سوف يتم هذا العام إفتتاح فندق نوفوتيل ذاخر مكة والذي سوف يضم ثلاثة أبراج فندقية من ضمنها برج مخصص للشقق الفندقية ليكون مجموع الغرف والشقق ١٧٠٣ بنهاية إفتتاح الأبراج الثلاثة.

هناك مخطط لزيادة عدد الغرف الفندقية

■ هل لمكة المكرمة والمدينة المنورة القدرة على إستيعاب المزيد من الفنادق؟

– هناك مخطط يمتد لعشر سنوات لزيادة عدد الغرف الفندقية إنطلاقاً من الحاجة للمزيد من الوحدات بما يتماشى مع إزدیاد الطلب من مختلف الدول الإسلامية بإعتبار أن الحج والعمره واجب على كل مسلم. وتماشياً مع رؤية ٢٠٣٠ التي تهدف لزيادة عدد المعتمرين من ثمانية ملايين إلى ثلاثين مليون معتمر سنوياً

■ كيف تقومون عودة النشاط السياحي في المملكة العربية السعودية في ظل ما تقدمه الجهات المعنية من تسهيلات لتطوير هذا القطاع؟

– بعيداً عن التداعيات السلبية للجائحة على مختلف القطاعات والأنشطة عالمياً لا بد من الإشارة هنا إلى طريقة تعاطي المملكة العربية السعودية مع الجائحة والتي تعد ناجحة جداً، وساهمت إلى حد كبير في تخفيف الأزمة وتحديداً لقطاع الفنادق. وفي الوقت نفسه إستمرار العمل في المشروعات الكبرى طوال فترة الإغلاق شكّل عاملاً مهماً في التصدي للتأثيرات السلبية للجائحة.

ومن جهة أخرى، بدأنا نلاحظ عودة السياحة الدينية والعمره في كل من المدينة المنورة ومكة المكرمة، الأمر الذي ينعكس بصورة مباشرة على القطاع الفندقي وتحديداً في المدن الأساسية. كما باتت المملكة أفضل مكان على مستوى الشرق الأوسط والعالم للعاملين والمتخصصين في قطاع الضيافة والسفر إنطلاقاً من الإنفتاح الكبير الذي تظهره الدولة على المستويات كافة بما ينسجم مع رؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث تعد السياحة إحدى ركائزها الأساسية للمساهمة في زيادة تنوع القاعدة الإقتصادية وجذب الإستثمارات، وتوفير فرص عمل للمواطنين والمساهمة في الناتج الوطني من ٣,٦ إلى ١٠ في المئة.

والجدير ذكره أننا نمتلك حالياً ٤٠ فندقاً بالإضافة إلى ٤٠ آخرين ضمن الخطط التوسعية للشركة تتوزع بين الوجهات الجديدة والمدن الأساسية، ونحن حالياً متواجدون في الدرية، البحر الأحمر والعلا وفي الوقت نفسه

Japan. Endless Discovery.



Japan.
Endless
Discovery.

JNTO

Japan National
Tourism Organization

أنطوان حبيقة

(مدير قسم المبيعات والتسويق لفندق الريتز - كارلتون - عمان THE RITZ CARLTON AMMAN):



فندق الريتز - كارلتون عمان أيقونة العلامة في المنطقة والعالم

يوفر فندق الريتز - كارلتون عمان THE RITZ CARLTON AMMAN وجهة فريدة للضيوف بغرض الترفيه والعمل على حد سواء. ويضم الفندق ١٩٤ غرفة و٣٤ جناحاً. ويقع الفندق في قلب العاصمة عمان، وتحديداً في منطقة الدوار الخامس، ويتميز بتصميم هندسي فريد من نوعه بالتعاون مع دار الهندسة للتصميم العماري والهندسي والإشراف في بيروت، إلى جانب تصميمه الداخلي الساحر الذي يعود لشركة ويمبرلي إنتريورز - لندن الأمريكية. أما الرخام، فقد تم استيراده من إيطاليا من رخام علامة مايكل أنجلو المصقول والمذهل وتحديداً من شركة MARBLE AND STONES، ليشكل الفندق بمجمله أيقونة لعلامة الريتز - كارلتون على مستوى الشرق الأوسط والقارة الأوروبية.

«البيان الاقتصادية» وعلى هامش معرض سوق السفر العربي في دبي التقت مدير قسم المبيعات والتسويق لفندق الريتز - كارلتون عمان، أنطوان حبيقة، وهو الخبير في تطوير استراتيجيات المبيعات والتسويق والإيرادات لفنادق عالمية عدة، متحدثاً عن تحقيق الأهداف الاستراتيجية والمالية لها. ركز حبيقة في حديثه على تعطش عودة الناس إلى السفر مع عودة النشاط السياحي إلى طبيعته بعد الإغلاق الذي فرضته جائحة كوفيد. وعدد حبيقة مزايا الفندق الجديد في عمان والذي سيشكل أيقونة على مستوى الفنادق الرائدة الموجودة في المملكة والمنطقة، والذي سيستهدف شريحة واسعة من الدول الخليجية والشرق أوسطية والأوروبية وروسيا وشمال أميركا.

..... نتعاون مع هيئة السياحة لجعل عمان وجهة سياحية

لمحمصة بن خاسمة للباحثين عن مذاق القهوة المميزة التي سيتم ضمنها استيراد أجود أنواع الحبوب من البرازيل وكولومبيا، فضلاً عن العديد من مرافق الطعام والشراب بما فيها حكايا IRIS، ومطعم AMBROS الذي يعد خيار الباحثين عن أطعمة محضرة من المنتجات الموسمية الفريدة والكلاسيكيات، ومطعم SARAB GARDEN للاستمتاع بالشيشة والمأكولات الشرقية، وصالة LEGENDS التي ستفتتح أواخر العام الحالي، فضلاً عن «THE FOUNDERS ROOM» لعشاق السيجار، وغيرها، مع الأخذ بالاعتبار القدرة الشرائية للمواطنين، ما دفعنا لوضع أسعار مناسبة تتيح للجميع فرصة تذوق أشهى الأطباق وأكثرها تنوعاً.

نستهدف الزوار من منطقة الخليج والشرق الأوسط وغرب أوروبا وشمال أميركا

■ ما هي أبرز الجنسيات التي سيتم التركيز عليها؟

– يستهدف الفندق الزوار من منطقة الخليج والشرق الأوسط بالإضافة إلى غرب أوروبا وروسيا والولايات المتحدة الأمريكية وأميركا الشمالية سواء لأهداف سياحية أو سياحة الأعمال أو الوفود الدبلوماسية.

■ هل لديكم تعاون وثيق مع وزارة السياحة؟

– لدينا تواصل وتنسيق دائم مع الجهات الرسمية المعنية بالسياحة حول العديد من المعارض والأحداث على مستوى عالمي لتسليط الضوء على عمان كوجهة سياحية. كذلك، فإن التعاون جار بيننا وبين هيئة تنشيط السياحة في الأردن لإطلاق أول نسخة من جوائز السفر العالمية في عمان على الإطلاق ولأول مرة في مبادرة تعد واحدة من بين العديد من المبادرات التي من شأنها تأمين مكانة متقدمة للمملكة والعاصمة على خريطة السياحة العالمية خلال العام ٢٠٢٢ وما بعده. ■



■ **البيان** انطلق معرض سوق السفر العربي تحت عنوان «مستقبل السفر والسياحة العالمية»، كيف تصفون مستقبل السياحة بعد التحديات التي مر بها القطاع؟

– بعد الركود العالمي وتوقف النشاط السياحي الناجم عن إجراءات الإغلاق والتدابير الوقائية يعود النشاط السياحي بقوة مدفوعاً بتعطش الناس للسفر من جديد والعودة إلى التقاليد التي اعتادوا عليها.

مزايا الفندق الفريدة تجعله رائداً في عالم الضيافة

■ ما هي مميزات فندق الريتز - كارلتون عمان؟

– افتتح الفندق أبوابه في شهر مايو ٢٠٢٢ ويتمتع بالعديد من المزايا التي تخوله أن يكون من الفنادق الرائدة في عالم الضيافة على مستوى الأردن ومنطقة المشرق العربي والعالم بصورة عامة. يتألف الفندق من ٢٢٨ غرفة منها ٣٤ جناحاً ويقع في قلب العاصمة عمان وتتوفر فيه مزايا وخدمات غير متاحة في فنادق أخرى في العاصمة أبرزها مساحة الغرف التي تصل إلى ٦٠ متراً مربعاً، فيما تصل في الأجنحة إلى ٥٥٠ متراً مربعاً، بالإضافة إلى وجود خيارات كثيرة من المطاعم الأولى من نوعها على مستوى العاصمة والتي يصل عددها إلى تسعة مرافق

متنوعة لخيارات واسعة من الطعام والشراب، منها على سبيل المثال مطعم ROBERTO'S RESTAURANT في الطابق العشرين. والجدير ذكره أن الفندق يعد أعلى مبنى في العاصمة ويقع على أعلى هضبة، وهذا يتيح للمطعم تقديم منظر بانورامي للضيوف وخيارات متنوعة من المأكولات الإيطالية الشهية، بالإضافة إلى مطاعم أخرى مثل SOLEIL الذي سيتم افتتاحه صيف هذا العام، وهو عبارة عن حديقة خارجية يقدم أطباقاً صحية، بالإضافة لاحتضانه



L'HEURE DU DIAMANT COLLECTION

Chopard

THE ARTISAN OF EMOTIONS - SINCE 1860

عروض مميزة من فندق موندريان بالذكري الخامسة لتأسيسه



ميكيل إبراهيم

قدم موندريان الدوحة خلال شهر مايو مجموعة من العروض المميزة، احتفالاً بالذكرى السنوية الخامسة على تأسيسه.

تعليقاً على الاحتفال بالذكرى السنوية، قال ميكيل إبراهيم، المدير العام لموندريان الدوحة: «بناء على هوية علامة موندريان الشهيرة والمعروفة بعروضها الجريئة والتزامها بالابتكار، نجح الفندق في مواصلة تطوره وترسيخ مكانة فريدة له في مجال الضيافة في الدوحة كوجهة مفضلة تقدم أسلوب حياة خاصة. يسعدنا الاحتفال برحلتنا المثمرة مع ضيوفنا من خلال حملتنا التي تركز على روح التجديد والتغيير من خلال مجموعة مختارة من عروض مطاعنا الشهيرة ومنتجع إسبا، والتي يمكنهم الإستمتاع بها مع أصدقائهم وعائلاتهم في أجواء عصريّة».

بيتر الهبر (فندق موندريان MONDRIAN - الدوحة):

نحن في صدد العمل على العديد من المشروعات لتقديم تجربة مميزة وفريدة من نوعها للزلاء على مختلف المستويات



في مقابلة مع «البيان الاقتصادية» خلال معرض السفر العربي أشار بيتر الهبر المدير التجاري لفندق موندريان - قطر إن جايحة «كورونا» والتزام الإجراءات الصحية لم تُضعف مستويات العمل ونسب الإشغال في الفندق، بل حافظ على مكانته واستمرارية نشاطه حتى في ظل الأزمة. وقال الهبر إن الفندق يواكب التطور التقني، كما يتم التركيز على عدة قطاعات داخله، منها قطاع الأغذية والمشروبات ويولي موضوع الاستدامة والمحافظة على البيئة أهمية كبرى، إضافة إلى تقديم العديد من العروض الصيفية للسياح وبخاصة الوافدين للمشاركة في بطولة كأس العالم التي سيقام هذه السنة في قطر، وانعكاسات هذا الحدث الإيجابية على القطاع السياحي كما يُتوقع!

■ ما مدى أهمية إستئناف مشاركة قطاع السياحة والفندقة القطري في معرض «سوق السفر العربي ٢٠٢٢»؟
- تشارك «قطر للسياحة» في النسخة الـ ٢٩ من المعرض على رأس وفد يضم ٣٥ شريكاً في هذا القطاع لتمثيل قطر. كما أن عودتنا مهمة جداً إنطلاقاً من أن دولتي الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية من الأسواق المهمة والأساسية للسوق القطري. وبالتالي نحن سعداء بوجودنا ضمن فعاليات هذا المعرض.

■ ما هي أبرز المسائل والأنشطة التي ركزتم عليها طوال فترة إنتشار الجائحة؟
- افتتح فندق موندريان MONDRIAN قبل ثلاث سنوات من ظهور جائحة «كوفيد-١٩»، وبالتالي لم ندخل أي تعديلات على المرفق، إنما ما قمنا به طوال هذه الفترة هو إخضاع الموظفين وفريق العمل لدورات تدريبية مكثفة والتحضير لمرحلة ما بعد الجائحة، علماً أنه طوال فترة الجائحة والإجراءات الصحية المرتبطة بها بقيت نسب الإشغال ضمن مستويات جيدة إنطلاقاً من قرار الحجر الصحي الذي فرضته الحكومة القطرية على الوافدين، الأمر الذي ساهم في استمرار النشاط طوال تلك الفترة. أما الآن، الأمور عادت إلى طبيعتها في الدوحة وبدأنا نشهد حركة سياحية نشطة بعد تخفيف الإجراءات. ومن جهة أخرى، كان هناك تركيز كبير على قطاع الأغذية والمشروبات داخل الفندق والإرتقاء بالأطعمة المقدمة في مطاعنا التي تعد علامة فارقة وتمتلك طابعاً خاصاً، بالإضافة إلى إعادة إحياء الحفلات واستضافة فرق موسيقية عالمية، حيث لاقت مختلف المطاعم داخل الفندق إقبالاً واسعاً من الزوار. ونحن الآن في صدد التحضير للمزيد من الحفلات لكبار الفنانين العرب والأجانب.

■ كيف تواكبون التطور التكنولوجي الذكي؟
- يُعدّ الفندق المصنّف من فئة الخمس نجوم وجهة لأصحاب الذوق الراقي وطالبي الإستجمام، كما يتيح العديد من المزايا أبرزها الجانب التقني والتطبيقات الذكية في مختلف أرجاء الفندق.
■ أين أنتم من مفهوم الإستدامة والبيئة الخضراء؟

- باعتبارنا جزءاً من مجموعة فنادق أكور ACCOR العالمية نولي موضوع الإستدامة والمحافظة على البيئة أولوية كبرى في نطاق عملنا، بالإضافة إلى أنه أيضاً ضمن الأساسيات والمعايير المطلوبة في ما يتعلق ببطولة كأس العالم. ونحن في صدد العمل على العديد من المشروعات في هذا النطاق لتقديم تجربة مميزة وفريدة من نوعها للزلاء على مختلف المستويات.

■ هل تقدمون عروضاً معينة لموسم الصيف؟
- بالتأكيد، هناك العديد من العروض الخاصة بموسم الصيف للأفراد والعائلات، بالإضافة إلى تعزيز نشاطنا تحضيراً لاستقبال السياح والوافدين ومختلف الجهات المرتبطة ببطولة كأس العالم، بحيث أن جميع الغرف الفندقية داخل الدوحة حُجزت بالكامل لهذا الحدث الرياضي الضخم، كما توسعت دائرة الحجوزات لفنادق الدول المجاورة لنا. ومن المتوقع أن يكون لهذا الحدث إنعكاسات إيجابية جداً على القطاع السياحي والفندقي ليستعيد عافيته من جديد، إنطلاقاً من أن الأرقام ونسب الحجوزات فاقت التوقعات على مستوى الدولة ككل. ■



Welcome to your second home in Dubai

**It's been an honor to serve the hospitality industry for 25 years
and we can't wait for another milestone year to celebrate.**



مركز وزيدنس البستان
Al Bustan Centre & Residence
WELCOME HOME



50 Meters from
Al Nahda Metro Station



Al Nahda Road, Al Towar P.O. Box: 20107, Al Qusais, Dubai, UAE. | Tel: +971 4 263 0000 | Fax: +971 4 263 0005

Email: albustan@emirates.net.ae | www.al-bustan.com | Connect with us on [f](#) [@](#) [t](#) [in](#)

رامي سرحال

(مدير عام CROWNE PLAZA ABU DHABI / HOLIDAY INN ABU DHABI DOWNTOWN)؛



أطلقت مرحلة التعافي بنجاح

يتميز فندقى كراون بلازا أبوظبى و هوليدياى إن أبوظبى داون تاون بموقعهما في المنطقة التجارية المركزية في أبوظبى، وبالقرب من الكورنيش والعديد من نقاط الجذب السياحية في العاصمة، وكلاهما تحت مظلة العلامة التجارية العالمية IHG. تحدث رامي سرحال المدير العام للفندقين مع مجلة «البيان الاقتصادية» وهو صاحب الخبرة الطويلة في مجاله. وقد تخرج من الجامعة الأميركية في بيروت. تنقل سرحال خلال مسيرته في المناصب المرموقة وقد لعب دوراً حيوياً بارزاً، فقال أن العام ٢٠٢٢ شهد بداية مرحلة التعافي للقطاع السياحي بحيث حققت دولة الإمارات نسب إشغال مرتفعة جداً بعد تخفيف الإجراءات. وأمل استقرار الأوضاع عالمياً كي يتاح للقطاع السياحي إستعادة عافيته نظراً لوجود تهافت كبير على إستئناف السياحة.

■ ■ ■ نحقق معدلات إشغال مرتفعة على مستوى دولة الإمارات ■ ■ ■

بحيث حققت دولة الإمارات نسب إشغال مرتفعة جداً بعد تخفيف الإجراءات، كما أنه على المستوى العالمي أيضاً بدأت معظم الدول الخروج من التداعيات السلبية للجائحة على قطاع السياحة والسفر نظراً لتأقلم الشعوب مع الواقع الجديد الذي فرض علينا. وبالتالي من المتوقع أن تكون سنة ٢٠٢٢ عام التعافي من الجائحة وتستعيد الفنادق نشاطها والعودة إلى معدلات الإشغال المحققة سابقاً.

لنشاط السياحي منحى ايجابي

■ ما هي نسبة النمو المتوقع تحقيقها هذا العام؟

– نتطلع إلى تحقيق معدلات نمو متوازنة إنطلاقاً من إتخاذ النشاط السياحي منحى إيجابي وهذا من شأنه أن ينعكس بصورة مباشرة على معدلات الإشغال ونسب النمو المحققة في فنادقنا. ■

وجود تهافت كبير على إستئناف السياحة

■ من المتوقع أن يعود قطاع السفر والسياحة في العالم إلى ما كان عليه قبل جائحة «كوفيد-١٩» وأن يشهد نمواً ملحوظاً. ما هو تعليقكم على ذلك؟

– نأمل إستقرار الأوضاع عالمياً كي يتاح للقطاع السياحي إستعادة عافيته نظراً لوجود تهافت كبير على إستئناف السياحة وخصوصاً نحو دولة الإمارات التي كانت من أوائل الدول التي فرضت التطعيم واتبعت إجراءات وقائية عززت من قدرتها على تخطي الأزمة وإستقطاب الزوار من مختلف دول العالم.

سنة ٢٠٢٢ عام التعافي من الجائحة

■ ما هو تعليقكم على عنوان المعرض في نسخته الحالية «مستقبل السفر والسياحة الدولية»، ما هي توقعاتكم لحركة السفر لعام ٢٠٢٢؟

– شهد العام ٢٠٢٢ بداية مرحلة التعافي للقطاع السياحي،



HOLIDAY INN ABU DHABI DOWNTOWN



CROWNE PLAZA ABU DHABI

CROWNE PLAZA

A 5-STAR HOTEL IN THE HEART OF ABU DHABI




CROWNE PLAZA
AN **ihg**® HOTEL
ABU DHABI

A 5-star hotel in the heart of the capital, Abu Dhabi, with an ideal central downtown location, just minutes away from the airport, key business and shopping locations.

Crowne Plaza® has 236 welcoming rooms, including suites and Club rooms with a dedicated Club Lounge, along with a Business Centre & Meeting Rooms for Conference and Banquet Events.

Guests can also sit back and relax in the hotel's 5 award-winning restaurants and excellent leisure facilities; such as a fitness centre, rooftop pool and spa.

visit www.crowneplaza.com/abudhabicity or call us at +971 2 616 6224 to book your stay

بول دياب (نائب رئيس العمليات لمنطقة الشرق الأوسط LOUVRE HOTELS GROUP):

تمتلك المجموعة ٦٢ فندقاً وتنتقل لافتتاح عشرة فنادق جديدة



LOUVRE HOTELS GROUP ثاني أكبر مجموعة ضيافة في أوروبا والعالم، هي جزء من JIN JIANG INTERNATIONAL و LOUVRE HOTELS GROUP تضم أكثر من ١٦٠٠ فندق من ١ إلى خمسة نجوم موجودة في ٦٠ دولة حول العالم.

بول دياب نائب رئيس العمليات لمنطقة الشرق الأوسط LOUVRE HOTELS GROUP خريج جامعة ولاية ميشيغان، متخصص في إدارة الأعمال، تسلم وظائف عديدة في الكثير من الفنادق في مختلف الدول، وصولاً إلى تسلم منصبه الحالي منذ العام ٢٠١٤ وهو مستمر بالعمل دون كلل أو توقف.

وخلال فعاليات معرض سوق السفر العربي ٢٠٢٢، تحدث بول دياب عن تعطش كبير لعودة المعارض والفعاليات وعقد الاجتماعات واللقاءات المباشرة. وعن الأداء الجيد للمجموعة التي تطمح لافتتاح عشرة فنادق جديدة خلال سنة ونصف السنة.

الكويت وليبيا من ضمن أهدافنا

■ ما هي أبرز الأسواق التي تطمحون للتوسع فيها؟

– نتطلع لدخول أسواق جديدة ليس لدينا

تواجد فيها سابقاً مثل الكويت وليبيا.

كما أن للمجموعة حضور مهم في

مختلف أسواق المنطقة.

تحسن الأداء التشغيلي

■ كم بلغت نسبة الاشغال في LOUVRE HOTELS GROUP؟

– من الملاحظ تحسن الأداء التشغيلي لمعظم فنادقنا مع

بداية العام الماضي، حيث بلغت نسب الاشغال حدود الـ ٧٠٪

ونتوقع الوصول إلى حدود الـ ٨٠٪ مع نهاية العام الحالي.

■ ما الذي يميّز LOUVRE HOTELS GROUP عن فئلتها من العلامات التجارية؟

– الخدمات المميزة والراقية التي تتوفر في فنادقنا تشكل

عامل جذب للنزلاء، ونحن

بدورنا مستمرون في

تحسين جودة الخدمات بما

ينسجم مع تطلعات

العملاء. آمليين دخول

مرحلة جديدة من التألق

والازدهار بعد تخطي

الجائحة وعودة النشاط

السياحي إلى سابق

عده.



■ كيف تقوّمون فعاليات معرض سوق السفر العربي ٢٠٢٢؟

– من الواضح وجود تعطش كبير لعودة المعارض

والفعاليات باختلاف أنواعها، وعقد الاجتماعات

واللقاءات المباشرة بين المشاركين.

كما شهد المعرض إقبالاً كبيراً على

عكس توقعاتنا وهذا دليل على

الرغبة القوية لأهمية المعارض

والمؤتمرات الحيّة.

■ ما هي آخر التطورات التي شهدتها فنادقكم طوال فترة الجائحة؟

– أدخلنا بعض التعديلات البسيطة على عدد من الفنادق. في

حين أن فنادقنا العاملة في دولة الإمارات وقطر سجّلت أداءاً جيداً

انطلاقاً من التعاون مع الحكومات في مسألة الحجر الصحي

للوافدين الأمر الذي ساهم في استمرار نسب التشغيل.

خطة توسعية نحو دول عديدة

■ ما هي خططكم المستقبلية؟

– تمتلك المجموعة حالياً

٦٢ فندقاً ونتطلع لافتتاح

عشرة فنادق خلال سنة

ونصف من الآن. بالإضافة

إلى وجود خطة توسعية

نحو دول عديدة منها

السعودية، الجزائر، تونس،

فضلاً عن افتتاح فندقين في

الدوحة قبل انطلاق بطولة

كأس العالم ٢٠٢٢.



AL MAHA DESERT
RESORT & SPA
DUBAI

THE
LUXURY
COLLECTION



تجربة فريدة و اصلية

استمتع بالمناظر الخلابة و الفاتنة للصحراء الذهبية، و السكون الاسر للطبيعة، و الحيوانات البرية التي تتجول في المحمية،
من خلال جناحك الخاص و مسبحك. عش المغامرة الصحراوية الفاخرة مع جولات الجمال و ركوب الخيل و عروض الصقور و
التصويب بالاسهم و رحلات التلال

فنادق تعطي ملامح للوجهة

للحجز و الاستعلام، اتصل على ٩٧٤٨٣٢٩٩٠٠
او قم بزيارة theluxurycollection.com/ALMAHA

فارس يقطين

(مدير عام فندق الخليج البحرين ونائب الرئيس لمنطقة الشرق الأوسط وأفريقيا (GULF HOTELS GROUP)؛



الخطوات الإستباقية من قبل المعنيين قلّصت من حجم الخسائر

تم افتتاح أول فندق خمس نجوم في البحرين عام ١٩٦٧، حيث توافر فيه مستوى ضيافة لا مثيل له على الجزيرة، إنه فندق الخليج. وبعد ٥٠ عاماً ظلت هذه الفلسفة كما هي على الرغم من أنه تحوّل إلى مجموعة فنادق الخليج مدرجة في بورصة البحرين. يشغل السيد فارس يقطين منصب المدير العام لفندق الخليج البحرين للمؤتمرات وسبا، ونائب رئيس المجموعة في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا. وكان لمجلة «البيان الاقتصادية» حديث شيق مع السيد فارس يقطين، فتطرق إلى المرحلة الصعبة التي فرضتها الجائحة، لكنه أمل إلى عودة الإستقرار وإستعادة النشاط الطبيعي، وقال: «نحن بدأنا فعلياً بالعمل وتوسعنا نحو السوق الإماراتي لتعزيز موقعنا. وفي هذا الصدد نشكر مملكة البحرين التي ساندت العاملين في القطاع السياحي، وبالتالي فإن الخطوات الإستباقية التي قامت بها الحكومات في منطقة الخليج والشرق الأوسط قلّصت من حجم الخسائر».

– لعبت الهيئات السياحية والحكومات في الأسواق التي نتواجد فيها دوراً بارزاً لدعم القطاع والمحافظة على إستمرارية الأعمال. ففي دولة الإمارات ساندت هيئة السياحة العاملين في هذا القطاع من خلال خلق الفرص والتسويق للدولة عالمياً والمثال الأبرز إصرارهم رغم التحديات على تنظيم معرض أكسبو ٢٠٢٠، الذي كان له أثر إيجابياً ومباشراً على قطاع الفنادق التي شهدت بدورها إقبالاً كبيراً على مدار ستة أشهر، مما ساهم في زيادة متوسط سعر الغرفة. أما بالنسبة للبحرين فقد قامت الحكومة بدعم رواتب الموظفين وتحديد المواطنين وهذا انعكس إيجاباً على الفنادق العاملة في الدولة.

وبالتالي فإن الخطوات الإستباقية التي قام بها المعنيون سواء حكومات أو هيئات قلّصت من حجم الخسائر وشكلت ركيزة أساسية لعملية النهوض. ونحن بدورنا كمجموعة متملك وتدير عدداً من الفنادق حافظنا على جميع الموظفين والتزمنا تجاه فريق عملنا بكامل حقوقهم.

الهدف الأساس تنويع المحفظة

■ هل لديكم خطط توسعية في المستقبل؟

– رغم الأزمات المتتالية يبقى تنويع المحفظة والتوسع نحو أسواق جديدة أو داخلية أساس أهدافنا فنحن في صدد تجديد بعض الفنادق، إلى جانب افتتاح فندق مطار البحرين الذي نمتلك ٥٠ في المئة منه، بالإضافة إلى إدارة فندق في جورجيا والعديد من الخطط والمشروعات ولكن لا يمكننا التحدّث عنها الآن.

للمعرض أهمية خاصة

■ ما هي أهمية مشاركتكم في سوق السفر العربي؟

– يشكل هذا المعرض فرصة مهمة لإعادة توطيد العلاقات والتواصل مع العاملين في هذا القطاع، إلى جانب تبادل الآراء والإطلاع على آخر المستجدات والتحديات في صناعة السياحة والسفر. ■

■ **البيان** من المتوقع أن يعود قطاع السفر والسياحة في العالم إلى ما كان عليه قبل جائحة «كوفيد-١٩»، وأن يشهد نمواً ملحوظاً. ما هو تعليقكم على ذلك؟

– في الواقع نحن حالياً في مرحلة تعافي لكنها غير مكتملة بشكل كامل إنطلاقاً من وجود تخوف لدى العديد من الناس للمشاركة في الاجتماعات والأنشطة التي تجمع أعداداً كبيرة، لذلك نجد أن بعض الفنادق لن تتمكن من إستعادة نشاطها بشكل كامل. كما أن سياحة الأعمال لم تصل إلى المستويات السابقة نظراً إلى إستمرار العديد من الناس بعقد الاجتماعات عبر تقنية التواصل عن بُعد بدلاً عن السفر. ومن هنا يتوجب على القطاع الفندقية إعادة تشكيل نشاطه بما يتلائم مع الظروف السائدة حالياً في ظل ما تشهده من ضغوط على متوسط أسعار الغرف في العديد من أسواق الخليج ومنها السوق البحريني، الأمر الذي يفرض علينا العمل وفق خطط متكاملة للمنافسة في عملية التسعير وأكثر تشدداً في موضوع التسويق. آمليين إستقرار الأوضاع والإنهاء من تداعيات الجائحة بغية إستعادة نشاطنا والنجاح في تخطي التحديات التي نعيشها.

التوسع نحو السوق الإماراتي

■ أطلقتم قبل الجائحة خطة توسعية أين أنتم منها؟

– إلى جانب تواجدنا القوي والعريق في مملكة البحرين توسّعنا نحو

السوق الإماراتي وإستحوذنا على فندق جلف كورت بزنس بي، وبدأنا بتعزيز موقعنا والحصول على حصة سوقية، إلا أنه كان للجائحة تداعيات سلبية على هذا القطاع فتوقفت الأعمال لفترة، ولكننا تمكنا من الصمود واستعدنا أنشطتنا كما كانت عليه طوال فترة إنتشار الوباء.

دور بارز لهيئات السياحة في قطاع الفنادق

■ كيف تقومون أداء هيئات السياحة في الأسواق التي تتواجدون فيها؟



حسان أحذب (الرئيس التنفيذي للتشغيل الفندقية - دور DUR):

«نور» قيمة مضافة لقطاع الضيافة



تعتبر دور للضيافة شركة رائدة متخصصة في الضيافة السعودية منذ العام ١٩٧٦، وتتميز بسجلها الحافل وخبرتها الواسعة التي اكتسبتها على مر العقود في إدارة وتطوير وتشغيل الفنادق والمجتمعات السكنية في مختلف مناطق ومدن المملكة الرئيسية في جميع أنحاء المملكة العربية السعودية.

حسان أحذب الرئيس التنفيذي للتشغيل الفندقية للشركة، والذي يمتلك خبرة تمتد لأكثر من ٣٠ عاماً في القطاع شغل خلالها مناصب رفيعة في عدد من الفنادق والمنتجعات الكبرى في منطقة المحيط الهندي وأفريقيا والشرق الأوسط، أشار في لقاء خاص مع مجلة «البيان الاقتصادية» إلى استعادة مرحلة التعافي وتخطي تداعيات جائحة «كورونا» سواء في «دور للضيافة» أو على مستوى المملكة العربية السعودية، وهو ما تؤكد الأرقام والنتائج للربع الأول من العام الجاري، وذلك بفضل تعاطش الناس للسفر إلى جانب دور هيئة السياحة في تقديم التسهيلات.

وأوضح أن الشركة قامت بإعادة تأهيل معظم فنادقها، وعززت من مستوى خدماتها لتواكب المتغيرات الحالية لاسيما تطلعات العملاء للحصول على أفضل خدمة وأكثرها موثوقية وسلامة. إلى جانب اتباع الشركة عملية التوسع لاستيعاب الطلب بما يتماشى ورؤية السعودية ٢٠٣٠، كما أعلن أحذب عن إطلاق علامة تجارية جديدة تحت اسم «نور»، والتي ستعمل على تأهيل وتشغيل وإدارة الفنادق من فئة ٣ نجوم في كل من مكة المكرمة والمدينة المنورة. من جهة أخرى، أشاد أحذب بدور وزارة السياحة في المملكة المساند لقطاع الضيافة والفنادق في زيادة عدد الزوار الراغبين في التعرف على التراث العربي الأصيل بحيث أصبحت المملكة مقصداً سياحياً عالمياً.

المملكة الوجهة الجديدة للسياحة العالمية

«نور» قيمة مضافة للضيافة الاقتصادية

■ ما هي أبرز خططكم التوسعية؟

— نحرص باستمرار على خدمة عملائنا وتعزيز دورنا الريادي في قطاع الضيافة على مستوى المملكة، وتضم محفظة الشركة مشروعات جديدة مستقبلية متعددة. حديثاً، أعلننا عن إطلاق علامة «نور»، الموجهة إلى قطاع الضيافة من فئة ٣ نجوم في منطقتي مكة المكرمة والمدينة المنورة؛ ستوفر فرص متنوعة لمالكي الفنادق في هذه المناطق من خلال تحويل أي فندق ليكون وفق نموذج «نور»، مع ما يترتب على ذلك من إعادة تصميم تجربة كاملة للضيافة، تتواءم مع نهجنا في دور ومع توجيهات وزارة السياحة لتحسين القطاع الفندقية. ومن ضمن مشاريعنا المستقبلية في المدينة المنورة، إطلاق «فندق مكارم المدينة المنورة» حيث بدأنا عملية البناء وسيشكل هذا الفندق بمثابة حلّة جديدة لعلامة «مكارم أجياد مكة».

زيادة في أعداد الوافدين

■ ما هو تقييمكم لدور وزارة السياحة للتسويق للمملكة بطريقة مميزة؟

— تلعب الوزارة دوراً بارزاً في مساندة قطاع الضيافة ودعم الفنادق من خلال العديد من المبادرات والإجراءات التي عززت من مستويات النمو والتطور وشكلت ركيزة أساسية للفنادق للوصول إلى أهدافها وتطوير خدماتها.

ومن جهة أخرى، يبذل المعنيون في الوزارة وبالتكامل مع الجهات ذات الصلة جهوداً حثيثة للوصول إلى مستهدفات رؤية ٢٠٣٠، الرامية لتحويل المملكة إلى مقصد سياحي عالمي من خلال إطلاق مشروعات ضخمة وإفتتاح وجهات داخلية ساهمت في زيادة أعداد الوافدين للاستجمام والتعرف على أبرز المعالم والتراث العربي الأصيل. وهذا يعد فخراً كبيراً لنا ويعزز من نمو القطاع الفندقية بشكل مباشر. ■

■ من المتوقع أن يعود قطاع السفر والسياحة في العالم إلى ما كان عليه قبل جائحة «كوفيد-١٩»، ما هي توقعاتكم للمرحلة المقبلة؟

— نجحنا في تخطي تداعيات جائحة «كورونا» محققين نسب إشغال أعلى من تلك المسجلة ما قبل الأزمة، نظراً لتنوع الخدمات والفنادق التابعة للمجموعة إلى جانب تعاطش الناس للسفر من جديد بعد فترة طويلة من الإغلاق، فضلاً عن عودة المؤتمرات والفعاليات التي تستقطب زوار من مختلف دول العالم. بالإضافة إلى أن التسهيلات المقدمة من جانب المعنيين في وزارة السياحة في ما يتعلق بالتأشيرات، ساهمت إلى حد كبير في تنشيط سياحة الحج والعمرة، ما انعكس إيجاباً على الأداء التشغيلي للفنادق، أملين أن يستمر النشاط بالوتيرة نفسها بحيث أن جميع المؤشرات تدل على عودة قوية لحركة السفر.

إستراتيجية واضحة وخطط مستقبلية

■ تشهد المملكة إنفتاحاً سياحياً قوياً لتطبيق أهداف رؤية ٢٠٣٠، إلى أي مدى توابكون متطلبات الرؤية؟

— حافظت شركة «دور» على التزامها إستراتيجية مستقبلية واضحة وخطط ثابتة طوال الفترة

الماضية والتي تتمثل في تحسين جودة مستوى الخدمة من خلال إخضاع منشآتها الفندقية لعملية إعادة تأهيل متكاملة؛ على سبيل المثال فندق «مكارم أجياد مكة» في قلب مكة المكرمة الذي يُعد من الأفضل على مستوى المدينة أيقونة الضيافة في قلب مكة المكرمة وفندق «كراون بلازا» في الرياض، وغيرها؛ بالإضافة إلى ذلك، قمنا أيضاً بافتتاح فندق واجنحة هوليدي إن في مدينة الجبيل وفندق هوليدي إن تبوك. ونحن مستمرون في التطوير والتحديث حيث شكلت فترة الجائحة فرصة للعودة بقوة وطرح منتجات جديدة. وقد ترافق ذلك مع توفير تدريب وتأهيل لكامل كوادرنا، وذلك بما يعزز مستوى الخدمة التي نقدمها ويواكب رؤية المملكة ٢٠٣٠، في تعزيز قدرات وإسهامات قطاع الضيافة في الاقتصاد الوطني وفي خلق فرص العمل.

معين سرحان (مدير عام فنادق ماريوت MARRIOTT - الرياض):



تحول المملكة إلى نقطة جذب تتوفر فيها خصائص متنوعة لتقديم تجربة فريدة للوافدين

بعد تخفيف الإجراءات الوقائية نتيجة جائحة «كورونا»، استعاد القطاع السياحي تدريجياً الإنجازات المحققة في السنوات القليلة الماضية وبخاصة سياحة الأعمال المنتشرة في أكثر من قارة. فشبكة فنادق MARRIOTT هي علامة فارقة في عالم السياحة والفنادق ولها حضور قوي ومهم في المملكة وخارجها. وفي مقابلة لمجلة «البيان الاقتصادية» مع الأستاذ معين سرحان مدير عام فنادق ماريوت - الرياض (فندق الرياض ماريوت، ماريوت للشقق الفندقية، فندق كورت يارد ماريوت الرياض - الحي الدبلوماسي، فندق ماريوت - الحي الدبلوماسي، ماريوت للشقق الفندقية - الحي الدبلوماسي) أكد أن المملكة اليوم تشهد عملية تحول فريدة من نوعها من خلال الاستثمار في مشروعات ضخمة، كما يتم افتتاح فنادق جديدة ذات علامات تجارية عالمية مشيراً إلى أهمية المشاركة في سوق السفر العربي والخطط المستقبلية.

■ ■ ■ علامة ماريوت MARRIOTT حضوراً قوياً ومهماً داخل السعودية ■ ■ ■

من قبلنا، بالإضافة إلى اعتماد معايير وبروتوكولات عالمية خاصة بجائحة «كوفيد-١٩» وغيرها من المسائل بهدف تقديم تجربة مميزة لرواد ونزلاء الفنادق مع اعتماد إجراءات صحية صارمة تضمن صحة العاملين والضيوف على حدٍ سواء.

بالإضافة إلى ذلك، قمنا خلال الفترة الماضية بتجديد بعض المداخل الأساسية وعدد من المطاعم على سبيل المثال مطعم Mosaic Mediterranean و Terrace Grill Steakhouse، فضلاً عن أن ٣٠٪ من مصادر الطاقة في فنادق ماريوت الرياض مصدرها الطاقة الشمسية وهذه خطوة فريدة من نوعها وتهدف للمحافظة على بيئة مستدامة.

■ أين أنتم من التطور التكنولوجي؟

تقدم فنادق ماريوت في الرياض خاصية تسجيل الدخول والخروج من خلال التطبيقات الذكية، كما تساهم هذه الخطوة في تسريع عملية دخول وخروج النزلاء وتقليص الوقت لإتمام هذه الإجراءات. ■ كم بلغت نسبة الإشغال في فندقكم وما هي خططكم؟

حققنا نسب إشغال جيدة خلال الربع الأول من العام الحالي وفق المستهدفات الموضوعية. بالإضافة إلى أنه من المتوقع زيادة معدلات الاشغال خلال الأشهر المقبلة انطلاقاً من

وجود العديد من المعارض الكبرى والمؤتمرات مثل معرض الطيران العالمي وموسم جدة، بحيث أن هذه الفعاليات تجذب السياح من مختلف دول العالم. وبالتالي سنبتذل أقصى ما بوسعنا لجذب الزوار وتقديم خدمات مميزة ذات مستوى عالمي انطلاقاً من تحول المملكة إلى نقطة جذب تتوفر فيها خصائص متنوعة لتقديم تجربة فريدة للوافدين. ■



■ **البيان** من المتوقع أن يعود قطاعا السفر والسياحة في العالم إلى ما كانا عليه قبل جائحة «كوفيد-١٩» وأن يشهدا نمواً ملحوظاً. ما تعليقكم على ذلك؟

عائد القطاع السياحي نشاطه بعد تخفيف الإجراءات المرتبطة بالجائحة، كما استعادت الحركة السياحية المعدلات المحققة خلال السنوات الماضية، فضلاً عن وجود حركة ناشطة لسياحة الأعمال والانفتاح نحو وجهات جديدة في أكثر من قارة. وفي الوقت نفسه يشهد جناح المملكة العربية السعودية إقبالاً واسعاً، وكان قد شكّل محطاً جذب للعديد من الزوّار والمتخصصين في مجال السفر والسياحة. ومن جهة أخرى، إن علامة ماريوت MARRIOTT حضوراً قوياً ومهماً داخل السعودية من خلال افتتاح ٣٧ فندقاً، مع استكمال خطة التوسع لمضاعفة العدد الحالي خلال العامين القادمين. وبالتالي من المتوقع أن تشهد المملكة نقلة نوعية مهمة على المستوى السياحي.

■ في رأيكم، هل باتت المملكة العربية السعودية وجهة جديدة للسياحة والترفيه؟

تشهد المملكة في الوقت الراهن عملية تحول متكاملة لتصبح وجهة سياحية بارزة للسائحين من مختلف الجنسيات. بالإضافة إلى وجود

إقبال غير مسبوق على الاستثمار في المشروعات الضخمة مثل البحر الأحمر ومشروع نيوم فضلاً عن ارتفاع أعداد السياح لاكتشاف منطقة الدرعية التي تشهد حالياً افتتاح ما يقارب ١٢ فندقاً لعلامات تجارية عالمية.

■ ما هي التجديدات التي أدخلت على الفنادق العاملة تحت إدارتكم؟

أدخلنا العديد من التحسينات والتجديدات على معظم الفنادق المدارة



A WORLD-LEADING LUXURY PROPERTY DEVELOPER

Based in Dubai, United Arab Emirates, privately owned Seven Tides is an internationally oriented holding company established in 2004. Currently focusing on hospitality and real estate sectors, Seven Tides thinks progressively, works creatively and partners strategically. The result is a current portfolio of offerings from landmark hospitality acquisitions and commercial buildings to residential towers and multi-use complexes in the gateway cities of London and Dubai.

T. + 971 4 444 0700 | info@seventides.com



سامي الأعور (المدير العام لفندق موفنيك MOVENPICK - الدوحة):



الخطط التي تضعها الشركات والدول لإنهاء سياحتها تعتمد بشكل كبير على التكنولوجيا

يجمع فندق موفنيك MOVENPICK - الدوحة بين الحداثة والراحة وكرم الضيافة ومستويات الخدمة العالية التي يتميز بها ويوفر الفندق غرفاً فاخرة وأجنحة عائلية بالإضافة إلى أجنحة رجال الأعمال والتي تمتاز بالهدوء وتعزز الراحة بأسلوب راقٍ.

قابلت مجلة «البيان الاقتصادية» سامي الأعور مدير عام الفندق الذي أعرب عن تفاؤله بتحسّن قطاع السفر والسياحة بعد جائحة «كورونا»، حيث شهد القطاع انتعاشاً من خلال المعارض السياحية وحملات الترويج من معظم أنحاء العالم للسياحة على كافة أنواعها، إضافة إلى زيادة عقود بناء الفنادق، ما يشير إلى بوادر إيجابية في القطاع.

وفي إطار تعليقه على التطور التكنولوجي وتأثيره على السياحة لفت إلى أن الدول تعتمد على التكنولوجيا والتقدم العلمي في سبيل إنماء سياحتها، كذلك الأمر في الفندق بحيث أنه يعتمد على المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل من أجل تقديم التسهيلات للضيوف. أما نسبة الإشغال في الفندق فلم تكن متوقعة لسنة ٢٠٢١ إذ كانت الأرقام جيدة ويعود الفضل بذلك إلى سياسة الحجر المدروسة من قبل الدولة لمراقبة تفشي الوباء ومساعدة القطاع الفندقي. بالمقابل شهد النصف الأول من سنة ٢٠٢٢ تطوراً ملحوظاً فالخطط التنموية السياحية بكافة أنواعها قد أثّرت إيجابياً على القطاع رغم ارتفاع عدد الفنادق وزيادة المنافسة في ما بينها، ويعوّل سامي الأعور على الربع الأخير من ٢٠٢٢ أملاً بترجمة رؤية سياحية ناجحة وإظهار الوجه الحضاري للضيوف.

التواصل الاجتماعي، التلفزيونات الذكية، التطبيقات اللازمة عبر الهواتف الذكية، كل هذا لتقديم التسهيلات اللازمة للضيوف والعمل على تلبية توقعاتهم.

أرقامنا جيدة وبوادر الخطط التنموية السياحية أثّرت إيجابياً على القطاع السياحي
■ كم بلغت نسبة الإشغال في فندقكم وما هي خططكم؟

— إن نسبة الإشغال لسنة ٢٠٢١ لم تكن متوقعة نسبة للأرقام الجيدة التي حققناها، لكن الفضل يعود إلى سياسة الحجر المدروسة والناجحة الني وُضعت من قبل الجهات الرسمية المختصة لمراقبة تفشي فيروس «كورونا» من جهة ومساعدة القطاع الفندقي من جهة أخرى.

أما بالنسبة لسنة ٢٠٢٢، فنستطيع القول إن

بوادر الخطط التنموية السياحية، من

معارض، فعاليات، أحداث رياضية

والتحضيرات لكأس العالم قد

أثّرت إيجابياً على القطاع

السياحي بالرغم من ازدياد

عدد الفنادق والعرض ما أدى

إلى زيادة المنافسة، هذا

ونعول على الربع الأخير من

٢٠٢٢ أملين أن نترجم رؤية

سياحية ناجحة ووجهاً إيجابياً

وحضارياً لجميع الضيوف. ■

البيان ■ من المتوقع أن يعود قطاع السفر والسياحة في العالم إلى ما كان عليه قبل جائحة «كوفيد-١٩» وأن يشهد نمواً ملحوظاً. ما تعليقكم على ذلك؟

— من الواضح أن قطاع السفر والسياحة قد بدأ بالتحسن تدريجياً منذ النصف الثاني لسنة ٢٠٢١، هذا ونرى أن الانتعاش قد تُرجم في عدة أوجه منذ بداية ٢٠٢٢ كالمعارض السياحية وحملات الترويج من معظم الدول للسياحة الداخلية والخارجية بالرغم من عمليات الإغلاق الناجمة عن تفشي جائحة «كوفيد-١٩» التي لا تزال تحدث في الصين ووجهات أخرى في العالم، بالإضافة إلى زيادة وارتفاع عقود بناء الفنادق في عدة مناطق وبلدان ما يشير إلى تطور إيجابي ولا يظهر أي بوادر للتراجع

نواكب التطور التكنولوجي ونستعين به

■ كيف تواكبون التطور التكنولوجي الذكي وما تأثيره على قطاع السياحة والسفر؟

— ساهم التطور التكنولوجي

في القطاع السياحي بشكل

كبير بتحقيق التطور المنشود

حول العالم، حيث أن كافة

الخطط التي تضعها وتعمل

على تنفيذها الشركات والدول

لإنماء سياحتها تعتمد بشكل

كبير على التكنولوجيا.

لذلك فإننا كجزء من هذا القطاع

(السياحي) نواكب هذا التطور ونستعين بالتكنولوجيا المتقدمة كالمواقع الإلكترونية،



Alessandro Buono

(Account Director – The St. Regis Rome & The Westin Excelsior Rome, Marriott International Luxury Brands):

The tourism situation is booming very quickly in a way that it is even hard for us to keep the pace

Alessandro Buono, Account Director at The St. Regis Rome & The Westin Excelsior Rome, Marriott International Luxury Brands, was among the prominent people who participated at the Arabian Travel Market held in Dubai along with several of his colleagues. On the sidelines of the event, Al Bayan Magazine conducted an interview with Buono in which he evaluated the show for this year and talked about the refurbishments they did during the Covid-19 period. He further shed light on how they are keeping pace with smart technological development and gave us an idea about their occupancy rate. Below is the Q & A.



• How do you evaluate the Arabian Travel Market for this year?

- I have been participating in this show for about 15 times and I believe we are back to the pre-covid times. I was even here last year and there were few attendees but this year it is super busy and we are witnessing successful days.

• Did you do any refurbishments during the Covid-19 period?

- Absolutely, especially The St. Regis which is a complete remodel hotel. It was opened one year before the pandemic and we only had one year to promote it because then we had to stop for the pandemic. Now, the ATM show is a great opportunity to promote the hotel in this part of the world.

• How do you keep pace with smart technological development and what is its impact on the travel and tourism sectors?

- At the hotel, we follow all Marriott policies in terms of environment and recycling and since the hotel was completely renovated, we tried to update it also from that point of view.

• Do you consider the Mena region an important market for your hotels?

- For Rome, it is not the largest market but it is very important for us because of the average rate which is high because we host high spenders from this part of the world so in terms of volume it is not big but in terms of quality, it is definitely important and that's why we have always been traveling to this part of the world to get more business. We are owned by a Qatari company so definitely Qatar is important but also Saudi Arabia and UAE.

• Are you satisfied from your occupancy rate?

- In a couple of month, the situation completely changed. We were really struggling with occupancy and now the summer time is almost sold out all date so it is booming and going so quick that it is even hard for us to keep the pace because it is much quicker than before.

• Being part of Katara, is it beneficial for you as a hotel?

- Definitely, because of the connection with this part of the world but as the United States is our main market since we belong to an American company, then it is a perfect compromise from both parts of the world.

Daniele Vastolo

(General Manager Zulal Wellness Resort Qatar):

Zulal is born not from a business plan but out of a vision

Zulal Wellness Resort by Chiva-Som is a pioneering destination in the Middle East that blends Traditional Arabic & Islamic Medicine with a holistic health and well-being philosophy, established by Chiva-Som, the internationally acclaimed wellness resort in Thailand. It welcomes guests from all over the world to its coastal home on the northern tip of Qatar, where it offers two distinct yet interconnecting experiences. Zulal Serenity is dedicated to



adult guests seeking an immersive health and lifestyle reset, while Zulal Discovery invites families to connect and embark on a wellness journey together. It aims to inspire guests with positive and sustainable lifestyle change. Al Bayan Magazine met Daniele Vastolo, General Manager of Zulal Wellness Resort Qatar and following is the interview conducted.

“ Our goal is to create healthy societies ”

• Can you give us an idea about the resort?

- Zulal Wellness Resort Qatar opened its doors on the 29th of March 2022. It is the first full immersion wellness resort in the GCC, and we are very unique because we look after wellness for families and adults so we have two hotels in one. The property is around 180 rooms in total and there is nothing like us in the region at the moment. We are pretty unique. The ownership is from Msheireb properties in Qatar while the know-how of the property comes from the Chiva-Som in Thailand. Chiva-Som is one of the top three leaders in the world when it comes to wellness. We address wellness at 360 degrees, we have six pillars of wellness, we look after fitness, physiotherapy, holistic health, nutrition, aesthetic and spa.

• The resort is open for people from Qatar and abroad?

- Zulal is born not from a business plan but out of a vision, which is the vision of Qatar projected towards 2030 and the goal is to create healthy societies. That is the goal of creating Zulal and thus there is a very noble objective behind it, and it is open to all people.

• Do you think the demands of travelers have changed post-pandemic?

- There is a trend at the moment that while the peak of leisure travel is pretty stable, the wellness travelers are skyrocketing because people after Covid are searching to do something for themselves, to get stronger, better immune system, fit, etc.... so it is becoming a priority for travelers. Before, people used to go on holidays three to four weeks for leisure, now they have reduced that to maybe ten days and then they go two weeks for wellness.

• What is the added value behind your participation in the Arabian Travel Market?

- It serves as a business card to the world to showcase what Qatar is doing and the latest realizations in the hospitality sector. It is very important to be present and to communicate to the specialists in travel industry and get to have an idea about the new and latest offerings. That is the right way to go forward and push for the destination.



جورج ديمتري (مدير عام مجموعة فنادق سيتي سيزنز CITY SEASONS HOTELS)؛

نتجه في مسار إيجابي نظراً للتهافت على السفر من جديد



تأسست مجموعة فنادق سيتي سيزنز للضيافة في دولة الإمارات العربية المتحدة عام ٢٠٠٥ وهي تمتلك وتدير فنادق منتشرة في أبوظبي، دبي، العين ومسقط. وهي تعمل على زيادة عدد فنادق المجموعة والإنتشار الجغرافي. وتلتزم فنادق سيتي سيزنز بخدمة العملاء والإهتمام بالتفاصيل وقد نجحت في بناء سمعة جيدة أمام النزلاء من كافة دول العالم.

وفي مقابلة مع مدير عام مجموعة فنادق سيتي سيزنز جورج ديمتري، أكد لمجلة «البيان الاقتصادية» أن قطاع السياحة يستعيد نشاطه من جديد بعد أزمة كورونا ويتجه في مسار إيجابي نظراً للتهافت على السفر من جديد. كما يشير ديمتري إلى أهمية معرض سوق السفر العربي في تعزيز دور السياحة وقدرتها على مواجهة الأزمات، إذ في ظل عملية التعافي التي تتبعها الدول كافة، من المتوقع تحسن الأوضاع في الصين وعودة الأمور إلى ما كانت عليه قبل الجائحة ما ينعكس إيجاباً على الأسواق كافة.

وإذ يوضح ديمتري أن الواقع الحالي لنسبة إشغال فنادق سيتي سيزنز يدعو للتفاؤل وبالتالي تحقيق نتائج جيدة جداً لأنه يعطي فرصة للتواصل مع الشركاء وتبادل المعلومات والإطلاع على المستجدات، ولتحقيق إستدامة القطاع السياحي، لا بد من تعاون المعنيين والعاملين في قطاع السياحة من أجل ثقة المستثمرين والسياح بهذا القطاع.

وصلت نسبة اشغال فنادقنا في دبي إلى ٨٧٪

■ كم بلغت نسبة الإشغال في فنادق CITY SEASONS HOTELS؟

– تختلف معدلات الإشغال بين فنادقنا الموزعة في كل من دبي، أبوظبي ومسقط. بحيث تسجل فنادق في إمارة دبي معدلات إشغال مرتفعة بلغت حوالي ٨٧ في المئة، في حين تختلف النسبة بين فنادقنا في أبوظبي الواقعة على الشاطئ وتلك في قلب المدينة نظراً لارتفاع درجات الحرارة وتوجه الناس للإستجمام والسباحة. لكن بصورة عامة الواقع الحالي يدعو للتفاؤل ويشير إلى تحقيق نتائج أفضل مع اقتراب موسم الصيف.

منصة أساسية لتبادل المعلومات والإطلاع على آخر المستجدات

■ ما أهمية مشاركتكم المستمرة في سوق

السفر العربي؟

– وجودنا في المعرض مهم جداً كونه يتيح لنا فرصة التواصل والإجتماع مع شركائنا والمتعاملين معنا، فضلاً عن أنه يشكل منصة أساسية لتبادل المعلومات والإطلاع على آخر المستجدات. كما أنه من اللافت في الدورة الحالية للمعرض وجود رغبة لدى المعنيين والعاملين في قطاع السياحة بالتعاون معاً وتوجيه الإستثمارات في مجالات جديدة تؤمن إستدامة القطاع السياحي وإعادة ثقة المستثمرين والسياح على حدٍ سواء بالإضافة إلى تسليط الضوء على السياحة الرياضية التي أثبتت دورها في دعم تعافي الصناعة. ■



■ إنطلقت النسخة الـ ٢٩ من معرض سوق السفر العربي تحت عنوان مستقبل السفر والسياحة الدولية، ما هو تعليقكم وما هي توقعاتكم للعام ٢٠٢٢؟

– لا شك أن صناعة السياحة هي إحدى أشد الصناعات تضرراً بسبب فيروس «كورونا» والبروتوكولات الصحية التي فرضتها الحكومات قلّصت حجم السفر عالمياً. لكننا الآن نشهد مرحلة تعافٍ بعد تخفيف الإجراءات وهناك تعاون كبير بين المعنيين للإستفادة من الفرص المتاحة والتوسع نحو وجهات جديدة بهدف تنشيط القطاع وتسخير قوته في السوق لدعم الإقتصادات. ومن الواضح

أننا نتجه في مسار إيجابي نظراً للتهافت على السفر من جديد، ومعرض ATM خير دليل على الإهتمام الكبير بتعزيز دور السياحة وقدرتها على الصمود أمام الأزمات.

عملية تعافي سريعة

■ من المتوقع أن يعود قطاع السفر والسياحة في العالم إلى ما كان عليه قبل جائحة «كوفيد-١٩» وأن يشهد نمواً ملحوظاً، ما هو تعليقكم على ذلك؟

– تشير التوقعات إلى عملية تعافٍ سريعة، كما أنه مع تحسن الأوضاع في الصين وعودة الأمور إلى طبيعتها من المتوقع أن ينعكس ذلك إيجاباً على الأسواق كافة.

Ashraf Saleh

(Cluster Hotel Manager BM Hotels & Resorts):

The future will be quick decision making and adapting to the new trends of traveling

BM Hotels & Resorts is a growing chain of hotels in the Gulf region. With three sea-side experiences to choose from, BM Hotels & Resorts is proud to provide its guests with peerless service, comfortable spaces, extraordinary views, and opportunities to explore. From a four-star hotel to a relaxing resort to luxury glamping, BM Hotels & Resorts have something for everyone. Ashraf Saleh, Cluster Hotel Manager at BM Hotels & Resorts is a highly efficient and customer-oriented hotel manager with 15 years' experience in 5 star luxury hotels, resorts and high end restaurants. He is an adept communicator with team leading and development skills and a forward thinking multi-tasker who is able to analyze situations and costs and successfully determine profitable outcomes.



Al Bayan Magazine met Saleh and below is the interview conducted.

“ 2019 was one of our best years ”

• What are your expectations for the travel sector in 2022?

- In the last two years, there have been lots of change in travel with pre-pandemic and then the pandemic came in so recently in the UAE we saw the domestic travel and as a result we had to switch 100 percent towards domestic travel after being focused 80 percent on international travel in our hotels & resorts. Thus, we had to quickly adapt and the international market, which we used to be depending on, is coming back but it is a very last-minute. People used to plan their vacations six month a year ahead but now they plan their vacations at a day or two ahead. The future is being quick decision making and adapting to the new trends of traveling.

• The travel and tourism sectors in the world are expecting a return to pre-pandemic levels and to witness significant growth. What is your comment?

- At the moment, trying to compare performance of October 2021 till April 2022, we are still recovering from the 2019. We might not have reached the figures of the 2019 or the numbers of the arrivals but we hope there will be more especially in Ras Al Khaimah where we have more hotel groups opening, entertainment and potential gaming activities happening as well. So, Ras Al Khaimah will be overtaking at the Emirates in this prospect as well.

• How much was the occupancy rate in your hotel and what are your future plans?

- From November 2021 till the end of March 2022, we have been performing very well. We highly depended on Russian tourism but when the war started between Russia and Ukraine, we had a little bit of a drop. Concerning the Eid figures, we thought there will be more international traveling compared to 2021 but we had still high numbers of domestic travelers.

• What is the expected growth rate of your hotel for this year?

- I would not call it a growth because if you compare year on year, it will be much higher, so it is not realistic because we were in a pandemic last year but we are benchmarking us to 2019 which was one of our best years. We are trying to benchmark ourselves in room numbers but rates might fluctuate.

Priyanka Kapoor

(Senior Regional Director of Sales & Marketing EMEA & India and Group Director Sales, Marketing, Branding and Communications Swiss - Belhotel International):

We did above 90 percent occupancy on all our hotels in the Middle East

Priyanka Kapoor, Group Director & Senior Regional Director of Sales & Marketing EMEA & India and Group Director Sales, Marketing, Branding and Communications at Swiss-Belhotel International, holds over 20 years of outstanding experience in the Hospitality and Airlines industry working with leading brands such as Hyatt Hotels and Jet Airways. Currently at Swiss-Belhotel International, with a portfolio of 145 hotels and projects, she is responsible for sales, marketing and revenue growth strategies at a Group level while managing the requirements of EMEA & India more closely. In keeping with the market trends, Priyanka leads the team with innovative ideas while consolidating the company goals with the ever-changing market situations and expectations of clients and owners. She is a Certified Revenue Management Executive (CRME) through HSMIA and holds a diploma in Executive MBA in Global Ivy League curriculum, from Emeritus Institute, Singapore. Al Bayan Magazine met Kapoor on the sidelines of the Arabian Travel Market and following is the interview conducted.



• How do you evaluate the Arabian Travel Market for this year?

- Our participation in ATM has been since the passed ten years but this year we have made it bigger and better because we really believe that the tourism is back on the market and even better than pre-covid times internationally and not just for the Middle East. In this show, there are lots of people who are there for many more countries than before. It used to be very Middle East centric in the past but now we are looking at a lot of international tourism from here. That is why in our stand we are showcasing many regions, we are based out of 19 countries which are in Australia, New Zealand, Asia, Middle East, Europe and Africa. With our presence, what we expect from the show is to let people know about our brand and our presence of 125 hotels and resorts, and also for developers to understand that we are an upcoming brand and if they would like to take our services, we are here to help them. Therefore, ATM is the platform to the world in terms of tourism. It is the largest show not just in our region but also internationally, it created a very big name for itself.

• What are your expectations for the travel sector in 2022?

Concerning the travel sector in 2022, I think the pre-pandemic levels will be reached easily but we would even go far beyond that because during this period of two and a half years when there was a pandemic, people had eagerly waited for the world to open up again and now that is open, I am sure that the pent-up demand will help us go much more further than the pre-pandemic levels, provided the rise in covid cases does not affect once again.

• How much was the occupancy rate in your hotel?

- Because we manage a lot of hotels in the region, and every GCC country performed differently than the other, I would only talk about the month when everything opened up to its fullest, i.e. month of March, where we managed to reach 90 percent on an average on all our hotels in the Middle East.



من اليمين: PRIYANKA KAPOOR وأمير مرقس



روبير الخوري (JA RESORTS & HOTELS)؛

الإمارات تؤدي دوراً رائداً في السياحة المستدامة

تتمتع مجموعة JA RESORTS & HOTELS باختيار مواقع خلّابة لمنتجعاتها في الشرق الأوسط والمحيط الهندي، تضم اليوم عشرة فنادق وكانت الإنطلاقة من دولة الإمارات في العام ١٩٨١ وهي تهدف إلى زيادة عدد فنادقها.

على هامش معرض سوق السفر العربي في دبي التقت «البيان الاقتصادية»، روبر الخوري، نائب رئيس قسم المبيعات والتسويق للمجموعة وهو الخبير في مجال الضيافة، والحاصل على ماجستير في إدارة الأعمال في إدارة الضيافة، ويتمتع بخبرة ١٠ سنوات ناجحة في أدوار قيادية. فقال بأن تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة في التنمية السياحية المستدامة رائدة بين الدول وذلك بفضل دعم وتوجيهات القيادة الرشيدة ورؤيتها الشاملة. وأضاف الخوري بأن ركائز استراتيجية المجموعة تتمثل بخلق تجارب فريدة بهدف إرضاء عملائنا وجذبهم، وأوضح بأن المجموعة سجلت معدلات إشغال مرتفعة جداً وصلت إلى حدود ٨٦٪.

■ ■ ■ سجلنا معدلات إشغال مرتفعة جداً وصلت إلى حدود ٨٦ بالمئة ■ ■ ■

العالمية التي تقدم برنامج ولاء ولكننا بالتأكيد نطمح لتقديم خصائص وخدمات خاصة بالمجموعة والتي تدخل ضمن خططنا المستقبلية بهدف الارتقاء بالخدمات التي تقدمها المجموعة بما يتناسب مع تطورات الزبائن.

نعمل على جذب جنسيات جديدة

■ ما هي الإجراءات المعتمدة من جانبكم للحفاظ على المستويات نفسها من الإشغال؟

– يشكل الوافدون من المملكة المتحدة وألمانيا النسبة الأعلى من إجمالي السياح ويليهم السياح الروس، لكن إختلفت الأمور بعد الازمة الروسية-الأوكرانية حيث تراجع عدد النزلاء من روسيا، ومن هنا نعمل على إضافة وجذب جنسيات جديدة مثل بولندا، إيطاليا، فرنسا وهولندا وتوفير لهم خدمات متكاملة وخيارات واسعة من الأطعمة والمشروبات طوال فترة إقامتهم بالتعاون مع خبراء في فنّ الطبخ وأشهر الطهاة العالميين الحاصلين على نجمة ميشلان (MICHELIN STAR).

كما تنصدر العديد من المطاعم التابعة لفنادقنا قائمة أفضل الوجهات لتذوّق الأطباق مثل مطعم WHITE ORCHID التايلندي، فضلاً عن أن جميع الفنادق والمنتجعات من فئة الخمس نجوم، وبالتالي كلها عوامل تساهم في تحقيق مستويات مرتفعة من الإشغال إنطلاقاً من الخدمات الراقية المتاحة أمام النزلاء.

نتوقع تحقيق أرقام إيجابية نهاية العام الحالي

■ كم بلغت نسبة الإشغال في فنادقكم؟

– سجلنا في نهاية العام ٢٠٢١ معدلات إشغال مرتفعة جداً ويأتي العام الحالي بمثابة تكمة للعام الذي سبقه، حيث وصلت معدلات الإشغال في الربع الأول من العام ٢٠٢٢ إلى حدود ٨٦٪. ونتوقع تحقيق أرقام إيجابية مع نهاية العام الحالي نظراً لعودة النشاط السياحي والتهافت على الترفيه والاستجمام.

■ ما هي أكثر الأسواق أهمية بالنسبة إليكم؟

– تشكل دول الخليج في طليعة الأسواق التي نطمح التوسع إليها إنطلاقاً من الإقبال الكبير من هذه الدول على فنادقنا. ■



■ كيف تصفون عودة النشاط السياحي بعد فترة من الركود وإنعكاسها على الأداء التشغيلي لفنادقكم؟

– تضم مجموعة جي أي للمنتجعات والفنادق عشرة فنادق وكانت الإنطلاقة من دولة الإمارات في العام ١٩٨١ حيث تم افتتاح أول منتجع، وإلى جانب وجودنا في السوق الإماراتي لدى المجموعة فندق في جزر المالديف وفندقين آخرين في جزر السيشيل. كما أننا في صدد توسيع محفظة أعمالنا وإضافة فندقين جديدين في كل من الإمارات والمحيط الهندي.

ومن جهة أخرى، تعد تجربة دولة الإمارات في التنمية السياحية المستدامة رائدة بين دول العالم بالرغم من التحديات وتدابير الجائحة، حيث تمكنت أن تثبت للعالم متانة ومرونة قطاعها السياحي وذلك بفضل دعم وتوجيهات القيادة الرشيدة ورؤيتها الشاملة التي تقوم على إستشراف المستقبل، كما النجاحات والإنجازات المحققة تشكل بصمة في تاريخ الدولة وتجعلها مثلاً يحتذى به، والدليل على ذلك نجاح معرض إكسبو ٢٠٢٠ ومعرض سوق السفر العربي الذي نجح في جذب أعداد ضخمة من الزوّار والخبراء في عالم الضيافة لم يشهدها المعرض منذ سنوات عديدة وهذا مؤشر على تعطش الناس لعودة اللقاءات والاطلاع على آخر التطورات وفرصة مهمة لعقد الشراكات والاتفاقيات.

خلق تجارب فريدة

■ ما هي إستراتيجيتكم الجديدة للشركة؟

– تتمثل أبرز ركائز إستراتيجيتنا على خلق تجارب فريدة من نوعها تستهدف مختلف الفئات العمرية والأذواق المتنوعة بهدف إرضاء عملائنا، لذلك نحرص على تقديم جميع أنواع الخدمات ووسائل الراحة والترفيه في فنادقنا ومنتجعاتنا إلى جانب التركيز على الضيافة العربية الأصيلة ومحبي تذوّق الأطباق العالمية من خلال مجموعة من المطاعم الراقية التي تقدم أطباق عالمية.

نطمح لتقديم خصائص وخدمات خاصة بالمجموعة

■ هل تقدمون لعملائكم «برنامج ولاء»؟

– نحن جزء من مجموعة "GLOBEL HOTEL ALLIANCE"



A MATTER OF FORMULA

Of course, **Formula 1®** is about speed. But what is speed, if not mathematics? In fact, these epic races are a constant demonstration of the first formula someone ever learns: speed is distance over time. Think for a minute about how long it takes for a driver to reach an average 160 mph, on these hellacious tracks. How many years does it take to perfect the art of moving in circles, to tame the geometry of the kerbs, to master the exact equation of risk that some mistake for "luck"? It's mathematics, surely. Yet, however precise, comforting, or refined, it still won't add up. **Because mathematics, like speed, can never fully convey the complex beauty of the formula.**

#Perpetual



OYSTER PERPETUAL COSMOGRAPH DAYTONA
IN 18 CT WHITE GOLD



Official Timepiece
of Formula 1®

THE F1 LOGO, FORMULA 1, F1, GRAND PRIX AND RELATED MARKS ARE TRADE MARKS OF FORMULA ONE LICENSING BV, A FORMULA 1 COMPANY. ALL RIGHTS RESERVED.



الشيخ ناصر الخليوي

(العضو المنتدب لمجموعة بودل للفنادق والمنتجعات - السعودية BOUDL HOTELS & RESORTS)؛

للمملكة وهيئة السياحة دوراً بارزاً في ازدهار مستقبل السياحة وجذب مختلف الجنسيات



بدأت مؤسسة صالح بن ناصر الخليوي وأولاده بتجارة المواد الغذائية استيراداً وتصديراً وتوزيعاً، وفي عام ١٩٨٥ وبعد دراسة لسوق صناعة السياحة، قررت الشركة الدخول إلى عالم الصناعة الفندقية، فكان بودل أول فندق، وخلال أعوام بدأت الشركة في النمو وسميت مجموعة بودل للفنادق والمنتجعات لتصبح رائدة في هذا المجال.

التقت «البيان الإقتصادية» على هامش سوق السفر العربي، الشيخ ناصر الخليوي العضو المنتدب في مجموعة بودل لفنادق والمنتجعات - السعودية BOUDL HOTELS & RESORTS وأجرت معه حديثاً قال فيه: «إن الخطوات تتسارع في المملكة لتحقيق أهداف رؤية ٢٠٣٠ وتحقيق معها أهداف القطاعات كافة. مشيراً إلى أن مجموعة بودل للفنادق والمنتجعات تمتلك ٦٠ فندقاً في مختلف مناطق المملكة وينضوي تحت مظلتها العديد من العلامات التجارية، ولديها تواجد في دولة الكويت وتخطط للتوسع في البحرين ومصر والمغرب وتتمتع بنسب إشغال عالية تصل إلى ٧٩٪».

وأشاد الشيخ ناصر بدور هيئة السياحة خصوصاً من حيث تسهيل إصدار التأشيرات وتدفع الإستثمارات في القطاع ما يجعل المملكة العربية السعودية أحد أهم الوجهات السياحية في العالم.

■ ■ ■ نمتلك ٦٠ فندقاً داخلياً ونخطط للتوسع نحو بلدان جديدة ■ ■ ■

■ كم تبلغ نسبة الإشغال في فنادقكم؟

– تصل معدلات الإشغال إلى ما يزيد عن ٧٩ في المئة وهذا مؤشر إيجابي جداً لإنعاشة قوية لحركة السياحة، كما أنه خلال مواسم الرياض والفعاليات الأخرى تفوق نسب الحجوزات عدد الغرف المتاحة حيث تصل نسب الإشغال إلى ذروتها.

ينضوي تحت مظلتنا عدداً من العلامات التجارية الفاخرة

■ ما هي أبرز مميزات العلامات التجارية الموجودة تحت مظلتكم؟

– تعد مجموعة بودل من الفنادق المميزة والتي تقدم تجربة فريدة من نوعها من الرفاهية، كما ينضوي تحت مظلتنا عدداً من العلامات التجارية الفاخرة أبرزها: NARCISSUS HOTEL AND RESIDENCE من فئة الخمس نجوم (5 STARS PLUS)، في حين أن الأسعار تنافسية مقارنة بجودة الخدمات المقدمة داخل هذه المنتجعات الفاخرة مع المحافظة على الطابع التقليدي العريق الذي تتميز به المملكة وتتنوع هذه المنتجعات بين جدة والرياض. أما بالنسبة لعلامة بريرا للفنادق والمنتجعات من فئة الأربع نجوم تتميز بالضيافة السعودية وتوفر خدمات راقية مع ضمان الخصوصية وتجذب جنسيات متنوعة سواء محلية، خليجية وأجنبية.

■ هل تقدمون برنامج ولاء لعملائكم؟

– أطلقنا حديثاً برنامج ولاء تحت اسم كريم KARIM ولا يزال قيد التجربة وسيتم إطلاقه من خلال حملة إعلانية.

هيئة السياحة تدعم القطاع السياحي

■ ما الدور الذي تلعبه هيئة السياحة لدعم الصناعة في المملكة؟

– تلعب هيئة السياحة دوراً بارزاً في دعم القطاع السياحي من خلال تعزيز تواجدنا في الفعاليات والمعارض العالمية، إلى جانب تسهيل الحصول على تراخيص عمل وإصدار التأشيرات السياحية، وهذا من شأنه تطوير النشاط السياحي وتدفع المزيد من الاستثمارات وتنوع مصادر الدخل ووضع المملكة ضمن قائمة أهم الوجهات السياحية في العالم. ■

■ كيف تقومون واقع القطاع السياحي بعد جائحة «كورونا» وما هي توقعاتكم لمستقبل السياحة في المملكة العربية السعودية؟

– تتسارع خطوات القطاع السياحي في المملكة نحو المستقبل لتحقيق أهداف رؤية ٢٠٣٠ من خلال عدد من المشروعات الوطنية الكبرى لخلق مجتمع أكثر نشاطاً مع تعزيز الاقتصاد ووضع المملكة على خريطة السياحة العالمية، وذلك من خلال إطلاق العديد من الفعاليات والموسم والمهرجانات السياحية في أكثر المدن الرئيسية، فضلاً عن التسويق لوجهات جديدة مثل الطائف، أبها وعسير، نظراً لطقسها المعتدل والطبيعة الخضراء والجبال وذلك بهدف تشجيع السياحة الداخلية والخارجية. ومن جهة أخرى، أطلقت الدولة العديد من المبادرات سعيًا منها لإزدهار مستقبل السياحة وجذب مختلف الجنسيات والتي كان أبرزها تقديم تسهيلات للحصول على تأشيرات الدخول للعديد من الجنسيات. وبالنسبة إلينا كمجموعة بودل للفنادق والمنتجعات نمتلك ٦٠ فندقاً موزعة على مختلف مناطق الدولة، كما ينضوي تحت مظلتنا عدداً من العلامات التجارية أبرزها: NARCISSUS HOTEL AND RESIDENCE, BARAIRA HOTELS & RESORTS.

مشاريعنا التوسعية مستمرة داخلياً وخارجياً

■ هل لدى المجموعة مشروعات توسعية خارج حدود الدولة؟

– لدى المجموعة تواجد في دولة الكويت، فضلاً عن خطط توسعية نحو مملكة البحرين، جمهورية مصر العربية والمغرب. بالإضافة إلى المشروعات التوسعية داخل نطاق المملكة، حيث افتتحنا مؤخراً فندقاً جديداً تحت علامة بودل في منطقة الإحساء بهدف استقبال النزلاء الراغبين بالمشاركة في فعاليات بطولة كأس العالم نظراً لقرب المسافة بين المنطقة الشرقية والدوحة، بالإضافة إلى افتتاح منتجعات تحت علامة «بريرا» للفنادق والمنتجعات في مدينة الرياض والذي يصنف ضمن فئة المنتجعات الفاخرة.

Victor Betro

(General Manager Kempinski Hotel Aqaba Red Sea):

Positive signs of recovery and the last-minute vacation is the trend nowadays

Combining the warmth of Jordanian hospitality with the highest standards of a luxury European resort, Kempinski Hotel Aqaba Red Sea is a lifestyle destination situated on the white sandy beach of Aqaba. With an array of enticing dining options, spacious rooms and suites with guaranteed Red Sea views, top-tier pampering facilities and exciting water adventures, this 5-star resort is a heaven for explorers and leisure seekers on the shore of the Red Sea. The fascinating hotel architecture, which blossoms with wondrous façade lighting at night, provides Red Sea views from every corner, and its strategic location from Jordan's top attractions such as Wadi Rum, Petra and the Dead Sea, promises you a memorable adventure like no other. Victor Betro, General Manager of Kempinski Hotel Aqaba Red Sea, has proven throughout the years to be a young energetic hotelier who takes ownership of his designated responsibilities and builds success through developing a brand-new Kempinski experience wherever he is assigned. With his diverse experience and being a seasoned brand ambassador of Kempinski, Victor continues positioning Kempinski Hotel Aqaba Red Sea as the leading luxury hotel on the shores of the Red Sea, in Jordan. Al Bayan Magazine met Betro and the following is the interview conducted.



• **How do you evaluate the tourism sector in Aqaba post-pandemic?**

- This global pandemic drastically affected all sectors worldwide, especially the travel and tourism industry and now after two consecutive years, we finally started witnessing its recovery. As of 2022, there has been strong and positive signs of recovery, and business patterns are not only limited to the domestic market, but also from our key international feeder markets. During the past two years, we mainly depended on the local market targeting different segments such as corporate business, weekend leisure business, and family staycations. But nowadays and with the return of the international flights, the numbers of international tourists have been increasing significantly compared to the previous years. We have to also highlight the fact that the great efforts of the Ministry of Tourism and ASEZA supported us in motivating this domestic tourism. All the different government preventive measure during the pandemic that took place in Jordan were for the benefit and safety of the citizens and also giving them a margin of being able to move around. We managed to sustain to a certain level of occupancy throughout the two years. However, the support will need to be expanded to reach out to the international markets to stimulate them to visit Jordan like in the previous years. Moreover, there are very positive indicators for the rest of the year.

• **In what ways the Tourism Authority is supporting the hospitality sector?**

- During the pandemic, they launched several campaign to stimulate the local market/domestic tourism supporting a lot of activations such as "Urdonna Jannah" campaign in which they promoted various local destinations and offered the required logistics at reasonable costs to enable local tourists move around within the country smoothly. In regards to the international markets, the tourism board has been quite proactive in contracting various international airlines to feed the airport capacity and nowadays, considering that the travel and tourism industry has started to recover, the tourism board has started its recovery plan implementation by supporting various international airlines from our key feeder markets that will most certainly connect Jordan globally.

• **Do you expect any new destinations from and to Aqaba?**

- At the moment, we need to focus on the existing feeder markets and consider the fact that booking windows have decreased, so we need to show more flexibility and adapt ourselves to the market conditions in order to stay competitive always.

• **Do you think the mentality of travelers have changed post-pandemic?**

- It is more last-minute now, our day-to-day pick up in the hotel sector within Aqaba and the rest of Jordan as well as globally is a last-minute vacation, travelers don't want to take the risk of booking and then canceling. The whole behavior of the tourists has changed and we started adapting to it with our offers and booking conditions.

• **What is your comment about the digital transformation in the hospitality sector?**

- Tourists used to rely mainly on travel agents as technology was not part of their daily life. Nowadays, people feel more comfortable booking on our

Kempinski website or via Online Travel Agents. Moreover and since the last-minute holidays is the trend now so we feel that travelers no longer prefer to go through a third party as much as before.

• **What makes Kempinski Hotel Aqaba Red Sea special and unique?**

- As Kempinski, we are the oldest luxury hospitality brand in Europe established in 1897, so this year, we are celebrating our 125 anniversary of crafting luxury moments to our diverse guests worldwide. With respect to our hotel, it has the primest location, its 200 rooms are all full sea view, we have a unique beach with golden sand, 8 food & beverage outlets, Spa and various other facilities, so throughout the years, we have built loyal guests who value our luxury brand and at the same time, they appreciate the unparalleled European services that are combined with the authentic Jordanian hospitality that we provide by the beautiful shores of the Red Sea. We also have our discovery program which Kempinski upgraded recently. Guests now don't only earn points but also dollars to redeem during their stay. We always strive to maintain the highest level of quality in the market, we call all our guests three days prior to arrival to understand the purpose of the visit and accordingly, we serve a la carte and keep this factor of surprise. We don't deal with one guest in the same way as the other. This helps us to retain our position within the market.

• **Did you make any renovations recently?**

- Throughout the last two years, we seized the opportunity during the low demand period and upgraded our facilities, in the room experience, food & beverage, revamped all the concepts and we added one impressive outlet on the seventh floor; The 700 roof top lounge overlooking 3 countries with a stunning panoramic view of the Red Sea – which received a lot of positive feedback from our in-house guests and outside visitors. Moreover, we opened a new Lebanese restaurant called "Rehan Lebanese Cuisine" featuring a modernly elevated Lebanese dining experience by the shores of the Red Sea. This will surely enhance our guest experience in Aqaba.

• **Many new destinations are opening on the Red Sea. Will this create a big competition between you and all the other hotels?**

- Competition is healthy, when you are alone in the market then your benchmark will be stiff. In the last few years, many hotels opened in the area and this helped us to change our approach and the way we do things. Consequently, it opens your eyes and mind to relook at things and to raise your benchmark to stand against the competition. Everyone is doing well and a fantastic job and if it wasn't for all of us together, the destination would not have reached to this level of service and excitement.

• **What are your expectations for 2022?**

- We started the year positively with a very strong business indicator, and we are delighted to see this much-anticipated recovery continue till the end of the year. In addition to the local market, we are expecting a lot of Europeans and Americans to be visiting the destination and with the airlines that have been signed landing in Aqaba, this will definitely create new segments.



AL SALAM HOTEL
— KHARTOUM —

ترف يخطف الأنفاس

ادخل الى عالم جديد من الترفيه العصري والفخامة المتطورة من خلال زيارتك لفندق السلام الخرطوم ذو الخمس نجوم في السودان. يتميز الفندق بموقعه الاستثنائي في شارع افريقيا على بعد 3 كيلومترات فقط من مطار الخرطوم الدولي. يتميز فندق السلام الخرطوم بتناغم فريد من نوعه بين تقاليد الضيافة العربية والترف الراقي والمدمش. يتكون الفندق من 236 غرفة وجناحاً جمعت ما بين التصميم الرائع والراحة المطلقة. كما تم تزويد كل منها بأحدث الأجهزة التقنية المدعمة بسلسلة من الخدمات المتميزة والتسهيلات والمرافق العصرية التي تجعل منه مكاناً مثالياً سواء كان لإدارة وتنظيم الأعمال أو للاستجمام والترفيه.

Amit Arora (Chief Operating Officer – Erth Abu Dhabi):

The more Middle Eastern markets will open, the more it will put Middle East on the tourism map

Erth is a unique part of the enduring legacy of the late His Highness Sheikh Zayed bin Sultan Al Nahyan. In 1983, Sheikh Zayed envisioned the creation of a dedicated recreational space for officers of the UAE Armed Forces in the heart of the Abu Dhabi community. In 1997, AFOCH was born, inaugurated by His Highness Sheikh Khalifa bin Zayed Al Nahyan. Moving forward to 2021, a new story begins for AFOCH with its reinvention as Erth. Bearing a name that means ‘legacy’, Erth has a fresh new look but an age-old mission - to provide guests with the highest quality of personalized and genuine service in the heart of Abu Dhabi. The new brand identity complements a refurbished resort that will be completed in 2022. Erth’s redesigned accommodation will provide welcoming, family-friendly spaces across 237 rooms, 42 suites and 13 villas. Erth is a destination that encompasses comprehensive dining and leisure facilities. With a storied past and a unique combination of facilities, AFOCH has long been one of Abu Dhabi’s best-kept secrets. Erth will now build on that legacy and enable that secret to be shared with discerning guests from around UAE and the world. It invites guests to stay with a story and experience the past, present and future of Abu Dhabi. Al Bayan Magazine met Amit Arora, Chief Operating Officer at Erth and following is the interview conducted.



• The travel and tourism sectors in the world are expecting a return to pre-pandemic levels and to witness significant growth. What is your comment?

- I think there is a lot of pent-up demand and the restrictions have been lifted so we are seeing the demand coming back and tourism picking up very strongly. We had a great Eid, the hotel was extremely busy and also during the Holy month of Ramadan we had great food and beverage business throughout all our restaurants and catering business. So overall the travel and tourism sectors are back and they are very strong.

• The opening of Erth came in a very tough period. What is your comment?

- Last year at the Arabian Travel Market we launched the brand and this year we are talking about the upcoming development so in the last quarter we will be opening the pool and beach as well as launching our beautiful villas.

• Did you make any renovations during the Covid-19 period?

- During the pandemic, we were very busy with our catering business. Erth catering is a big part of our distribution, we are providing catering throughout the Emirate of Abu Dhabi in various locations so that business was very strong and the hotel refurbishment continued, the program is still going on and we will be finishing it by the end of this year.

• Do you have any demands from the Department of Tourism?

- The Department of Tourism is doing a great job and they are bringing more tourists from all new markets so in general Abu Dhabi is seeing an uprise, new attractions are opening and this will definitely help the destination.

• Saudi Arabia is becoming a tourism destination. Do you think this will benefit the GCC region as a whole or will lead to high level of competition?

- The more Middle Eastern markets will open, the more it will put Middle East on the map and it will open up new distribution channels for us. Saudi developments are very interesting but there is so much happening in Abu Dhabi at the moment and a lot of tourists are coming back and museums are coming up as well as the National Aquarium



that has been opened. Thus, the destination is really in good shape and with the flight connectivity, it is a very safe and popular destination connecting the world to Abu Dhabi.

* Do you have any summer packages?

- Yes, we do. We are part of the Abu Dhabi Summer Campaign where we have special rates for guests staying with us as well as access to the attractions such as Yas Island and the museums so we are participating in the campaign that is being launched by the Department of Tourism and Culture.

• Some are talking that UAE will be a stopover destination for tourists that are visiting Qatar to attend the World Cup. What is your comment?

- I believe that a lot of people coming from Europe will combine and will do a stopover in the UAE before going to Qatar or maybe after Qatar they will stop by. It is a short flight way so there will be a great opportunity for guests to stay in the UAE and go over and watch the game and then come back. That is the feedback we are getting from the market and this will have an incremental business for Abu Dhabi.

• Are you satisfied from the occupancy rate?

- We have still got our product repositioned so the new brand will go live at the end of the year. Meanwhile, business has been very strong, our meetings and events business is also back especially that the restrictions have been lifted. The shows at our Theatre By Erth have been ongoing and the restaurants are doing well. Overall, the market is back.

• Are you planning to open other branches for Erth?

- The focus is to open the flagship which is in Abu Dhabi and once we get that going, we will discuss future plans but at the moment all our focus is on our Abu Dhabi branch.

• How do you evaluate the Arabian Travel Market for this year?

- It is great to be back in person, now we can meet the trade in person. Last year was quite small but this year it is very strong and all the partners are back so it is great to have this networking opportunity in person after such a long time.

أنس عبدالله (المدير العام لفندق حياة بلايس الرياض السليمانية HYATT PLACE):



تشهد السياحة السعودية تطورات متسارعة بحسب أهداف رؤية ٢٠٣٠

يصنف فندق حياة بلايس بفندق ٤ نجوم ويتمتع بموقع استراتيجي في العاصمة السعودية، الرياض. يبعد مسافة ٤,٢ كلم من برج الفيصلية وه كم عن مركز المملكة ويتميز بقربه من مطار الملك خالد الدولي.

خلال معرض سوق السفر العربي في دبي حاورت «البيان الاقتصادية» أنس عبدالله المدير العام لفندق حياة بلايس الرياض السليمانية HYATT PLACE، فعبّر عن فخره بالقيادة الحكيمة في المملكة العربية السعودية وما تحقّقه من خطوات متسارعة في القطاع السياحي، حيث تشهد مختلف المرافق تحولاً واضحاً ومشابهاً لأرقى المرافق السياحية العالمية وذلك بحسب أهداف «رؤية ٢٠٣٠». وأوضح أن هيئة السياحة تبذل جهوداً جبارة في استقطاب السياح خصوصاً الأوروبيين الراغبين في استكشاف البلاد ومعالمتها السياحية. أشار عبدالله أن فندق حياة بلايس يقدم خدمات خمس نجوم وموقعه استراتيجي ويضم مسبحاً ونادٍ صحي، وحول استراتيجية الفندق أوضح أن هناك تعاون وثيق مع هيئة السياحة ومكاتب السياحة المتخصصة وأبدى عبدالله تفاؤله لهذا العام مع ارتفاع الطلب على الحجوزات ونسب الإشغال.

موقع الفندق استراتيجي ونقدم خدمات خمس نجوم

نقدم خدمات خمس نجوم

■ ما هي أبرز مميزات فندق حياة بلايس الرياض السليمانية؟

يعدّ من فئة الأربع نجوم ولكنه يقدم خدمات خمس نجوم على مستوى الغرف والأطباق العالمية المتاحة للنزلاء. بالإضافة إلى موقعه الاستراتيجي وقربه من محطة للقطار ومجمع للمطاعم والمقاهي وحديقة الملك سلمان. كما يضم الفندق نادٍ رياضي على مدار الساعة وحوض للسباحة.

نعمل بتعاون مع الجميع وننمي خدماتنا

■ ما هي أبرز المحاور التي تتركز عليها استراتيجيتكم الحالية؟

– نحن الآن في مرحلة تعاون مع هيئة السياحة والمكاتب السياحية المتخصصة في الرحلات العائلية الترفيهية ونقدم لهم عروضاً مميزة وتسهيلات، بالإضافة إلى ليالٍ مجانية. فضلاً عن تدريب فريق العمل لمساندة وتوجيه السياح وتوفير الخدمات والاحتياجات لهم بهدف خدمة الضيوف وتسهيل إقامتهم.

نظرتنا إيجابية

■ هل أنتم متفائلون للعام ٢٠٢٢؟

– لدينا نظرة إيجابية للمرحلة المقبلة إنطلاقاً من التطورات البارزة التي تشهدها المملكة في الآونة الأخيرة، إلى جانب الطلب المرتفع على سياحة المعارض والترفيه والأماكن الأثرية. ■



من اليمين: حسن بركات، أنس عبدالله وليث القضاة

البيان ■ كيف تصفون تعافي قطاع السياحة في المملكة من الآثار السلبية الناجمة عن جائحة «كوفيد-١٩»؟

– تحقّق المملكة العربية السعودية خطوات متسارعة وتطورات كبيرة في عالم الضيافة والسياحة بدعم من القيادة الحكيمة وتماشياً مع أهداف «رؤية ٢٠٣٠»، حيث تشهد مختلف المرافق من فنادق ومطاعم وأماكن ترفيه لتحوّل واضح ومشابه لأرقى المرافق السياحية العالمية، وذلك يعود لخطة استثمارية واضحة المعالم. ونحن بدورنا فخورون بهذه النقلة النوعية التي تخدم العديد من القطاعات.

تبذل هيئة السياحة جهوداً في سبيل تنمية السياحة

■ كيف تقوّمون دور هيئة السياحة في تسريع عملية التعافي والنهوض بالقطاع من جديد؟

– تلعب هيئة السياحة دوراً فاعلاً في استقطاب الوافدين من مختلف الجنسيات ولأغراض مختلفة، حيث نشهد مؤخراً إقبالاً كبيراً من

العائلات الأوروبية الراغبة في اكتشاف المعالم السياحية والأنشطة المميزة.

وهناك أيضاً تعاون وثيق بين المعنيين من هيئات ومؤسسات للتسويق للمملكة إلى جانب الإستثمار الضخم من الحكومة للارتقاء بالقطاع. ولا يسعنا سوى توجيه شكر كبير للجهود المبذولة في سبيل تنمية السياحة.

Karim Makhoul

(Chief Commercial Officer Royal Jordanian):

Royal Jordanian set for strong growth to develop Amman as the leading gateway for the Levant

Karim Makhoul, Chief Commercial Officer at Royal Jordanian, shed light in his interview with Al Bayan Magazine on the airline's commercial plan to introduce new products and incentive packages for key customer segments to strengthen Jordan's home market and enhance the airline's key role as the national carrier of Jordan. With 25 years' experience in the aviation industry, the German native with Tunisian roots gentleman started his career with the Lufthansa Group and was a member of the founding management team of Germanwings, a low-cost subsidiary of Lufthansa. He went on to work at as Chief Commercial Officer at both low-cost and legacy carriers, including Gulf Air, Malev and SkyEurope, before hatching big plans for Royal Jordanian, where he strives to doubling the fleet and to have 68 destinations by 2027. Following is the Q & A.



• The travel and tourism sectors in the world are expecting a return to pre-pandemic levels and to witness significant growth. What is your comment?

- We are very glad to see that since March when the restrictions have been lifted, the traffic is coming back significantly, in fact we achieved a record load factor of 79 percent in March which is one of the best results ever in Royal Jordanian. This is a good sign and my outlook for the rest of the year is quite positive as such. At Royal Jordanian we are in a restructuring phase which is focused on two main strategic pillars - one is to become the leading hub in the Levant and the second is to focus on tourism into Jordan and to work much closer with tour operators. We are working on new destinations in Europe such as Lyon & Milan. We are looking as well to add flights from and to Germany most probably Dusseldorf as a new destination, all in line with our tourism strategy.

• Which nationalities are you focusing on?

- Every region has its specialty. While from the Gulf and the Middle East, we have a lot of medical tourism we do carry leisure and adventure tourists from Europe and the US/Canada who come to Jordan to visit Petra, Aqaba and Wadi Rum. In terms of religious Christian tourism, we have over 200 certified religious sites in Jordan which very few people know - five sites are even certified by the Vatican. Jordan is really beautiful and diversified country and which will be able to attract more tourism from all over the world with different segmentation.

• How many destinations are you traveling to right now?

- At the moment, 34 destinations and our plan within the next five years is to double our fleet and to have 68 destinations by 2027 while growing the number of yearly passengers from roughly 3 million in 2019 to 6.8 million per year by 2027.

• What makes Royal Jordanian different from other airlines in the region?

- Royal Jordanian is one of the oldest airlines in the region, we are 58 years old and obviously we have a strong footprints in the region as such. We are now very flexible with the offers especially for tour operators and individuals in line with our aggressive growth strategy, offering the best value for money. We are developing Amman as the main gateway for the Levant to ensure the best connectivity for the region.

• What is the added value from your participation in the Arabian Travel Market?

- It is the first time after Covid we see so many people at one place and it feels good again to see the industry recovering. It is a beautiful sign and this will give a big impact for the rest of the year and next year to continue the growth after two dramatical years. I enjoyed meeting a lot of colleagues and the key tour operators in the region.

Yasser Mazouz

(Hilton Dubai Al Habtoor City, Habtoor Palace Dubai, LXR Hotels & Resorts and V Hotel Dubai, Curio Collection by Hilton):

Sustainability and green is one of the goals of Hilton as a brand worldwide

Yasser Mazouz, Complex Director of Sales & Marketing – Hilton Dubai Al Habtoor City, Habtoor Palace Dubai, LXR Hotels & Resorts and V Hotel Dubai, Curio Collection by Hilton, has always advised young people looking to build careers in the industry to always go after their goals with integrity and mindful decision-making. "Know what is that you want and want to achieve, all while being ready for the challenges and the opportunities in your foresight",



Mazouz noted. He believes that while upkeep and enhancements should always be maintained with any property, it is also in the experiences created that keep up the excitement for the guests. As one of their brand pillars, they are always looking for ways to amaze their guests and provide innovative experiences to enliven their brand mystique. In a Q & A with Al Bayan Magazine during the Arabian Travel Market held in Dubai, Mazouz evaluated the ATM show, expressed his point of view regarding sustainability and green and gave us an idea about their summer packages. Following is an extract from the interview.

"We elevated the levels of experience that we are delivering"

• How do you evaluate the Arabian Travel Market for this year?

- In comparison with 2019 which is the pre-covid period, we see that everything returned back to normal, all the partners are back and the chain hotels are present at the show so we see that things are moving and there is demand for the coming period.

• Did you make any refurbishments during these passed two years?

- We just worked on our internal procedures, trained our staff, and elevate in the levels of experience that we are delivering. We did not close because it is a complex and we have some outlets all day around, we didn't do any renovations but we rebranded few outlets.

• How do you keep pace with smart technological development and what is its impact on the travel and tourism sectors?

- Everything now is passing through digital and even our partners and travel agencies are getting less than previous years, we are seeing more Online Travel Agents coming into the market.

• Where are you from sustainability and green?

- This one of the goals of Hilton as a brand worldwide, we are eliminating all the straws from the hotel, we are changing the cutleries from normal plastic to sustainable plastic which can be degraded easily within time.

• Do you have any summer packages?

- Yes, we are combining with Waldorf Astoria which is part of Al Habtoor Group. The guests who are staying with us can still enjoy the beach and facilities of Waldorf Astoria in the Palm. Also, when guests stay more than four nights, they will have 3 accesses to La Perle which is a great show in Dubai in addition to our 24 outlets.

لؤي غازي سلطان

(مدير عام قطاع السياحة والسفر والعلاقات العامة لمجموعة إيلاف - السعودية ELAF)؛



استقطاب مئة مليون سائح نهاية العام ٢٠٣٠

مجموعة إيلاف هي شركة رائدة في مجال السفر والسياحة والضيافة في المملكة العربية السعودية، يحظى اسم إيلاف بالثقة كمشغل رائد لخدمات الحج والعمرة، وتتميز بجودة الخدمة وفرق العمل لديها من ذوي المهارات العالية.

التقت «البيان الإقتصادية» مدير عام قطاع السياحة والسفر والعلاقات العامة في مجموعة إيلاف، لؤي غازي سلطان الذي اعتبر أن تداعيات الأزمة الصحية طالت مجمل القطاعات ومنها القطاع السياحي فتوقفت حركة السفر. واليوم ومع تخفيف الإجراءات عادت المعارض لتحيي السياحة من جديد. كما تطرق لمستجدات المجموعة من حيث التركيز على تخصصها في خدمات الحج والعمرة إضافة إلى التوسع في أعمال جديدة وتنظيم الرحلات الخارجية والداخلية أيضاً.

الوجهات، بما ينسجم مع توجهات الدولة و«رؤية المملكة ٢٠٣٠» باستقطاب مئة مليون سائح في نهاية العام ٢٠٣٠.

المشاركة الدائمة تحمل أبعاداً مهمة

■ ما مدى أهمية مشاركتكم القوية في معرض «سوق السفر العربي» - دبي؟

– المشاركة الدائمة ضمن فعاليات هذا المعرض تحمل أبعاداً مهمة تتمثل في الاطلاع على آخر المستجدات في عالم السياحة والسفر بالإضافة إلى أهمية التواصل مع الأطراف الأخرى التي تشكل حافزاً لتطوير الأداء.

شكر كبير لهيئة السياحة على دعمها ودورها البارز

■ تلعب وزارة السياحة دوراً محورياً في تنشيط الحركة السياحية، ما مدى أهمية هذه الإجراءات في دعم نشاطكم؟

– نتوجه بشكر كبير إلى وزارة السياحة على دعمها المتواصل ودورها البارز في التسويق للمملكة كوجهة سياحية بارزة والتعريف بالأمكان السياحية والنشاطات المتنوعة المتاحة عند زيارة المملكة العربية السعودية. ونحن بدورنا في تعاون مستمر مع هذه الجهات لتحقيق أداء متميزاً وخدمة المتعاملين معنا وعملائنا على حد سواء. ■

عودة المعارض وتخفيف الإجراءات الصحية عاملاً شجعاً السفر من جديد

■ كيف تصفون تداعيات جائحة «كوفيد-١٩» على نشاطكم؟

– كان للأزمة الصحية تداعيات سلبية على مجمل القطاعات والأعمال ومنها القطاع السياحي إنطلاقاً من توقف حركة السفر وعمليات الإغلاق في العديد من الدول، إلا أن عودة المعارض وتخفيف

الإجراءات الصحية عوامل مهمة لعودة السياحة بمختلف أنواعها إنطلاقاً من التعطش للسفر من جديد واكتشاف ثقافات ووجهات جديدة.

التركيز على تخصصاتنا الحالية والتوسع نحو أعمال جديدة

■ ما هي آخر مستجدات مجموعة إيلاف، وما هي خططكم المستقبلية؟

– دخلت المجموعة في مرحلة تغيير إستراتيجي، حيث سيتم التركيز على تخصصاتنا الحالية وهي توفير خدمات الحج والعمرة إلى جانب التوسع نحو أعمال جديدة ضمن قطاع الضيافة والسفر.

العمل سوف يكون مزدوجاً

■ هل لديكم خطط تسويقية لوجهات جديدة؟

– تركزت أعمالنا طوال الفترة الماضية على تنظيم الرحلات الخارجية، أما الآن سيكون التركيز مزدوج من خلال إستقطاب مجموعة داخل المملكة وفي الوقت نفسه تنظيم رحلات خارجية نحو العديد من



فوكو
VOCO®

أند فنانق IHG®

الرياض Riyadh



Vibrant colors in Riyadh!

MOMENTS THAT LAST FOREVER

Step into a vibrant haven with uplifting experiences that will inspire you in every corner at voco® Riyadh - an IHG hotel! One of the most sophisticated hotels in Riyadh, featuring 438 rooms and suites, located in Riyadh's key business district and offering you a variety of fine restaurants and leisure facilities to indulge your senses. It also secures more than 400 underground parking spaces for guests. Dine in one of our six delightful restaurants and cafes; savor a refreshing juice on the sundeck after your swim or simply unwind in the sauna before a relaxing massage. Business travellers can use one of our 22 meeting rooms and a large hall that can accommodate more than 1,200 guests. At voco® Riyadh - an IHG Hotel, we promise you a heartfelt welcome and a comfortable stay.

One of the perks we certainly are proud of is our (IHG rewards club). With more than 5,600 hotels in nearly 100 countries, IHG Rewards Club provides more member-preferred features than any other hotel loyalty offering, combining more sought-after benefits into one powerful program that is simple and easy.

HOTEL INFORMATION

King Fahad Road, Facing the Ministry of Interior, P.O. Box 13003, Riyadh 11493, KSA

+966 11 457 9999 | vocohotels.com/Riyadh

حفيظ المرابطي (ASCOTT) :

نقدم العديد من الحلول الذكية لضمان توفير أقصى وسائل الراحة والرفاهية للنزلاء



بعد جائحة «كورونا»، عادت معظم القطاعات تستعيد نشاطها، لاسيما قطاع السياحة والسفر الذي شهد انطلاقة جديدة.

ومن خلال حديث لأستاذ حفيظ المرابطي مدير إدارة تطوير الأعمال في الشرق الأوسط، أفريقيا وتركيا في شبكة فندق أسكوت الدولية - ASCOTT لمجلة «البيان الاقتصادية»، أكد على إدخال التكنولوجيا والتقنيات الحديثة إلى مختلف الفنادق وإقامة الشراكات واتفاقيات التعاون مع معظم الشركات

العالمية، كما تحدث عن الخطط التوسعية وموضوعي الاستدامة ومواكبة التطور التكنولوجي، وما حققه القطاع السياحي من نتائج على مستوى المنطقة.

البيان ■ من المتوقع أن يعود قطاع السفر والسياحة في العالم إلى ما كان عليه قبل جائحة «كوفيد-١٩» وأن يشهد نمواً ملحوظاً. ما هو تعليقكم على ذلك؟

– من الواضح أن القطاع السياحي بدأ يستعيد عافيته في ظل تراجع المخاطر الناجمة عن وباء «كورونا»، والدليل على ذلك عودة المؤتمرات والمعارض التي تشهد إقبالاً كبيراً بعد عامين من الركود، آملين أن تشكل انطلاقة جديدة للقطاع السياحي بصورة عامة.

■ ما هي آخر المستجدات والتطورات التي شهدتها فنادقكم خلال المرحلة الماضية؟
– حرصنا خلال المرحلة الماضية على إدخال التكنولوجيا والتقنيات الحديثة لمختلف الفنادق، بالإضافة إلى عقد شراكات وإتفاقيات تعاون مع العديد من الشركات العالمية المتخصصة في مجال الأمن السيبراني.

■ ما هي أبرز خططكم التوسعية على مستوى المنطقة؟
– تضم إدارة أسكوت ASCOTT الدولية ٣٣ فندقاً موزعة بين منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وتركيا أي ما يقارب حوالي ٤٥٠٠ شقة فندقية. ولدى الشركة خطة توسعية لإضافة ألف شقة فندقية على مستوى منطقة الشرق الأوسط خلال العام الحالي.

■ كيف تواكبون التطور التكنولوجي الذكي؟
– نقدم العديد من الحلول الذكية لضمان توفير أقصى وسائل الراحة والرفاهية للنزلاء، فضلاً عن أن استخدام التقنيات الحديثة يعود بالمنفعة على الفندق والعلماء. وبالنسبة إلينا تتوفر في فنادقنا العديد من المزايا من ضمنها تسجيل الدخول والخروج باستخدام التطبيقات الذكية على الهواتف، فضلاً عن الحجوزات عبر شبكات الإنترنت.

■ هل أنتم راضون عن النتائج المحققة على مستوى المنطقة؟
– تحقق المجموعة نتائج مرضية وبحسب التوقعات والخطط الموضوعية، إنطلاقاً من تركيزنا على الإقامة طويلة الأجل، كما أن العدد الأكبر من عملائنا يتمثل في الشركات المتعددة الجنسيات. في حين أن النتائج التي حققها المجموعة خلال المراحل الماضية ومعدلات الإشغال التي وصلنا إليها تعد أفضل وأعلى مقارنة بالفنادق الأخرى ذات الإقامة المحدودة. ■

كيفورك دلدليان (DEX SQUARED) :

حصلنا على موافقة تشغيل العديد من العلامات التجارية العالمية لإدارة الفنادق



شركة «ديكس سكويرد» DEX SQUARED متخصصة في مجال إدارة الفنادق على مستوى منطقة الشرق الأوسط وحاصلة على موافقة تشغيل العديد من العلامات التجارية العالمية لإدارة الفنادق. إلى جانب إدارة الفنادق، فهي تعمل أيضاً في مجال إدارة الأصول. ولدى الشركة أيضاً قسم متخصص في مجال البرمجيات.

التقت «البيان الاقتصادية» كيفورك دلدليان المؤسس والرئيس التنفيذي للشركة وهو خبير ضيافة متمرس، يتمتع بخبرة تزيد عن ٣٥ عاماً في القطاع، وقد شرح دلدليان طبيعة عمل الشركة والقيمة المضافة التي تقدمها للفنادق المتعاملة معها وأوضح أن الشركة تضم فريق عمل متخصص ومن أصحاب الكفاءة العالية.

البيان ■ هل لنا بلمحة عامة عن طبيعة عمل الشركة؟
– تعمل شركة «ديكس سكويرد» في مجال إدارة الفنادق على مستوى منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وقد حصلنا على موافقة العديد من شركات الفنادق العالمية، لإدارة الفنادق الحاصلة على إمتياز استخدام علامتها التجارية كمشغل طرف ثالث، وإلى جانب إدارة الفنادق تعمل الشركة أيضاً في مجال إدارة الأصول بهدف التواصل مع مشغل الفندق ولعب دور صلة الوصل بين المالك والمشغل وضمان قيام المشغل بلعب دوره على أكمل وجه لصالح المنشأة وضمان أصول المالك. ومن جهة أخرى، لدى الشركة أيضاً قسم متخصص في مجال البرمجيات SOFTWARE HOUSE المرتبط بقطاع الفنادق وذلك بهدف تذليل العقبات والتحديات وإيجاد الحلول المناسبة التي يحتاجها القطاع لتطوير عمله. بالإضافة إلى إطلاق منصة BEVINDEX الخاصة بتحسين أداء الإيرادات المرتبطة بقطاع الأغذية والمشروبات.

موظفو الشركة ذات كفاءة عالية وأصحاب اختصاص

■ هل جميع العاملين في الشركة من أصحاب الاختصاص؟
– تجمع الشركة موظفين ذات كفاءات عالية وأصحاب اختصاص في مجالهم، بالإضافة إلى أنه في ما يتعلق بقسم البرمجيات SOFTWARE HOUSE نتعاون مع فريق متخصص في مصر.

■ ما هي أبرز إنجازاتكم؟
– أطلقنا شركة متخصصة في قطاع الأغذية والمشروبات وهي عبارة عن تعاون بيننا وبين شركة SUNSET HOSPITALITY GROUP الرائدة في هذا المجال والتي تضم تحت مظلتها ما يقارب ٢٣ علامة تجارية. ويهدف هذا التعاون لتوسيع دائرة هذه العلامات التجارية نحو السوقين المصرية والأفريقية.

والجدير ذكره، أننا في صدد توقيع إتفاقية لتشغيل عدد من الفنادق والمطاعم في شمال أفريقيا وبالتحديد في السوق المصري كما هناك العديد من الفرص الواعدة لتنويع محفظة أعمالنا في منطقة الشرق الأوسط. ■

ماهر أبو النصر

(مجموعة فنادق ومنتجات إنتركونتيننتال - السعودية):

نحن من أوائل المشغلين الداعمين لرؤية المملكة ٢٠٣٠



تعتبر مجموعة فنادق ومنتجات إنتركونتيننتال ثاني أكبر المجموعات الفندقية العالمية، وتنتشر فنادقها في أكثر من ١٠٠ دولة في العالم ولها سمعة مرموقة خصوصاً في منطقة الشرق الأوسط.

وعلى هامش معرض سوق السفر العربي الذي جرت فعالياته في دبي، التقت «البيان الاقتصادية» ماهر أبو النصر نائب رئيس عمليات مجموعة فنادق ومنتجات إنتركونتيننتال في المملكة العربية السعودية الذي شدد على اتباع استراتيجية تتوافق مع رؤية المملكة ٢٠٣٠، وحرص الشركة على التميز دائماً في خدماتها كما أوضح أبو النصر أن هدف الشركة التواجد في كل المدن في المملكة. كما أبدى تفاؤله في عودة السياح وتحقيق النمو.

في ما يأتي نص الحوار:

البيان ■ تعينتم مؤخراً بمنصب نائب رئيس العمليات في مجموعة فنادق ومنتجات إنتركونتيننتال - السعودية، ما هي تطلعاتكم؟

– انضمت لفريق عمل الشركة منذ عشر سنوات وأنا على دراية بالاستراتيجية المتبعة في العمل. ولا بدّ من الإشارة إلى أن المملكة العربية السعودية تعتبر من الأسواق الأساسية بالنسبة إلينا ونطمح من تواجدها فيها دعم «رؤية المملكة ٢٠٣٠» إنطلاقاً من الاهتمام الحكومي في تحقيق نقلة نوعية في صناعة السياحة والفندقة داخل المملكة، وفي هذا الإطار نسعى دائماً إلى أن نكون من المشغلين الأوائل الداعمين لرؤية المملكة ولخطة النهوض في القطاعين السياحي والترفيهي.

نحرص على استكمال مسيرة التميز والنجاح

■ هناك تهافت ملحوظ لكافة شركات الضيافة العالمية لدخول المملكة العربية السعودية، ما الذي يميزكم عن مثيلاتكم؟

– تعد مجموعة فنادق ومنتجات إنتركونتيننتال من كبرى الشركات المشغلة للفنادق على مستوى العالم وفي المملكة بشكل خاص ولدينا شراكة طويلة الأمد مع الحكومة منذ العام ١٩٧٥، من هنا نحرص على استكمال مسيرة التميز والنجاح التي اعتاد عليها المتعاملين معنا. وإلى جانب تميزنا في السياحة الدينية لدينا اهتمام بتعزيز تواجدها في مختلف القطاعات على مستوى المملكة والتواجد في المدن الرئيسية وغير الرئيسية ودعم «رؤية ٢٠٣٠».

عودة النشاط السياحي

■ ما هي توقعاتكم لأداء القطاع السياحي خلال العام ٢٠٢٢ بعد تخفيف الإجراءات الصحية؟

– لدينا نظرة تفاؤلية بعالم جديد من النمو المستمر انطلاقاً من عودة النشاط السياحي لمختلف مدن المملكة نتيجة الأداء المتميز الذي تقوم به الحكومة ووزارة السياحة لتشجيع السياحة بعد التوقف لفترة بسبب الإجراءات التي فرضتها الجائحة. ■

شيرين سنارا (ORASCOM HOTELS MANAGEMENT):

نعمل لافتتاح فندق في مدينة الجونة باسم

THE CHEDI EL GOUNA الأول من نوعه في مصر



ما يميز شركة أوراسكوم لإدارة الفنادق بأنها شركة تابعة لمجموعة أوراسكوم للتطوير متخصصة بشكل رئيسي بإنشاء المنتجعات السياحية الكبرى وتعمل على وجهات معيّنة.

واليوم تحتفل أوراسكوم لإدارة الفنادق بعيدها العاشر للتأسيس، الذي يعتبر قصيراً نسبياً بالنسبة للشركات التي تمتلك سنين طويلة من العمل والخبرة في هذا القطاع، وتمتلك تحت مظلتها ٣٤ فندقاً تتوزع بين مجموعة تابعة لعلامات تجارية عالمية وأخرى مستقلة.

وفي هذا السياق التقت «البيان الاقتصادية» شيرين سنارا رئيسة قسم التسويق في شركة ORASCOM HOTELS MANAGEMENT فعبّرت عن سعادتها بهذا المعرض لأنه يفسح في المجال أمام المشاركين بإظهار أعمالهم وبالمقابل التعرف على آخر أخبار وتطلعات الشركات الأخرى.

ولفتت إلى وجود تعطش للعودة للحياة بعد فترة طويلة من الإغلاق وأبدت تفاؤلهما بتحقيق أرقام مرتفعة خصوصاً مع الافتتاح المنتظر لفندق مدينة الجونة وهو THE CHEDI EL GOUNA الأول من نوعه في مصر.

البيان ■ إنطلقت الدورة الـ ٢٩ من معرض سوق السفر العربي تحت عنوان مستقبل السفر والسياحة الدولية، ما هي توقعاتكم للسفر للعام ٢٠٢٢؟

– نشارك للمرة الأولى في هذا المعرض كشركة أوراسكوم لإدارة الفنادق التابعة لمجموعة أوراسكوم للتطوير المتخصصة بشكل رئيسي في إنشاء المنتجعات السياحية الكبرى وتعمل على وجهات معيّنة مثل سويسرا، الجبل الأسود، سلطنة عُمان، رأس الخيمة بالإضافة إلى الجونة في مصر. أما بالنسبة لشركة أوراسكوم لإدارة الفنادق تحتفل بالعيد العاشر للتأسيس وتمتلك تحت مظلتها ٣٤ فندقاً تتوزع بين مجموعة تابعة لعلامات تجارية عالمية وأخرى مستقلة.

متفائلون بتحقيق أرقام مرتفعة

■ من المتوقع أن يعود قطاع السفر والسياحة في العالم إلى ما كان عليه قبل جائحة «كوفيد-١٩» وأن يشهد نمواً ملحوظاً. ما هو تعليقكم على ذلك؟

– من الواضح وجود تعطش كبير للسفر بعد فترة طويلة من الإغلاق وتوقف حركة الطيران بين القارة الأوروبية ومصر، حيث تتركز معظم الأنشطة السياحية داخلياً. ونحن متفائلون بتحقيق أرقام مرتفعة وبحسب الإستراتيجية الموضوعة.

معدلات إشغال مرتفعة وافتتاح فندق THE CHEDI EL GOUNA

■ كم بلغت نسب الإشغال في فنادقكم وما هي خططكم؟

– تسجل معظم الفنادق التابعة لنا معدلات إشغال مرتفعة كما نسعى باستمرار لتطوير وتحسين الفنادق من خلال عمليات إعادة التأهيل بهدف مواكبة أحدث التقنيات والخدمات في عالم صناعة الضيافة مما يساهم في الوصول إلى متطلبات العملاء.

ويضاف إلى ذلك، نحن في صدد افتتاح فندق في مدينة الجونة تحت إسم THE CHEDI EL GOUNA الأول من نوعه في مصر وذلك نتيجة التجربة والتعاون المميز مع هذه العلامة في عدد من الدول الأوروبية، وفي الوقت نفسه نعمل على تجديد عدد من الفنادق في منطقة الخليج أبرزها فندق روتانا رأس الخيمة. ■

Khristynn Gutierrez (Cluster Marketing Executive Fairmont Dubai, Fairmont Ajman and Fairmont Fujairah):

Our growth rate will be double than that of last year



Khristynn Gutierrez currently works as Cluster Sales & Marketing Administrator at Fairmont Dubai, Fujairah & Ajman in UAE. In a Q & A with Al Bayan Magazine on the sidelines of the Arabian Travel Market, Gutierrez talked about the importance of the show and evaluated the travel and tourism sectors in the world post-pandemic. She further gave us an idea about their occupancy rates. Below is an account of the interview.

• What is the importance of your participation in the Arabian Travel Market?

- ATM has been going every year but this year we are expecting more visitors from all around the globe because of the pandemic decreasing the restrictions so it is a good opportunity to renetwork and meet new clients and friends. We are living in a time where we do not care about the pandemic anymore that much so it is a good thing to network basically. Thus, ATM is a big event and a must for us.

the travel sector went very low during the pandemic

• The travel and tourism sectors in the world are expecting a return to pre-pandemic levels and to witness significant growth. What is your comment?

- During pandemic, the travel sector went very low but since last year, we are starting to see the pickup of the business. Now, it is getting good and better especially for UAE because the markets are opening up so we are seeing the increase and we hope it will not decrease again.

• How much was the occupancy rate in your hotel and what are your future plans?

- We can reach like 70 to 90 percent especially that Dubai is a trade center so if there were exhibitions, we can go like fully booked and sometimes even too much which leads us to reject bookings. Ajman is a destination for staycation and it is doing really good like around 70 to 80 percent and Fujairah between 60 to 70 percent.

• What is the expected growth rate of your hotel for this year?

- For this year hopefully it will be like double than that of last year. We are aiming for a higher one at least to recover from the previous years where we had trouble getting occupancy.

خديجة تركي (المديرة العامة بالإقامة - دائرة التنمية السياحية - عجمان):

متفائلون بعام مليء بالنمو والإزدهار على مستوى دولة الإمارات عموماً وإمارة عجمان خصوصاً

التقت «البيان الاقتصادية» خديجة تركي المديرة العامة بالإقامة في دائرة التنمية السياحية في إمارة عجمان على هامش معرض سوق السفر العربي، وكانت لها آراء قيّمة فيما يخص قطاع السياحة وتطوّرت إلى مؤشرات النمو في القطاع السياحي في إمارة عجمان والتي تشير إلى زيادة في نسبة الإشغال وصلت إلى ٧٠٪ خلال الربع الأول من العام الماضي.



وعبرت عن مدى سعادتها للمشاركة في المعرض الذي يدعو للتفاؤل ولعودة تعافي القطاع السياحي ككل على مستوى دولة الإمارات عموماً وإمارة عجمان خصوصاً. ونظراً لأهمية المعرض على مستوى منطقة الشرق الأوسط، قالت تركي: «شاركنا بقوة للتعريف بالمعالم السياحية والترويج لإمارة عجمان إلى جانب تعزيز العلاقات مع شركائنا وخلق شراكات جديدة».

معدلات الإشغال الفندقية بلغت ٧٠ في المئة

■ من المتوقع أن يعود قطاع السفر والسياحة في العالم إلى ما كان عليه قبل جائحة «كوفيد-١٩»، وأن يشهد نمواً ملحوظاً. ما هو تعليقكم على ذلك؟

- تعكس الإحصاءات والمؤشرات الأخيرة عودة قطاع السفر والسياحة إلى ما كان عليه قبل جائحة «كوفيد-١٩»، وتحديد الأرقام الصادرة خلال الربع الأول من العام الحالي في إمارة عجمان والتي تشير إلى زيادة في معدلات الإشغال الفندقية بلغت ٧٠ في المئة، ومن المتوقع الوصول إلى أرقام أعلى مع نهاية العام الحالي في ظل ما تقوم به الدولة من إجراءات وإطلاق مبادرات تسهم في جذب السياح وجعل الإمارة وجهة سياحية بارزة.

هدفنا التعريف بالمعالم السياحية والترويج لإمارة عجمان

■ ما أهمية مشاركتكم في سوق السفر العربي؟

- لا يخفى على أحد أنه من أهم المعارض التي تقام على مستوى منطقة الشرق الأوسط، فضلاً عن كونه أكبر ثالث معرض متخصص في السياحة والضيافة عالمياً.

وبالتالي مشاركتنا في هذا الحدث المهم تهدف للتعريف بالمعالم السياحية والترويج لإمارة عجمان إلى جانب تعزيز العلاقات مع شركائنا وخلق شراكات جديدة بفضل التواصل المباشر الذي يتيح المعرض والبحث في آخر التطورات والأحداث. وفي الوقت نفسه يشكل فرصة مهمة للدوائر الحكومية التي تلعب دوراً أساسياً وتساهم في تعزيز الحركة السياحية النشطة التي نشهدها في القطاع حالياً.

■ ما هي الإنجازات التي حققتها إمارة عجمان؟

- حقق القطاع السياحي في إمارة عجمان ولا يزال يحقق نتائج إيجابية متميزة، نتيجة تضامر الجهود بين الجهات الحكومية والخاصة لتطوير البيئة السياحية للإمارة لتكون في مصاف أفضل الوجهات السياحية في العالم، وتقديم منتجات وخدمات سياحية رائدة تعزز مكانة عجمان مقصداً سياحياً ومفضلاً سواء من داخل الدولة أو من مختلف أنحاء العالم. ■

Retaj Hotels & Hospitality... We welcome the world

Our hotels and resorts spanning across three continents, located in Qatar, Saudi Arabia, Mauritania, Comoros Islands, Turkey, and soon in North Africa, Oman, and Thailand

رتاج للفنادق و الضيافة ... نحن نرحب بالعالم

فنادقنا ومنتجعاتنا ممتدة عبر ثلاث قارات في قطر، السعودية، موريتانيا، جزر القمر، تركيا و قريبا في دول شمال افريقيا، سلطنة عمان و تايلاند



RETAJ

للفنادق والضيافة
HOTELS & HOSPITALITY



RETAJ
رويال
ROYALE



RETAJ
الريان
AL RAYYAN



RETAJ
منتجعات
RESORTS



RETAJ
سويتس اند ريزيدنسز
SUITES & RESIDENCES
WEST BAY



RETAJ
منتجع وسيا رتاج سلوي
RETAJ SALWA RESORT & SPA



RETAJ
رتاج باي ووك ريزيدنس
RETAJ BAYWALK RESIDENCE

Tel: +974 4420 4444, Fax: +974 4420 4445
website: www.retaj-hotels.com

@Retajhotels RetajHH retajhotels

رمزي العبيدي

(مدير التسويق والمبيعات THE WESTIN GRAND FRANKFURT):



السوق الخليجي من الأهم بالنسبة للدول الأوروبية

تتميز مدينة فرانكفورت بطابعها التراثي، وتشكل مزيجاً رائعاً من الهندسة المعمارية. فأخذ موقع THE WESTIN GRAND FRANKFURT في قلب المدينة طابعاً خاصاً، إذ يعتبر نقطة الانطلاق لاكتشاف الهندسة المعمارية والمعالم السياحية والثقافية والتسوق من المتاجر الفاخرة القريبة. يضم الفندق ٣٧٢ غرفة وجناحاً ذات الخمسة نجوم حيث يتناغم الضيوف مع الطبيعة والبيئة المحلية.

وكان للسيد رمزي العبيدي مدير التسويق والمبيعات في فندق THE WESTIN GRAND FRANKFURT آراءً قيّمة تشاركها على هامش معرض سوق السفر العربي، في حديث لمجلة البيان الاقتصادية، عبّر فيها عن أهمية المشاركة في المعارض لتسليط الضوء على قضايا مهمة في صناعة السياحة العالمية وإطلاق شراكات عالمية إلى جانب عدد كبير من الخبراء والمتخصصين في قطاع الفنادق.

■ ■ ■ نعتد معايير ونظم عالمية في تطبيق الحلول الرقمية ■ ■ ■

الرائدة في استخدام وتطبيق التكنولوجيات الحديثة وتفعيل الإستدامة والإجراءات الصديقة للبيئة.

■ ما مدى أهمية الأسواق العربية بالنسبة لكم، وما النسبة التي تمثلها في مجمل محفظة أعمالكم؟

– يُعد السوق الخليجي من الأهم بالنسبة للدول الأوروبية وتحديدًا الأسواق الأساسية مثل لندن، سويسرا، إسبانيا وألمانيا. في حين أننا بدأنا نلاحظ تغييراً واضحاً في ذهنية السائح الخليجي الذي بات يولي أهمية لاكتشاف مناطق سياحية جديدة بحثاً عن ثقافة وتقاليد عريقة مختلفة. وبالتالي تستقطب مختلف الفنادق في القارة الأوروبية نسب مرتفعة من النزلاء الخليجيين خصوصاً في الصيف.

٦٨٪ نسبة الإشغال في فرانكفورت

■ كم بلغت نسبة الإشغال في فندقكم وما هي خططكم؟

– لا يزال الفندق في مرحلة الصيانة والتأهيل ولم ننتهي بالكامل من التعديلات الجديدة لاستقبال الزوار، إلا أنه بصورة عامة تصل نسب الإشغال في مدينة فرانكفورت الى حدود ٦٨٪.

ونحن في صدد العمل على تجهيز الفندق بأفضل الخدمات لإضافة إقامة مميزة وتجربة فريدة من نوعها لعملائنا.

مؤشرات مرتفعة لأعداد السياح مع بداية الصيف

■ كلمة أخيرة؟

– تدل جميع المؤشرات على أن القطاع السياحي بدأ يستعيد عافيته من جديد، ومن الواضح أن معدلات الإشغال وأعداد السياح ستكون بنسب مرتفعة مع بداية موسم الصيف. ■

من اليمين: رياض عماد جدوبان، يوسف العطياط، طارق تابت، رمزي العبيدي، سامح أبو سكيته وتامر زايد

البيان

■ كيف تقومون معرض سوق السفر العربي، وما مدى أهمية مشاركتكم؟

– تشهد النسخة الحالية من المعرض إقبالاً ضخماً فضلاً عن تسليط الضوء على قضايا مهمة في صناعة السياحة العالمية وإطلاق مبادرات إستراتيجية وعقد شراكات عالمية، ومن الواضح أن المشاركة القوية في هذه الفعالية دليل على عودة النشاط السياحي لمستويات ما قبل الجائحة، كما أنه مؤشر إيجابي لتحقيق أرقام جيدة هذا العام. وبالتالي من المهم جداً مشاركتنا في هذا الحدث الى جانب عدد كبير من الخبراء والمتخصصين في قطاع الفنادق.

فرانكفورت تستعيد ازدهارها السياحي

■ ما هي أبرز الأمور والإجراءات التي قمت بها طوال فترة إنتشار الجائحة وتوقف الأعمال؟

– أطلقنا عملية إعادة هيكلة شاملة للفندق المتخصص لسياحة الترفيه والأعمال والإستجمام في قلب مدينة فرانكفورت، بالإضافة الى وضع خطة عمل لما بعد الجائحة تتمثل حول مفهوم الصحة البدنية والاهتمام بعملائنا وتوفير لهم تجربة فريدة من نوعها، فضلاً عن المحافظة على الزملاء وفريق العمل. والجدير ذكره، أن مدينة فرانكفورت إستعادت ازدهارها السياحي وبلغت نسب الإشغال مستويات مرتفعة جداً خلال فترة الصيف.

نحن من الفنادق الرائدة في استخدام وتطبيق التكنولوجيا

■ كيف تواكبون التطور التكنولوجي الذكي وما هو تأثيره على قطاعي السياحة والسفر؟

– نعتد معايير ونظم عالمية في تطبيق الحلول الرقمية، فضلاً عن أننا من الفنادق

Fabrice Collot

(General Manager Nofa Resort Riyadh, A Radisson Collection Hotel):

Covid was a good time for us and we are expanding in the MENA region

The Nofa Resort Riyadh, A Radisson Collection Hotel is a place rich in culture, activities and adventure. Including a safari park, secluded luxury villas with private gardens and swimming pools, guests can enjoy an exclusive escape replete with once-in-a-lifetime experiences. Fabrice Collot, General Manager at Nofa Resort, is an hotelier with high end hospitality background. He is a strong, capable leader who ensures all employees are consistently motivated and on task, by utilizing effective people management and development skills. Moreover, he is a flexible, creative, focused and target-driven General Manager with progressive experience and entrepreneurial skills gained in hospitality industry and Diplomatic sector. His problem resolution skills help him always define company direction, achieving goals and optimizing business. Al Bayan Magazine met Collot on the sidelines of the Arabian Travel Market show and conducted the following interview.



• **What are your expectations from your participation in the Arab Travel Market?**

- We want to expand our market more towards the Mena region especially UAE, Kuwait and Qatar. Our clientele is 95 percent Saudis so we aim to expand our reach and presence in the region.

• **Did you do any renovation during the Covid-19 period?**

- Actually Corona has been fantastic for us because we are one of the only resort locations around Riyadh so we were quite busy during Covid-19. As Saudi Arabia was closed and people were still looking to enjoy time off in nice hotels and having staycations we were extremely popular. Nevertheless we have used this time to add even more activities our already extensive resort with the opening of our entertainment center which includes kid pool, cinema, bowling, a large kids adventure park, a mini golf and also two Spas. We are also renovating part of our villas inventory and massively extending their garden and pools. We have added some bicycles to go around, pedal boats, paddles so the result is fully functional destination ready for any type of clientele.

• **What is the best time to visit Nofa Resort?**

- The best time is from October to April because the weather during this period is amazing and we can make use of all the greenery and gardens, have picnics and live music. Summer is quite hot but nevertheless the resort includes pools and lakes so we can still do a lot of activities whether outdoor but also indoor. Thus, it is basically a year-round location.

• **Do you offer any packages?**

- We don't make packages as we have so many activities that we don't want to limit the choices but rather include everything that is available at guest

leisure. People aren't really into packages in Riyadh, it is more spur-of-the-moment thing, they come and we have a concierge that can guide, offers and book any type of activities so they can pick and choose and create their own package.

• **Are you focusing only on the Saudi market?**

- We are not solely focusing on the Saudi market but currently, 95 percent of our clients are Saudis and mostly from Riyadh. We are definitely a family resort and are offering so many activities for kids but we do also cater to adults with a beautiful 18 holes golf course. The resort is so romantic and private that we are attracting a large proportion of honeymooners and people celebrating anniversaries, especially during week days.

• **How do you keep pace with smart technological development?**

- Our resort doesn't have to cope with technology because as it is a very traditional African reserve lodge, having smart technology all over will feel out of place, nevertheless nothing to worry about we still have smart TV and Wifi available everywhere. We are covering the basics but it is not a city or business hotel, there is different needs.

• **How much was the occupancy rate in your hotel and what are your future plans?**

- Covid was a good time for us because people weren't able to leave the country so we had around 55 percent occupancy last year. Now, it is slightly decreasing because Saudis can travel after Covid restrictions have been lifted but we expect to close at around 50 percent this year. Our plans is to finish as soon as possible the villa renovation but also to open our "glamping" resort around the golf course hopefully before year end.

Siddharth Mehra

(Cluster Director of Operations Bab Al Nojoom):

Our properties at Hudayriat Island and Al Mugheirah are doing 85 & 70 percent occupancy for our Exclusive Glamping units respectively on the weekends

Bab Al Nojoom is an endless kaleidoscope of experiences in unique destinations, destinations that are exciting, enticing, and welcoming. Bab Al Nojoom is a proud promoter of education, conscious cuisine and above all, sustainability. At one of Bab Al Nojoom destination, they enforce a zero-waste, zero-carbon and plastic-free policy wherever possible. This begins from the on-site transport used to the sourcing of local, ethically produced food, sustainable water usage and conservation, preserving indigenous heritage and contributing positively to the communities they are in. Al Bayan Magazine conducted an interview with Siddharth Mehra, Cluster Director of Operations at Bab Al Nojoom on the sidelines of the Arabian Travel Market and following is the Q & A.



• **What are your expectations for the travel sector in 2022?**

- We are in this wonderful time post-pandemic, there seems to be a huge excitement about travel and leisure holiday. We believe there will be an increase in the number of people who will be then traveling on holiday at leisure to destinations which are different from the standard old hotels, we believe it is now the new normal.

• **The travel and tourism sectors in the world are expecting a return to pre-pandemic levels and to witness significant growth. What is your comment?**

- We see that sort of reaction today at the ATM when all travel trade partners seem to give the similar feel about how things are going to recover post-pandemic. People feel like going out more often and spend more time as a family together in different leisure destinations.

• **How much was the occupancy rate in your hotel and what are your future plans?**

- Bab Al Nojoom is right in Abu Dhabi city and we have these very unique products for glamping experiences and we have been doing for the whole year almost 85 percent occupancy so there is a lot of excitement on the product we have built at the Al Hudayriat Island in Abu Dhabi. The new property which we opened in Al Mugheirah in December 2021 is doing up to 70 percent occupancy. It is a classic silver airstream and intelligently designed cabin with a plunge pool.

• **What is the importance of your participation in the Arab Travel Market?**

- Since we are a new brand and representing Modon which is a government subsidiary, then we are excited to spread the word and let people know about the new brand and products as well as destinations we are developing.

محمد عيسى (THE RITZ CARLTON-BERLIN):

نبقى على تواصل دائم مع العملاء الأوفياء



يجسد THE RITZ CARLTON-BERLIN الجمال الناشئ عن الجمع بين العناصر المختلفة. ويعكس الفندق الفاخر العصر الذهبي لبرلين بتصميمه على طراز آرث ديكور والزخارف المتقاطعة، في إشارة إلى موقعه على مقربة من ساحة بوتسدامير بالاتس الشهيرة في ألمانيا والمعالم التاريخية والسياحية المعاصرة، ويوفر واحة من الهدوء والاسترخاء.

كشف محمد عيسى مدير المبيعات ريتز كارلتون - برلين، خلال تواجده في معرض سوق السفر العربي لمجلة «البيان الاقتصادية» عن أهمية المعرض الذي يشهد إقبالاً كبيراً ويعطي مزيداً من التفاؤل والأمل للمستقبل. شارحاً أهمية تفعيل الأنظمة والتطبيقات الرقمية لخدمة القطاع الفندقي والنزلاء، ما سرّع الخدمات والإجراءات المعتمدة في عملية الحجز.

■ ما مدى أهمية أسواق المنطقة العربية بالنسبة إليكم وما هي النسبة التي تشكلها من إجمالي محفظة أعمالكم؟

تشكل الأسواق العربية أهمية كبرى بالنسبة إلينا إنطلاقاً من أن النزلاء العرب وتحديداً دول مجلس التعاون الخليجي يمثلون عوائد ضخمة للسياحة الألمانية وتحديداً للوجهات السياحية الأبرز: برلين، فرانكفورت، ميونيخ ودوسلدورف. وبالتالي نحن نحاول بصورة مستمرة الترويج لفنادقنا والبقاء على تواصل دائم مع العملاء الأوفياء.

■ ما هي آخر التطورات التي شهدتها فنادقكم خلال الفترة الماضية؟

طوال فترة الإغلاق وانتشار الجائحة كانت فنادقنا شبه مغلقة، الأمر الذي دفعنا لإدخال بعض التجديدات على كل من فندق ريتز كارلتون RITZ CARLTON وماريوت MARRIOTT في العاصمة برلين. كما تهدف هذه الخطوة إلى الارتقاء بتجربة العملاء وتقديم خدمات متميزة تعد الأرقى على مستوى العاصمة.

الخدمات الرقمية تحسن من نوعية وجودة الخدمات المقدمة

■ كيف تواكبون التطور التكنولوجي الذكي، وما هو تأثيره على قطاعي السياحة والسفر؟

سرّعت جائحة كورونا عملية تفعيل الأنظمة والتطبيقات الرقمية لخدمة القطاع الفندقي والنزلاء بصورة عامة، الأمر الذي ساهم في تسريع وتسهيل الخدمات والإجراءات المعتمدة في عملية الحجز واستخدام مرافق الفندق بمختلف أنواعها. وبالتالي التوجه نحو الخدمات الرقمية في عالم السياحة والضيافة من شأنه الارتقاء بنوعية وجودة الخدمات المقدمة وفي الوقت نفسه تقليص حجم الإنفاق.

حريصون على مضاعفة جهودنا

■ كم بلغت نسبة الإشغال في RITZ CARLTON-BERLIN وما هي خططكم؟

إستعدادات معدلات الإشغال المستويات نفسها ما قبل ظهور الجائحة، ونحن الآن أمام تحدٍ كبير ومسؤولية مضاعفة إنطلاقاً من التغييرات التي طرأت على اليد العاملة في هذا المجال، وعددها، وجودة أدائها، إنطلاقاً من توقف الأعمال لفترة طويلة، إلا أننا حريصون على مضاعفة جهودنا لتقديم خدمات تحاكي تطلعات واحتياجات النزلاء من مختلف الجنسيات. ■

معتز نزال

(مدير المبيعات والتسويق لمنتج دانات العين):

نتميز عن باقي الفنادق بالخدمات



يتميز منتج دانات العين بموقعه، ويضم مجموعة من المطاعم ومراكز مختلفة للرياضة والترفيه.. كما تحتوي جميع غرف الضيوف على شرفة خاصة مع إطلالات على الحديقة والمساح وجبل حفيت.

وفي حديث مع معتز نزال، مدير المبيعات والتسويق لمنتج دانات العين، أوضح أنه من المتوقع عودة قوية لصناعة السفر والسياحة، في المقابل نواجه منافسة قوية ضمن فئتنا نظراً للأعداد الكثيرة من الفنادق

والمنتجات التي أنشئت. ولكننا متفائلون بأن الأيام القادمة ستحمل لنا المزيد من النجاح والأداء الجيد نظراً للخدمات المميزة التي نقدمها.

متفائلون بفضل نسب إشغال تصل إلى ٨٥%

■ من المتوقع أن يعود قطاع السفر والسياحة في العالم إلى ما كان عليه قبل جائحة «كوفيد-١٩» وأن يشهد نمواً ملحوظاً. ما تعليقكم على ذلك؟

من الملاحظ وجود فرص أكبر هذا العام على مستوى ارتفاع أعداد المجموعات السياحية بعد فترة طويلة من توقف الحركة السياحية عالمياً بسبب جائحة «كوفيد-١٩» ومن المتوقع عودة قوية لصناعة السفر والسياحة بما يتلاءم مع تطلعاتنا.

مساحات شاسعة من الواحات الخضراء تبعث على الاسترخاء

■ ما هي أبرز مميزات منتج دانات العين؟

يعد دانات العين من أكبر المنتجعات في منطقة العين ويتميز بمساحات شاسعة من الواحات الخضراء التي تزيد من الشعور بالاسترخاء والراحة بعيداً عن صخب المدن. كما أن جميع مرافق المنتج والنادي الرياضي وأحواض السباحة خضعت لعمليات إعادة تجديد، بالإضافة إلى وجود مجموعة من المطاعم والحانات التي تقدم خيارات متنوعة لتناول أشهر الأطباق والإستمتاع بأجمل الأوقات.

نواجه منافسة قوية ضمن فئتنا

■ هل تواجهون منافسة قوية من العلامات التجارية الأخرى؟

في الحقيقة إن تزايد أعداد الفنادق في الآونة الأخيرة كانت نتائجها إيجابية على النشاط السياحي في الإمارة إذ زادت الحركة. بالإضافة إلى أنه خلال الأعياد تستقطب إمارة العين أعداداً كبيرة من الوافدين هرباً من الازدحام والصخب في دبي وأبوظبي.

الهدف هو الاستجمام والحصول على قسط من الراحة

■ علام تتركز استراتيجيتكم التسويقية؟

لدينا توجه واضح لتقديم أرقى وأفضل الخدمات للنزلاء والاستفادة من تجربة فريدة من نوعها، فضلاً عن خدمة الزوار بما يرضي تطلعاتهم إنطلاقاً من أن الهدف الأساسي هو الاستجمام والحصول على قسط من الراحة.

■ ما هي نسبة الإشغال المتوقعة في منتج دانات العين لهذا العام؟

تتراوح معدلات الاشغال بين ٤٠ في المئة خلال أيام الأسبوع وما يقارب ٨٥٪ في عطلة نهاية الأسبوع، ونحن متفائلون بأن الأيام القادمة ستحمل لنا المزيد من النجاح والأداء الجيد. ■

Carsten Wiegandt

(General Manager – Kempinski Hotel Muscat):

Bring Muscat to the forefront of authentic Arabian hospitality

Kempinski Hotel Muscat is a modern interpretation of Muscat and the Sultanate, with stand-out elements that are truly Omani in nature. The hotel's buildings and facades are inspired by the landscape of Old Muscat. The design of the lobby originates from the nature of lilies in a lily pond, and is inspired by the Al Alam Palace, the ceremonial palace of His Majesty. The prominent location of the ballroom establishes a strong first impression, with an architectural design inspired by Arabic lanterns illuminated in the evening to reinforce the hotel as a landmark in Al Mouj Muscat community. German National Carsten Wiegandt, General Manager at Kempinski Hotel Muscat has been there from the start and was part of the pre-opening team in 2017. He started his career with Kempinski when he joined Kempinski Hotel Vier Jahreszeiten and after years of steady growth he was promoted to Executive Assistant Manager at Kempinski Hotel Airport Munich. Wiegandt later moved to China as General Manager of Kempinski Hotel Xian and after a successful tenure there, was assigned to various General Manager roles within the company and China including Complex Kempinski Hotel Yixing and Kempinski Hotel Wuxi, and was part of the preopening team at Kempinski Hotel Taiyuan and Kempinski Hotel Fuzhou. Al Bayan Magazine met Wiegandt during ATM show and conducted the following interview.



• How do you evaluate the Arabian Travel Market show for this year?

- I think it is very good that the markets are recovering, and it is a good signal not only for the region but also to the entire world that travel tourism is back. The indications are very positive.

• Did you make any refurbishments during the Covid-19 period?

- Oman was closed so basically during that time we focused on the local market. We were strategizing for the time after Covid, how we would come back, what measures should be taken, etc... We stayed in touch with our partners all the time so that once restrictions were lifted, we would be able to immediately welcome back our key international markets.

• How do you keep pace with smart technological development and what is its impact on the travel and tourism sectors?

- We are always ahead with everything in terms of technology which need to be implemented. During the times of Covid, we followed the technological requirements of the Ministry of Tourism as well as the Ministry of Health in Oman and Supreme Committee. We implemented devices which assured that the quarantine and vaccinations were in full effect, ensuring that our employees and guests were fully vaccinated and safe and non-vaccinated guests were identified within the hotel.

• How are you implementing sustainability and green?

- Sustainability is a very important strategic pillar of the opening of our hotel, we cooperated with partners in Oman to drive sustainability further not only in terms of energy consumption but also in terms of wastage and recycling.

• Do you have any summer packages?

- We just came out from the Eid holidays which were quite successful. We do have a special offer targeting local and GCC travellers during the summer period which includes fantastic outdoor activities that we currently offer at the hotel with our leisure partners such as sea tours, beach activities, island hopping, dolphin watching, snorkelling and much more. Also not forgetting our Kids Summer Camp that includes a daily schedule to keep children engaged with fun activities. It's important to highlight that our hotel doesn't only focus on leisure but also on meeting and commercial travelers.

Sherief Abouelmagd

(General Manager Steigenberger Hotel Doha)

We build the experience and understand the type of client and the persona of guests

The Steigenberger Hotel in Doha is the new flagship of this renowned hotel brand in Qatar. German and Qatari hospitality are united under the roof of Steigenberger Hotels & Resorts. The hotel is part of a full project (Hotel, Hotel Apartments and a mall in between, noting that the Mall and Hotel Apartments are still under construction. The building's modern, urban design complements Doha's exciting cityscape and represents an image of elegance, sophistication and iconic construction. Steigenberger Doha is ideally located in the heart of the business district on Al Matar Street, the airport road. Close by is Hamad International Airport (HIA). This offers direct access not only to public transport but also to local attractions. Sherief Abouelmagd, General Manager of Steigenberger Hotel Doha talked to Al Bayan Magazine about their preparations to host the 2022 FIFA World Cup, shedding light on the future advantages for Qatar hosting this event. He further expressed his point of view regarding the impact of this event on the economies of the countries of the region and on the State of Qatar. Following is an extract from the interview.



“Steigenberger Hotel, Doha is your homeaway from home and we are waiting to see you during the 2022 FIFA World Cup”

• The travel and tourism sectors in the world are expecting a return to pre-pandemic levels and to witness significant growth. What is your comment?

- As you can see at the ATM today, everybody is eager to travel so my projection it is going to be a big move in the next few months, it will ramp up and I think 2023 in general will come back more strong than ever.

• Do you think the demands of tourists and visitors have changed?

- I think people are eager to travel for various reasons. If we are talking about the corporate people who have been suppressed for the last three to four years, there is a lot of money to be made so definitely they want to move. Steigenberger comes from Doha which has been growing in the last five years and it is not only because of World Cup, there is a huge infrastructure development in the country from the government and from other sectors and oil and gas is very high. Therefore, everybody is eager to travel and we can see it already happening. With respect to other sectors, Doha specifically opened up a lot of visa on arrival for a lot of nationalities so they are trying to really expand their portfolio and people visiting various cultural things in Doha. They are trying to lead the world in the sports events, it is not just World Cup but F1 Formula was there and international basketball federation is coming so there is a lot of movement. In general I can see that there is excitement around the world for travel so we see a huge movement coming especially that everybody is eager to go.

• What makes Steigenberger Hotel special and unique?

- Steigenberger Hotel Doha is the Flagship for Dolce (Deutsche) Hospitality in the GCC area so we are very special. The property is super luxurious and it offers a unique lifestyle experience in an area where it is not the thought for like areas such as West Bay, Pearl and Lusail. Everybody was looking for something luxury on the other side of town. We are the commercial district closer to the airport and we offer all the luxury that you can dream of, we are not on a beach but we are looking like a resort in the middle of the city, it is a mix of business and leisure and we offer huge conference facilities and the latest F&B experiences, beautiful terrace with bubbly bubbly and a very spacious beautiful rooms. Our room is thought to be one of the best rooms in Doha in terms of design and quality. We will soon open our SPA including a Turkish Bath which will be our USP.

• Which nationalities are you expecting to visit your hotel?

- We have 50 percent Europe especially Germany, France and Belgium which are our top three feeder markets then from the GCC especially from UAE and Saudi Arabia. In the holidays we get filled up with Saudis who drive up to Qatar. We also think Far East will start at one point once Russia is done with this war thing, we think that India, China and Russia will be 3 big markets that will emerge into Qatar.

حسام كمال

(المدير العام لفندق AMWAJ ROTANA جميرا بيتش رزيدانس - دبي):



عودة النشاط السياحي لدولة الإمارات ودبي فاق التوقعات

يتمتع فندق أمواج روتانا AMWAJ ROTANA - دبي، بموقع مثالي على طول الجزء الشهير الذي يشمل على أماكن الترفيه وبيع التجزئة المعروف بإسم الممشى، وهو ممشى جميرا بيتش رزيدانس (جيه بي آر)، فندق خمسة نجوم ويبعد ٢٠ كلم عن مركز المدينة. وفي لقاء «البيان الإقتصادية» مع المدير العام لفندق AMWAJ ROTANA، حسام كمال، الذي تولى منصبه في الفندق عام ٢٠١٩ والحائز على شهادات عالية في السياحة والفنادق، بالإضافة إلى خبرته الطويلة في كل من جمهورية مصر، سلطنة عمان ودولة الإمارات، قال أنه كان لمعرض أكسبو ٢٠٢٠ دور رئيسي وبارز في دعم التعافي واستعادة القطاع السياحي لنشاطه وخصوصاً لدولة الإمارات بشكل عام ومدينة دبي بشكل خاص، ومع اعتماد الحكومة خطة تعافي منظمة ساعدت في المحافظة على نسب جيدة من الإشغال وحققت لفندق أمواج روتانا نسبة قياسية خلال الربع الأول من العام. وتابع نحن متفائلون بمرحلة من التعافي وإحداث نقطة تحول في مسيرة القطاع.

المحافظة على مستويات جيدة من الإشغال في مختلف مناطق الدولة وجذب أعداد قياسية من السياح. بالإضافة إلى أنه توجد عوامل عديدة منها كما ذكرت معرض «أكسبو ٢٠٢٠» الذي شكّل حافزاً لاستعادة القطاع السياحي عافيته بوتيرة سريعة، الأمر الذي انعكس إيجاباً على قطاع الضيافة حيث حقق فندق أمواج روتانا نسب إشغال قياسية خلال الربع الأول من العام ٢٠٢٢، فضلاً عن أن التعاون الحكومي مع شركات الطيران ووكالات السياحة لعب دوراً في تخطي تداعيات الجائحة وتنشيط العجلة الإقتصادية.

متفائلون بمرحلة ملؤها التعافي

■ هل أنتم متفائلون خلال المرحلة المقبلة؟

– بالتأكيد، الأمور تتجه نحو مرحلة تعافي بفضل السياسات والخطط التي وضعتها الحكومة، كما أن إمارة دبي مركز جذب للفعاليات والمعارض العالمية وهذا يشكل نقطة مهمة في مسيرة القطاع السياحي ومن المتوقع الوصول إلى نسب إشغال ضخمة على مستوى إمارة دبي في الأشهر القادمة. ■

■ **البيان** من المتوقع أن يعود قطاع السفر والسياحة في العالم إلى ما كان عليه قبل جائحة «كوفيد-١٩» وأن يشهد نمواً ملحوظاً. ما تعليقكم على ذلك؟

– عودة النشاط السياحي لدولة الإمارات وفي دبي على وجه الخصوص فاقت التوقعات، كما كان لمعرض «أكسبو ٢٠٢٠» دور رئيسي وبارز في دعم التعافي واستعادة القطاع السياحي لنشاطه، حيث تمكنت إمارة دبي من تحقيق نسب إشغال ضخمة انعكست نتائجها على مختلف القطاعات.

أما بالنسبة لمعرض «سوق السفر العربي» في دورته الحالية فقد سجّل إقبلاً ضخماً من مختلف دول العالم، وهذا مؤشر على الإهتمام بالسوق الإماراتية وما تقدمه من فرص استثمارية واعدة في صناعة الفنادق.

نسب إشغال قياسية خلال الربع الأول من العام ٢٠٢٢

■ كيف تقوّمون أداء فندق أمواج روتانا خلال الربع الأول من العام ٢٠٢٢؟

– إعتمدت الحكومة خطة تعافي منظمة ساعدت إلى حد كبير في



وقت الصيف... استمتع

روتانا
Rotana

من الشواطئ الخلابة إلى رحلات المدينة النابضة بالحياة، هناك الكثير بانتظارك هذا الموسم في روتانا. استمتع بصيف مليء بالمتعة والاسترخاء، في أي من فنادق ومنتجعات روتانا مع خصم ٢٠% على أسعار الغرف، سرير إضافي مجاني عند حجز إقامة عائلية، و العديد من المزايا الحصرية.

قم بالحجز الآن على rotana.com

روتانا أركان ريجن سنتر إيدج ريزيدنس
فنادق ومنتجعات للأنشطة الفندقية فنادق ومنتجعات

rotana.com

حائزة على جائزة أفضل شركة طيران في العالم الخطوط الجوية القطرية الثانية عالمياً في عوائد المسافرين



أكبر الباكر
الرئيس التنفيذي

شاركت الخطوط الجوية القطرية في معرض «سوق السفر العربي ٢٠٢٢»، الذي إنطلقت فعالياته بتاريخ ٩ مايو حتى ١٢ منه في دبي، وذلك بعد تخفيف القيود المفروضة على السفر نتيجة لجائحة «كوفيد-١٩»، حيث تستعرض تجربة السفر الفريدة على درجة رجال الأعمال «كيو سويت» الحائزة على عدة جوائز عالمية، ومنها جائزة أفضل مقعد لدرجة رجال الأعمال.

والخطوط الجوية القطرية تتمتع بمكانة قوية بوصفها شركة الطيران الحائزة على جائزة أفضل شركة طيران في العالم، وتسيّر رحلاتها عبر مطار حمد الدولي، الحائز على جائزة «أفضل مطار في العالم».

وأصبحت أول شركة طيران دولية تحصل على تصنيف خمس نجوم في «تدقيق تدابير السلامة الخاصة بـ «كوفيد-١٩» على مستوى شركات الطيران» من سكاي تراكس. كما حققت الشركة نمواً لافتاً بلغ ٢٦٪ مقارنة بعام ٢٠٢٠ الذي بلغت نسبة النمو فيه ١٪ فقط. ووسّعت شبكة وجهاتها لتضم ١٤٥ وجهة عالمية.

منتج سيلين يفوز بجائزة إختيار المسافرين



ماركو يوفانوفيتش

أعلن منتج شاطئ سيلين، من منتجات مروب، فوزه بجائزة إختيار المسافرين لعام ٢٠٢٢ من موقع تريب أدفيزور والتي تُمنح للشركات الحاصلة على تقييمات متميزة من المسافرين حول العالم على مدار الأشهر الـ ١٢ الماضية.

وبهذه المناسبة، ثَمَّن **ماركو يوفانوفيتش**، المدير العام للمنتج التقييمات الرائعة التي قدمها ضيوف ونزلاء المنتج عبر موقع تريب أدفيزور حول تجربة إقامتهم وأعرب عن بالغ شكره وإمتنانه لهم فقال: «فخورون للغاية بالثقة الكبيرة التي نحظى بها من قبل الضيوف والنزلاء، إذ إنها ستظل أهم المحفزات التي تدفعنا دوماً نحو مزيد من التطوير لخدمتنا كي تتماشى مع أحدث المستويات العالمية، ومواصلة العمل لتهيئة أفضل تجارب الإقامة والترفيه والاسترخاء. نشكر ضيوفنا على إختيار منتج شاطئ سيلين، لقد مكنتنا دعمكم من التتويج بجائزة إختيار المسافرين لعام ٢٠٢٢ من موقع تريب أدفيزور كإنجاز جديد يُضاف إلى سجلاتنا الزاخرة، لذا نعدكم بتقديم ما يرقى إلى مستوى تطلعاتكم ويتجاوز توقعاتكم».

فندقان جديان يعبران عن الضيافة القطرية الفاخرة



هنريك كريستيانيس
الرئيس التنفيذي

أطلقت شركة إستثمار القابضة مشروعين جديدين في قطاع الضيافة الفاخرة في قطر، الأول: فندق خمس نجوم يقع على تلال كتارا في قلب الحي الثقافي كتارا ويضم ٢٠ شاليهاً ذات تصميم إستثنائي ولكل شاليه مسبح خاص، والثاني: فندق ومنتجع عائلي على الطراز العربي، يقع في منطقة أسباير زون ويتكوّن من ٣٣ فيلا لكل منها مسبح خاص و٤ مطاعم راقية، مركز إستجمام صحي، نادٍ رياضي ونادٍ لألعاب الأطفال وملاعب لتنس البادل.

عروض الصيف من منتج البنانا - قطر

صرّح منتج جزيرة البنانا - الدوحة، عنوان الضيافة الفاخرة والوجهة الأولى للرفاهية والفخامة في قطر، عن مجموعة من العروض المميزة والمتنوعة التي تلبّي جميع تطلعات عملائه متيحاً الفرصة أمام الضيوف والنزلاء للاستمتاع بقضاء أجمل الأوقات في مرافق المنتج خلال فصل الصيف.

بالإضافة إلى عروض المأكولات، يوفر المنتج مجموعة من الخيارات والتي تناسب كافة الأنواق بتشكيلة واسعة من أشهى الأطباق المختارة الآسيوية الفاخرة. وفرصة للاحتفال بذكرى سنوية أو مناسبة سعيدة من خلال تجهيز أجواء استثنائية على الشاطئ.

وسيتوفر للنزلاء في قُل المنتج تجارب حصرية من خلال تناول الوجبات المعدة على صواني تطفو على سطح الماء أثناء الاستمتاع بحمام السباحة. وكذلك للراغبين في قضاء أوقات مميزة، يوفر منتج جزيرة البنانا عرض «مرحباً بالطقس الجميل» باقة مميزة من المزايا تخول النزلاء الاستمتاع بالشاطئ الذهبي واستخدام بركة «لاغون» المميزة وغيرها من الأنشطة الرياضية لكافة أفراد العائلة.

سانت ريجيس الدوحة يفتتح مطعم «أستور غريل»



وسام سليمان

أعلن فندق سانت ريجيس الدوحة ST REGIS DOHA، العنوان الأرقى للضيافة الفاخرة في قطر، عن إفتتاح مطعم «أستور غريل» في حَلّة جديدة كلياً ليستقبل مجدداً ضيوفه من أحبّاء تجربة الستيك هاوس المستوحاة من مدينة نيويورك الأميركية، وتمت تسمية مطعم أستور غريل تقديراً للعائلة **جون جاكوب أستور الرابع** الذي أسس أول فندق سانت ريجيس في مدينة نيويورك قبل قرن، وقام بنشر دليل

الطهي الشهير للشيف الفرنسي **إسكوفير** الذي يعد مرجعاً عالمياً للطبخ والطهاة. يقدم المطعم تجربة مبتكرة لتناول الطعام، حيث يتم عرض جميع قطع اللحم بعناية ويمكن للضيوف اختيار قطعة اللحم المفضّلة للشواء، كما يقدم خيارات أخرى من أطباق ثمار البحر والأطباق النباتية، يتم تحضير جميع المشاوي على الفحم في فرن من علامة جاسبر العالمية التي تمنح قطعة اللحم نكهة وطعماً فريداً. عند دخول المطعم، ينبهر جميع الزوّار بالتصميم الداخلي الأنيق والتفاصيل المعاصرة المستوحاة من أفخم المطاعم في نيويورك كما يستمتع الزوّار بتجربة الطعام في أجواء دافئة على مشهد بانورامي لمياه الخليج وإطلالة جزيرة اللؤلؤة. يعلّق **وسام سليمان** مدير عام فنادق سانت ريجيس في الدوحة: «نحن سعداء جداً بافتتاح مطعم أستور غريل مجدداً ونرحّب بضيوفنا لنقدم لهم تجربة فريدة من نوعها تجعل من سانت ريجيس الدوحة الوجهة الأولى لأحبّاء المشاوي وتناول الطعام في أجواء ممتعة وراقية».

وسام حدرج ينضم إلى حياة ريجنسي أيلة



من اليمين: جان فرانسوا رينيه دوران ووسام حدرج

إنضمّ إلى فريق عمل فندق حياة ريجنسي أيلة، وسام حدرج، وهو يتمتع بخبرة طويلة في مجال المبيعات والتسويق في قطاع الضيافة والفنادق. وقد ترأس حدرج إدارة المبيعات والتسويق في فنادق عدة في منطقة الخليج والشرق الأوسط ولعب دوراً بارزاً في تسويقها وفي زيادة نسب الإشغال فيها. يذكر أن حدرج حائز على شهادة بكالوريوس في إدارة الفنادق والسياحة من جامعة الأردن التطبيقية.

عروض ترفيهية حية وأجواء احتفالية مميزة من بارك حياة الدوحة



طرح فندق بارك حياة الدوحة، مجموعة مميزة من العروض الجديدة مع انطلاق موسم الصيف عبر مطاعمه الشهيرة أوبس وسورا، بالإضافة إلى عروض ترفيهية حية وأجواء احتفالية مميزة، وأنشطة لجميع أفراد العائلة مقابل ١٩٩ ريال قطري و ٩٩ ريال قطري للأطفال. وعلق السيد روجر سعد، المدير العام لفندق بارك حياة الدوحة، على العروض قائلاً: «مع حلول فصل الصيف، يسعدنا تقديم مجموعة عروض مميزة تتيح للضيوف فرصة الاستمتاع بكرم الضيافة. وينفرد الفندق بموقع إستراتيجي، على مقربة من أكثر الوجهات شهرة في المدينة ما يجعل منه نقطة وصول مثالية إلى أبرز المعالم السياحية فيها».

أنثوني توماس مديراً عاماً لفندق ويندام غراند ريجنسي



أعلن فندق ويندام غراند ريجنسي الدوحة عن تعيين أنثوني راج توماس مديراً عاماً للفندق. وكان توماس منتسباً إلى مجموعة شهد العقارية المملوكة لمالك الفندق محمد مبارك الكعبي، حيث عمل على إدارة الإستثمار العقاري للمجموعة خلال السنوات العشرين الماضية. وكشفت فنادق ومنتجعات ويندام إضفاء الطابع الرسمي على انضمام أنثوني راج توماس، حيث يتولى رسمياً زمام المبادرة في فندق ويندام للفنادق والمنتجعات في الشرق الأوسط ضمن مجموعة العلامات التجارية ويندام غراند.

«إعمار للضيافة» تستهدف افتتاح ١٠ فنادق جديدة العامين الجاري والمقبل



قال مدير قطاع الضيافة لدى مجموعة «إعمار للضيافة» مارك كيربي MARK KIRBY، إن «المجموعة تخطط لإفتتاح خمس منشآت فندقية جديدة خلال العام الجاري، منها أربع منشآت في السوق الإماراتية، كما تستهدف إفتتاح خمسة فنادق أخرى خلال العام المقبل»، مشيراً إلى أن محفظة المجموعة تضم حالياً أكثر من ٣٠ فندقاً في الخدمة في مختلف الأسواق، الجزء الأكبر منها في الإمارات.

وذكر كيربي، أن «فنادق المجموعة تحقق أداء جيداً، مع إفتتاح المزيد من الوجهات، وتخفيف بروتوكولات السفر، حيث يواصل قطاع السياحة الانتعاش، مشيراً إلى أنه مع إستضافة معرض (إكسبو ٢٠٢٠ دبي)، الذي إختتم أعماله بنهاية مارس الماضي، وغيرها من الفعاليات الأخرى في دبي، فإن قطاع السياحة يواصل تحقيق أرقام جيدة». وبيّن أنه «بالنسبة لمتوسط أسعار الغرف والعائدات عليها، فهي تخطت توقعاتنا والنسب التي كنا نستهدفها، لافتاً إلى أن إشغال فنادق المجموعة في دبي تخطى حاجز الـ ٧٠٪ خلال الربع الأول من العام الجاري».

ولفت إلى أن «الأسواق الدولية إنتعشت بقوة، وإنعكس ذلك على إرتفاع نسبة السياح الدوليين من إجمالي ضيوف المنشآت الفندقية»، مشيراً إلى «أن القطاع يواصل الانتعاش بدعم من جاذبية دبي كوجهة سياحية بارزة على الصعيد العالمي»، موضحاً أن فنادق المجموعة تشهد طلباً عالياً خلال عطلة عيد الفطر. وأضاف كيربي: «يشهد العام الجاري إنتعاش القطاع بشكل ملحوظ، ونتطلع لتسريع جهودنا، وتحقيق مزيد من النجاح، عبر مواكبة أحدث التوجهات والإحتياجات بقطاع الضيافة، في ضوء العصر الجديد لقطاعي الضيافة والسفر».

وأوضح أن «لدى إعمار للضيافة» خطط تطوير تشمل مختلف العلامات التي تمتلكها، بما في ذلك الفنادق من الفئة المتوسطة والفاخرة أيضاً، لافتاً إلى أن المجموعة لديها محفظة من أصول الضيافة والعلامات التجارية، بما في ذلك: العنوان للفنادق والمنتجعات، وفيدا للفنادق والمنتجعات، وروف للفنادق، إضافة إلى الشقق الفندقية المجهزة. وبيّن أن العلامات الفندقية التابعة للمجموعة، تلبي مختلف متطلبات المتعاملين والزوار، لافتاً إلى أن المجموعة تدرس إحتياجات كل سوق، وطبيعة الطلب، وبناءً عليه نواصل خطط التطوير وفق إستراتيجية واضحة.

فندق إنتركونتيننتال مالطا يستضيف سيدة مالطا الأولى ميريام فيلا



في لفظة مميزة جداً، إستضاف فندق إنتركونتيننتال مالطا سيدة مالطا الأولى ميريام فيلا. وبهذه المناسبة، عبّر مدير عام مجموعة إنتركونتيننتال وهوليداي إن إكسبريس مالطا كارلوس مالباردواكيس عن فخرهم وسعادتهم بحلول السيدة الأولى ضيفة على الفندق. والمعروف أن إنتركونتيننتال مالطا له خصوصيته سواء من حيث موقعه في منتجع سانت جوليان أو المجموعة المتنوعة من المرافق التي يضمها، الأمر الذي يمنح النزلاء إقامة لا مثيل لها.

صالح صالح مدير التدبير المنزلي الجديد في إنتركونتيننتال الأردن



قام فندق إنتركونتيننتال الأردن بتعيين صالح صالح في منصب مدير التدبير المنزلي. سيستخدم صالح خلفيته الفندقية الواسعة والحقيقية لمواصلة تقديم مستوى عالٍ من الخدمة للضيوف في الفندق، والذي لطالما كان أحد المواقع الرئيسية في المدينة. ولد صالح في الكويت، وكان جزءاً من صناعة الضيافة الوطنية أيضاً منذ عام ٢٠٠٢ وله جذور عميقة في التدبير المنزلي والنظافة والخدمات الصحية التي تم تطويرها في عمان بالأردن. من المؤكد أن مجموعة الخبرات التي يتمتع بها صالح، جنباً إلى جنب مع شغفه بتنمية الأفراد ستعمل على رفع مستوى تجربة الضيف. في هذا المنصب، سيشرف صالح على أجهزة وعمليات التدبير المنزلي الديناميكية للشركة لضمان تقديم «طريقة تنظيف IHG» لمجموعة فنادق إنتركونتيننتال في جميع مرافق الفندق لضمان النظافة والسلامة التي يتطلبها كل ضيف خلال رحلته.

مجموعة فنادق «انتركونتيننتال»

تخطط لافتتاح ١١ مشروعاً فندقياً جديداً



قال هيثم مطر، رئيس مجموعة فنادق ومنتجعات «انتركونتيننتال» IHG في منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا والهند، إن «المجموعة، التي تدير ٢٦ منشأة فندقية في السوق الإماراتية، تستهدف افتتاح ١١ فندقاً خلال السنوات الخمس المقبلة، منها ست منشآت فندقية في دبي»، مشيراً إلى مستويات الأداء الكبيرة التي حققتها فنادق المجموعة خلال العام الماضي والربع الأول من العام الجاري. وأضاف أن مؤشرات الأداء المختلفة في فنادق المجموعة في دبي، بما في ذلك الإشغال الفندقي، ومتوسط الأسعار والعائد، تخطت مستويات ما قبل الجائحة. ويّين مطر أن دبي سجلت مستويات أداء قوية بالتزامن مع معرض «أكسبو ٢٠٢٠»، وواصلت تسجيل معدلات مرتفعة بعد انتهاء فعاليات المعرض الدولي، لافتاً إلى وجود نسبة كبيرة من الحجزات المؤكدة خلال الأشهر القليلة المقبلة. ولفت إلى جاذبية الاستثمار السياحي في دبي، بدعم من المؤشرات القوية التي تسجلها وجهة سياحية لها مكانة عالمية كبيرة. ويّين أن لدى المجموعة ٦٠ فندقاً آخر في طور الإعداد في الشرق الأوسط، وتقوم بتوقيع الاتفاقيات لإنشاء المزيد من الفنادق.

وتفوز بجائزة أفضل علامة تجارية للفنادق في العالم

فازت فنادق ومنتجعات إنتركونتيننتال IHG بلقب «أفضل علامة تجارية للفنادق في العالم» في الدورة الحادية والعشرين لجوائز بيزنس ترافيلر الشرق الأوسط. ومن ضمن الجوائز الأخرى لمجموعة إنتركونتيننتال، فوز سيتي ستارز القاهرة بلقب أفضل فندق أعمال في مصر، وفوكو الرياض كأفضل فندق أعمال في الرياض.

جلسات يوغا صباحية في إنتركونتيننتال الأردن

يركز فندق إنتركونتيننتال عمان - الأردن، بشدة على تجديد العقل، الجسد، والروح. حيث يوصف الفندق بأنه «ملان للشفاء»، ويقدم برنامج يوغا قائم على نمط الحياة، بدأ في ٢٨ مايو وسيحدث كل يوم سبت وأربعاء من كل أسبوع من الساعة ٠٧,٠٠ صباحاً حتى ٠٨,٠٠ صباحاً. ويقوم الفندق بتقديم حصائر اليوغا المعقمة، والتأكد من حصول المشاركين على نسبة عالية من الماء، هي بعض الجوانب الرئيسية لضمان تعزيز الصحة أثناء التطور الروحي. وسيتم توجيه الجلسات من قبل أخصائية اللياقة البدنية الموهوبة في الفندق سيرينا قانوت في المنطقة الخارجية من سبا إنتركونتيننتال. تم استلهام هذا البرنامج نحو مساهمة الفندق في التعافي الاجتماعي، وزيادة الصحة للجميع.

مهند خلف مدير الطعام والشراب الجديد في فندق إنتركونتيننتال الأردن



أعلن فندق إنتركونتيننتال الأردن عمان عن تعيين مهند خلف مديراً جديداً للطعام والشراب. في هذا المنصب، سيستخدم خلف خلفيته الفندقية الأصيلة والمتنوعة لمواصلة تقديم مستوى عالٍ من الخدمة للضيوف في الفندق التاريخي في المدينة والذي لطالما كان أحد المواقع الرئيسية في المدينة. بدأ خلف مسيرته الفندقية في مونترال - كندا، وكان جزءاً من صناعة الضيافة الوطنية منذ عام ٢٠٠٢ وله جذور عميقة في قسم الطعام والشراب، التي تم تطويرها في كندا والأردن. ومن المؤكد أن ثروة الخبرة في الخدمة والمنتج إلى جانب شغفه بتنمية الأفراد سترفع من تجربة الضيف.

في هذا المنصب، سيشرف خلف على عمليات الفندق الواسعة في مجال الطعام والشراب لتعزيز مكانة إنتركونتيننتال الأردن كمشغل رئيسي للمطاعم والبارات الفاخرة في الأردن.



AMMAN
CAIRO
MUSCAT
JEDDAH
DUBAI
TOKYO
OSAKA
BANGKOK
HANOI
SINGAPORE
SYDNEY
MELBOURNE
BALI
TAHITI

إنتركونتيننتال الأردن أيقونة الرفاهية والخدمة الاستثنائية في عمان

يضم فندقنا بخدمة الخمسة نجوم ٤٤٠ غرفة تتزين بالعصرية والديكورات المليئة بالفخامة. ويتميز أيضاً بموقعه الثقافي والتاريخي المميز في قلب العاصمة وتحديداً على إحدى جبال عمان العريقة ويعتبر قريباً لمركز المدينة. ويُعد واحداً من الأماكن المهمة منذ ٥٨ سنة. ويوفر الفندق تجربة لا مثيل لها لرواده من رجال وسيدات الأعمال أو من يبحثون عن المتعة والرفاهية. بالإضافة لتشكيلة متنوعة من الأطباق والمنشروبات العالمية. كما يتوفر أيضاً مساحة ٤٠٠٠ متر مربع للفعاليات والحفلات، ويوفر كل مطعم موجود في الفندق مزيجاً من مذاق الأطباق العالمية والمحلية بخدمات ضيافة لا مثيل لها.

CLUB
INTERCONTINENTAL
INTER SUMMER
TERRACE

Lounge

Cafe
Boulevard

برج الحمام
Boutique Hotel

Cinco De Mayo

Soba

india

Arrium

SPA

1
انتركونتيننتال
الأردن

عش حياة الإنتركونتيننتال.

شركة البحر الأحمر للتطوير تضم لقائمتها أشهر علامات الضيافة الفاخرة عالمياً



عبدالله الزهراني



جون باغانو

أعلنت شركة البحر الأحمر للتطوير The Red Sea، الشركة المطورة لأحد أكثر مشاريع السياحة المتجددة طموحاً في العالم، عن توقيع ثلاث اتفاقيات جديدة مع علامات تجارية مرموقة في قطاع الضيافة لإدارة وتشغيل مجموعة من فنادق المرحلة الأولى من وجهة البحر الأحمر. وجاء هذا الإعلان على هامش مشاركتها في مؤتمر «قمة مستقبل الضيافة» في الرياض. وتشمل هذه العلامات كلاً من «محمية الريتز-كارلتون» ومنتجات «ميرافال»، اللتان تسجلان أول حضور لهما في منطقة الشرق الأوسط، وفنادق «روزوود».

وفي هذا السياق، قال جون باغانو، الرئيس التنفيذي لشركة البحر الأحمر للتطوير: «يضيف توقيع هذه الاتفاقيات للنقطة العالية عالمياً والتي يضعها قطاع الضيافة في وجهة البحر الأحمر، ويؤكد على تزايد إقبال رواد القطاع على الفرص في سوق السياحة المتنامي بوتيرة متسارعة للغاية في المملكة العربية السعودية، حيث بلغ عدد المنضمين للوجهة اليوم ١٢ علامة ضيافة عالمية. فضلاً عن تسجيل اثنان من تلك العلامات التجارية المرموقة ضمن أول حضور لمنتجاتها في الشرق الأوسط في وجهة البحر الأحمر، والذي يرسم مستقبلاً مشرقاً لقطاع السياحة السعودي».

وتتألف وجهة البحر الأحمر عند اكتمالها في عام ٢٠٣٠ من ٥٠ فندقاً توفر ما يصل إلى ٨٠٠٠ غرفة فندقية، إضافة إلى أكثر من ١٠٠٠ وحدة سكنية موزعة على ٢٢ جزيرة وستة مواقع داخلية. وستضم الوجهة كذلك مطاراً دولياً، ومراسٍ فاخرة، وملاعب غولف، والعديد من مرافق الترفيه والاستجمام.

السعودية: نعمل على تعزيز السياحة

ونتطلع لاستقبال ٧٠ مليون زيارة هذا العام

تهدف السعودية لأن تتخطى الزيارات السياحية التي تستقبلها هذا العام ٧٠ مليون زيارة بعد أن تمكنت من اجتذاب ٦٢ مليوناً العام الماضي، بما يوضح محاولات المملكة المنسقة لتعزيز قطاع السفر والسياحة لديها، بحسب مسؤول في قطاع السياحة. وبدأت المملكة في السنوات القليلة الماضية في الترويج أيضاً للسياحة غير الدينية في إطار استراتيجية لتنويع الأنشطة الاقتصادية بعيداً عن النفط وهي مساع يقودها ولي العهد الأمير محمد بن سلمان.

وقال فهد حميد الدين الرئيس التنفيذي للهيئة السعودية للسياحة لوكالة رويترز «سأقول ذلك للمرة الأولى... شهدنا ارتفاعاً يفوق ١٣٠٪ مقارنة بمستويات ما قبل الجائحة»، مضيفاً أن ذلك يعود لقطاع سياحة الترفيه فقط ولا يشمل السياحة الدينية.

المملكة تقفز ١٠ مراكز في مؤشر السياحة العالمي إلى المركز ٣٣



حققت السعودية إنجازاً جديداً ضمن مؤشر تطوير السفر والسياحة TTDI الصادر عن منتدى الاقتصاد العالمي WEF، حيث قفزت عالمياً إلى المركز ٣٣ متقدمة عشرة مراكز دفعة واحدة مقارنة بـ ٢٠١٩.

وعبر أحمد الخطيب وزير السياحة عن اعتزازه بهذه النتيجة، مشيراً إلى الدعم غير المحدود من قيادة المملكة لقطاع السياحة.

وقال إن «القطاع يحظى بمتابعة مباشرة من ولي العهد الذي كان ولا يزال يوجه بتوفير كل الممكنات، وهذا الأمر كان عاملاً مؤثراً ساعداً في تخطي عدد من مبادراتنا للأهداف التي تم إقرارها ضمن إستراتيجية تنمية السياحة الوطنية».

وأكد أن الجهود مستمرة حتى تصبح المملكة واحدة من أبرز الدول التي تستقبل السياح وهذا الأمر يدعمه مجموعة من المشاريع الضخمة والتطوير المستمر لجميع الوجهات السياحية والسعي الجاد لتطوير تجربة السائح.

ووفقاً للمؤشر فقد شمل التحسن جميع المحاور الرئيسة الخمسة، إضافة إلى ١٢ من المحاور الفرعية، وبذلك أصبحت المملكة ثاني أعلى دولة في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ضمن المؤشر، كما جاءت ضمن أفضل عشر دول في ثلاثة من المحاور.



السعودية دعت إلى تبني طيران عالمي مستدام



المهندس صالح الجاسر
وزير النقل والخدمات اللوجستية

أكد المهندس صالح الجاسر، وزير النقل والخدمات اللوجستية، عن استضافة مؤتمر «مستقبل الطيران» كل عامين في السعودية، كاشفاً عن توجه بلاده للبحث عن شركاء جدد واتفاقيات كبرى للخدمات الجوية.

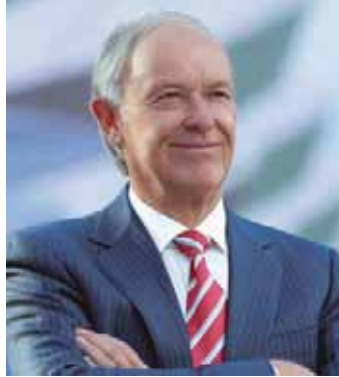
وقال ان السعودية تمهد الطريق لتأسيس رؤية واضحة لمستقبل الطيران الدولي ووضع الثقة للمسافر، وأن تكون رائدة في الابتكار وبناء طيران عالمي مستدام وتقديم المساهمات وتحقيق الرفاهية للعملاء.

وبيّن م. الجاسر أن القطاع سيشهد تحولاً كبيراً وفرصاً عالمية. كما خصّص المؤتمر جلسة حوارية لتسليط الضوء على المرأة ونجاحاتها وصولاً إلى تحقيق ازدهارها في مجال صناعة الطيران.

وأكدت المهندسة مشاعل الشميمري، أول سعودية في مجال هندسة الطائرات والمركبات الفضائية والصواريخ، ان المملكة تهتم بمستقبل الطيران وتعمل لتحفيز المرأة على الدخول في مجال هذه الصناعة.

وشدّدت الدكتورة شيفالي جونيجا، ممثلة الهند لدى «إياكو» على ضرورة تحسين الفكرة الذهنية لوجود المرأة في المجال. من جانب آخر، أعلنت «الهيئة العامة للطيران» عن جوائز التقييم الاجمالي لجودة المطارات لعام ٢٠٢٢، حيث نال «مطار الملك خالد الدولي» ٣ جوائز: «أفضل مطار دولي» و«منطقة إنهاء الإجراءات» و«الخدمات الجمركية».

فوز «طيران الإمارات» بجائزتين عالميتين لأفضل «واي فاي» و«طعام»



TIM CLARK
Emirates President



أحمد بن سعيد آل مكتوم
رئيس مجلس الإدارة - طيران الإمارات

حصلت «طيران الإمارات» جائزتين خلال حفل «جوائز أبيكس» APEX 2022، الذي أقيم في العاصمة الإيرلندية دبلن.

وأفادت في بيان بأن «جوائز أبيكس» تمنح نتيجة إختيار الركاب، لافئة إلى فوزها بجائزتي «أفضل إنترنت لاسلكي WI FI» و«أفضل مأكولات ومشروبات على الطائرة» في الشرق الأوسط. وشمل البحث ركاب سافروا على أكثر من مليون رحلة مع نحو ٦٠٠ ناقلة من جميع أنحاء العالم، خلال العام الجاري، وتقييم تجارب سفرهم في خمس فئات فرعية: راحة المقعد، خدمة المقصورة، الطعام والمشروبات، الترفيه، والإنترنت اللاسلكي.

وتتوّج هاتان الجائزتان جهود طيران الإمارات لتقديم أفضل تجربة متعاملين على متن الطائرة، كما رفعتا العدد الإجمالي لـ «جوائز أبيكس» المقدمة للناقلة إلى ٣٠ جائزة منذ إطلاق هذه الجوائز في العام ٢٠١٠.

ونظراً لأهمية التواصل فقد كانت «طيران الإمارات» من أوائل الناقلات العالمية التي وفّرت إمكانية استخدام الهاتف المحمول على جميع طائراتها في العام ٢٠٠٧. كما جهّزت جميع طائراتها بخدمة «واي فاي» "WI FI".

كذلك، يوفر نظام «طيران الإمارات» للمعلومات والاتصالات والترفيه الجوي ice أكثر من ٥٠٠٠ قناة، منها ما هو مخصّص للعائلات والأطفال، وقنوات للأفلام والبرامج التلفزيونية، والموسيقى والبودكاست بالإضافة إلى عرض للأحداث الكبرى لمحبي الرياضة وأخبار العالم.

وإنطلاقاً من مبدأ «تميّز دائم» أكدت طيران الإمارات أنها ستطلق برنامجاً ضخماً لتحديث أسطولها وتجهيز ١٢٠ طائرة بمقصورة الدرجة السياحية الممتازة، إضافة إلى أحدث التصاميم الداخلية في المقصورات الأخرى.

صافي ربح فنادق الخليج خلال الربع الأول بلغ ٢,١٢٣ مليون دينار



وصل الربح الصافي لمجموعة فنادق الخليج خلال الربع الأول من العام الحالي إلى ٢,١٢٣ مليون دينار مقارنة بخسارة ٢٠٧,١١٩ دينار في الربع الأول من العام السابق، وزاد إجمالي الدخل الشامل ٢,٥٠٠ مليون دينار.

كذلك زادت قيمة الإيرادات بمعدل ٤,١٤٥ مليون دينار بنسبة ٧٩,٧٤٪. مقابل إجمالي حقوق الملكية الذي انخفض إلى ٢,١٧٩ مليون دينار بنسبة ٢,١٤٪. وزيادة إجمالي الأصول بنسبة ١,٤٥٪.

وحققت «الفورمولا ١» عوائد ممتازة للعديد من القطاعات في المملكة، وأعرب رئيس مجلس الإدارة فاروق المؤيد عن فخره كون مجموعة فنادق الخليج، أصبحت أول مجموعة ضيافة محلية تعمل في أوروبا، وأكد أن الشركة، حققت تقدماً إيجابياً بعد التعافي، بفضل الجهود الكبيرة التي بذلها مجلس الإدارة وإدارة المجموعة في خفض التكاليف وتعزيز الإيرادات، كما هو واضح في كل من الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك EBITDA.

أول رئيس مجموعة فندقية ينال هذه الجائزة ناصر النويس ينال جائزة «إنجاز العمر»



GUY HUTCHINSON



ناصر النويس

أعلنت مجموعة روتانا، حصول رئيس مجلس إدارتها السيد ناصر النويس، على جائزة «إنجاز العمر» خلال حفل توزيع جوائز بيزنس ترافيلر الشرق الأوسط ٢٠٢٢. ونظراً لإستيفائه مؤهلات الريادة، بات النويس أول رئيس مجلس إدارة مجموعة فندقية ينال هذه الجائزة اللامعة التي تنتمي على أداء رؤاد قطاع الضيافة الذين لديهم بصمتهم الاستثنائية في المنطقة.

ومن خلال تأسيسه لشركة روتانا في العام ١٩٩٢، مهّد النويس الطريق أمام العلامة المحلية لتحقيق رؤيتها في أن تصبح إحدى مجموعات الضيافة الرائدة في المنطقة، والتي أرسّت معايير جديدة بين منافسيها في قطاع الضيافة العالمي. ومن خلال دوره كرئيس لمجلس الإدارة، حرص النويس على ترسيخ مكانة روتانا من خلال تنفيذ الوعد الذي قطعت لضيوفها «معنا للوقت معنى» مع إتباع نهج أصيل في شتى أنحاء المنطقة.

وقال ناصر النويس، رئيس مجلس إدارة روتانا: «أشعر بالفخر لنيلي جائزة «إنجاز العمر» الرفيعة وهي شرف لي ولكل زملائي في روتانا. وإن دلّت هذه الجائزة، فإنما تدل على عملنا الجاد والتزامنا الثابت على مدى سنوات بجعل روتانا شركة ناجحة على المستوى الدولي. ومنذ افتتاح فندق الشاطئ روتانا أبوظبي، أول فندق لنا في العام ١٩٩٣، تمثّلت رؤيتنا في تأسيس مجموعة ديناميكية ورائدة ترتقي بمعايير الضيافة العربية. واليوم، أنا فخور لأن الفريق يزدهر ويواصل تعزيز نموّنا دون المساومة على جودة خدماتنا ووعدنا.

وقبل تأسيسه لروتانا، أمضى النويس ١٤ عاماً من مسيرته المهنية رئيساً لمجلس إدارة شركة أبوظبي الوطنية للفنادق. وإلى جانب جائزة «إنجاز العمر»، حصلت روتانا جائزة «أفضل علامة فندقية في الشرق الأوسط» للعام السادس على التوالي. وتشيد هذه الجائزة بالتزام المجموعة بإرساء معايير التميّز في الخدمات وتقديم تجارب إيجابية باستمرار للمسافرين في كل أنحاء المنطقة. كما حازت روتانا جائزة «أفضل فندق أعمال في الأردن» عن فندق روتانا عمان، وجائزة «أفضل فندق أعمال في البحرين» عن فندق روتانا داون تاون المنامة، بينما حاز فندق جفینور روتانا بيروت جائزة «أكثر فندق أعمال موصى به في لبنان».

وقال غاي هاتشينسون GUY HUTCHINSON الرئيس والمدير التنفيذي لروتانا: «فخورون للغاية بنيلنا لقب أفضل علامة فندقية في الشرق الأوسط للعام السادس على التوالي».

هذه الجائزة دليل على الجهود الإضافية التي يبذلها الفريق لضمان تقديم مستوى مميز من الخدمات. ولا بدّ لي من الإشارة إلى الإزدهار الذي يشهده قطاع الضيافة حالياً، ونحن بدورنا نمتلك خطاً طموحاً لتوسيع حضور المجموعة في كافة أنحاء العالم.

ضمن خطة الشركة التوسعية

إفتتاح فندق سليمان روتانا في العراق



تم افتتاح فندق سليمان روتانا في العراق ضمن خطة الشركة التوسعية لعام ٢٠٢٢، وهو فندقها الرابع من فئة الخمس نجوم.

يتمتع الفندق بموقع متميّز على بعد ٢٠ دقيقة من مطار السلیمانیة الدولي في كردستان وبالقرب من مناطق الجذب الرئيسية في المدينة، ما يجعله وجهة مثالية لكل زائر.

يضم الفندق أماكن إقامة ومرافق إستثنائية، ويوفر رفاهية الراحة والتجارب المصممة خصيصاً للمسافرين من رجال الأعمال والسياح والعائلات، ويمتاز بغرفته الفاخرة ومطاعمه الخمسة المتنوعة التي تناسب جميع الأذواق وغيرها من المرافق الصحية والرياضية.

وقت الصيف... استمتع

روتانا
Rotana

من الشواطئ الخلابة إلى رحلات المدينة النابضة بالحياة، هناك الكثير بانتظارك هذا الموسم في روتانا. استمتع بصيف مليء بالمتعة والاسترخاء، في أي من فنادق ومنتجعات روتانا مع خصم ٢٠% على أسعار الغرف، سرير إضافي مجاني عند حجز إقامة عائلية، و العديد من المزايا الحصرية.

قم بالحجز الآن على rotana.com

روتانا أركان ريجن سنتر إيدج ريزيدنس
فنادق ومنتجعات للأنشطة الفندقية فنادق ومنتجعات

rotana.com

المستقبل

الآن



الدرجة
السياحية
الممتازة

تميّز دائم

في المستقبل، ستوفر ناقلات جوية كثيرة مقاعد جلدية فاخرة قابلة للتعديل بهذا القدر، مع مساند مرتفعة للساقين ومساحة إضافية للتمدد. وقد تقدم هذه الناقلات أيضاً وجبات طعام شهية وآلاف القنوات الترفيهية. أما طيران الإمارات، فإنها تتيح لكم الآن الاستمتاع بإبداعات المستقبل في مقصورة الدرجة السياحية الممتازة على مسارات محددة.


Emirates