



AL BAYAN MAG

العدد ٦١٩ • السنة الثالثة والخمسون • حزيران (يونيو) ٢٠٢٣
AL BAYAN ECONOMIC • Issue N° 619 • 53 Years • JUNE 2023



إجتماع قادة قطاع الضيافة على مستوى العالم لرسم مستقبل السياحة المستدامة

أكثر شركات الطيران ربحية في العالم: مجموعة الإمارات تتصدر اللائحة



5 289 000 017804

Bahrain: B03 • Egypt: EP00 • France: FR05 • Jordan: J05 • Kuwait: K02 • Lebanon: LB01 • Monaco: MC00 • Oman: O03 • Qatar: QR05 • Syria: SY00 • UAE: UAE05 • Yemen: YE050

استمتعوا بالاسترخاء

في أي منطقة زمنية

تميّز دائم

اخلدوا لنوم عميق في مقعدكم الذي يتحوّل إلى سرير مستوٍ بالكامل على طائرة الإمارات A380، واستيقظوا لتجربة فنجان قهوة طازجة في الصالون الجوي، قبل تناول فطور إنجليزي كامل.

درجة الأعمال مع طيران الإمارات


Emirates

الوطن العربي يتصدّر السياحة في العالم

القطاعات غير النفطية في الدولة وتعتبر إمارة دبي إحدى أبرز الوجهات السياحية في العالم خصوصاً لجودة الخدمات المتوفرة والبنى التحتية المتطورة.

ناهيك عن الدول العربية الأخرى مثل مصر التي تفتخر بامتلاكها تاريخ الحضارة الفرعونية ولبنان الذي رغم مشاكله العديدة يعتبر اليوم مقصداً رئيسياً نظراً لخدماته الممتازة وأسعاره المقبولة ومملكة البحرين ذات المميزات الفريدة وسلطنة عُمان التي تتمتع برونقها الخاص والأردن والعراق والمغرب وتونس والجزائر...

فالعالم العربي بتنوّعه يتمتع بكل المقومات السياحية، ومع الاهتمام بالارتقاء أكثر فأكثر بقطاع الضيافة، هو اليوم محطّ أنظار السياح من كل العالم، وتكتب عنه كل وسائل الإعلام العالمية.

مجلة «البيان الاقتصادية» التي تولي دائماً اهتمامها بالإنجازات التي تتحقق في محيطها العربي، تشر عددها السياحي الخاص والمميز، لتعريف متابعيها عن آخر التطورات والمستجدات للقطاع. خصوصاً وأن السياحة في الشرق الأوسط عادت إلى مستويات ما قبل الجائحة بحسب منظمة السياحة العالمية. فقد شهد عام ٢٠٢٢ أكثر من ٩٠٠ مليون سائح سافروا دولياً، ومن المتوقع أن يصل عدد السياح الوافدين الدوليين إلى ما بين ٨٠ و٩٥٪ من مستويات ما قبل الجائحة. فقمنا بانتقاء أبرز مدراء الفنادق وواضعي استراتيجيات قطاع الضيافة وحاورناهم للاطلاع منهم على مميزات السياحة في الدول التي ينشطون بها وللتعريف عن فنادقهم ومميزاتها.

كارلا موريس نجيم

تعدّ السياحة قاعدة أساسية لنمو البلدان لأنها تنعش الاقتصاد من خلال العائدات التي توفرها وخلق الوظائف وتبادل الثقافات وغيرها. وتعدّد أنواع السياحة في العالم العربي لتشمل السياحة الثقافية، والترفيهية، والمغامرات والأعمال والدينية وفي بعض المناطق انتشرت السياحة الرياضية والعلاجية. ولا شك أن الوطن العربي تصدّر السياحة في العالم خلال العامين الأخيرين.

والجدير ذكره أن دول الوطن العربي قامت بتحسينات جمّة بعضها كان جذرياً نظراً لمقومات السياحة العديدة، فأرادت استغلالها لتكوّن فرصاً للاستثمار السياحي وبالتالي لا بدّ من أن نشير هنا إلى الإنجاز الرائع الذي حقّقه دولة قطر في استضافة كأس العالم ٢٠٢٢، فكان أفضل تنظيم في تاريخ البطولة ما وضع قطر على خارطة السياحة العالمية، وجعلها مقصداً سياحياً لكثير من الجنسيات تهدف إلى القيام بسياحة رياضية أو ترفيهية.

ولا بدّ من الإشارة أيضاً إلى التحوّل الكبير الذي شهدته المملكة العربية السعودية، حيث يعتبر قطاع السياحة والضيافة قطاعاً ناشئاً ويشهد نمواً سريعاً خصوصاً وأن التنوع التاريخي والثقافي والطبيعي إلى جانب اعتبار المملكة مهد الدين الإسلامي، كلها مقومات فريدة لجذب السياح من كل مكان، وتوّج كل ذلك بإصدار المملكة للمرة الأولى في تاريخها، تأشيرة سياحية تتيح للجميع زيارتها. وبالتالي، يساهم القطاع السياحي السعودي في جذب الاستثمارات وتطوير الناتج المحلي وزيادة فرص العمل. أما بالنسبة لدولة الإمارات العربية المتحدة، فكانت من أولى الدول الخليجية التي اهتمت بقطاع السياحة بحيث أصبح أهم



المؤسس انطوان زخور

Editor in Chief :
Emile ZAKHOUR

www.albayanmagazine.com
info@albayanmagazine.com



AL BAYAN
THE LEADING ARAB ECONOMIC MAGAZINE

اسبوعية تصدر شهرياً مؤقّتا
تأسست عام ١٩٧٠
تصدر عن شركة البيان
للطباعة والنشر والتوزيع

اجتماع قادة القطاع الضيافة على مستوى العالم لرسم مستقبل السياحة المستدامة في معرض سوق السفر العربي ٢٠٢٣



من اليمين: فيصل عبدالله، مصطفى الأناني وسالم الشهري - ACCOR



عدنان كاظم - Emirates



الافتتاح



اركان RED SEA GLOBAL



صورة تذكارية لفريق عمل HILTON

افتتح سمو الشيخ أحمد بن محمد بن راشد آل مكتوم النائب الثاني لحاكم دبي، فعاليات النسخة الثلاثين لمعرض سوق السفر العربي، أضخم حدث في قطاع السفر والسياحة في الشرق الأوسط الذي استضافته دبي بمشاركة أكثر من ٢١٠٠ عارض وممثل من أكثر من ١٥٠ دولة. وانعقدت الدورة الحالية تحت شعار «العمل نحو تحقيق صافي انبعاثات صفرية».

مشاركات إقليمية ودولية

ورحّب سمو النائب الثاني لحاكم دبي بالشركات العالمية والإقليمية المشاركة، مؤكداً أن الزيادة المطردة في عدد المشاركات والزوار تعكس ثقة العالم في دبي، وتنامي دورها في تنشيط حركة السياحة والسفر العالمية انطلاقاً من مكانتها الرائدة على خارطة السياحة العالمية، مشيراً إلى تميّز هذه الدورة وما توفره كمنصة مثالية يمكن للمشاركين من خلالها تكوين روابط جديدة، مع إمكانية تسريع رحلة قطاع السفر العالمي نحو التخلص من الانبعاثات الكربونية. وقد شهد سوق السفر العربي ٢٠٢٣ "ATM" حضور أكثر من ٤٠ ألف شخصاً بزيادة ٣٠٪ عن العام ٢٠٢٢ ما يدل على نمو وانتعاش قطاع السفر والسياحة في المنطقة.



من اليمين: حسين هاشم، أيمن غريب، محمد عوض الله، فريدي فريد، دانيال حجار ومحمد سوسان



أركان مجموعة CRISTAL GROUP



من اليسار: فراس منيمنة وزاهر بزي - MANSARD



جو غياض - NILE RITZ CARLTON



طارق محمود السيد - ARTIC



Christian Hirt - Raffles and Fairmont Doha



من اليمين: امال حرب، فريدريك سافوي، شيخة النويس، صالح الجزيري، غاي هاتشنسون ومن اليسار: عمر الظاهري



هاني عكاري - THE CHEDI KATARA HOTEL & RESORT



فهمي عاطف - GOLD BAY HOTELS



محمد سعيد - ROYAL CARRIBEAN



Norbert Borszcz - IHG JEDDAH



Peter Hoesli - Movenpick Riyadh



خالد صعب - RESIDENCE INN BY MARRIOTT



من اليمين: KIRAN JAY HASLAM وسامي أمين - DIRIYAH



MARKO JOVANOVIC - SEALINE BEACH A MURWAB RESORT



رانيا كعدي وحسن بركات



أركان ERTH



أركان HYATT



VUSAL ISMAYLOV - RITZ CARLTON DOHA



مارك مطر ومها بوارشي - ST REGIS DOHA



ستيفاني أبو جودة وباسل طلال - RADISSON GROUP



من اليمين: يزن عبد اللطيف، كاظم شمس وفادي تادرس



من اليسار: بطرس بطرس وبيار الضاهر داخل جناح طيران الإمارات



شعاع علي السميطي - KATARA HOSPITALITY



من اليسار: PHILLIP JONES داخل جناح ALULA



داخل جناح الطيران السعودي



جورج عكر امام جناح ACCOR



مراد الخوري - BAY LA SUN



MOUNA OUNI & ROGER NADER



من اليسار: جورج دمتري ومحمد صدقي - CITY SEASONS HOTEL



ANDREAS WISSDORF، معتمد المدني وسامح أبو سكتة



رمزي سكراني - ALWADI HOTEL



سينتيا فلوطي - PHOENICIA BEIRUT



Rene Egle - Shangri - La



APRIL BOADO وياسر موسى - AL BUSTAN



سيمون سمير - STELLA DI MARE



من اليمين: ياسر مزوز وجمال بوشهري



كريستيان الخوري - THE RITZ - CARLTON DIFC



Rishab Sahney - Hilton Salwa Beach



هاشم الجيلاني، نادر ابراهيم، أمين الهندي وأمير غوري - MARRIOTT



SINEAD ELSIBAI وصلاح تهلك



Elias Chakhtoura - Fairmont Bab Al Bahr



من اليسار: انتوان صايغ ومن اليمين: Mohammed Iqbal - GLORIA



روبير الخوري - JA RESORTS & HOTELS



EVAMARIA PANZER - KEMPINSKI



أنس عبدالله - HYATT PLACE



هشام بن عمر - ST. REGIS MARSA ARABIA ISLAND



جلال القطان الثاني من اليسار داخل جناح FLYADEAL



رامي نبيل - RETAJ



أحمد الجبيلي أمام جناح MANDARIN ORIENTAL



كارل انجيم وERDEM KIRAZCI

عدنان كاظم (الرئيس التنفيذي للعمليات التجارية لطيران الإمارات EMIRATES):



٢٠٢٣ عام انتعاش قوي في ظل الطلب الكبير على السفر عالمياً

تتميز شركة طيران الإمارات Emirates بسرعة معدل نموها كناقل عالمي وبامتلاكها لأسطول طائرات يعتبر من أصغر الأساطيل عمراً يبلغ عدده ٢٦٠ طائرة من مختلف الطرازات، كما أنها تعتبر أكبر مشغل لطائرات «إيرباص A380»، ونقدم خدماتها إلى أكثر من ١٢٠ وجهة حول العالم. وفي حديث خاص على هامش «معرض سوق السفر العربي» مع السيد عدنان كاظم الرئيس التنفيذي للعمليات التجارية في الشركة أعرب عن تفاؤله لموسم الصيف القادم حيث سيبلغ ذروته ومعدلات الإشغال ستكون كاملة نظراً لتوفر عدد كبير من الرحلات والحجوزات المستمرة، في حين أنها ستشغل نحو ٩٥ طائرة من أسطولها نهاية السنة المالية الحالية في آذار المقبل. ومن جهة ثانية أفاد كاظم ستتضمن الوجهات الجديدة محطات متنوعة متوقعاً انتعاشاً كبيراً لهذا العام في ظل الطلب المتزايد على السفر عالمياً، ثم علق السيد كاظم أن الناقلة تدرس إضافة سعة جديدة إلى سوق أميركا الشمالية وأسواق عالمية أخرى ذكراً أن الشركة وضعت في الخدمة عدداً من الطائرات بغية التوسع نحو مدن وقارات جديدة. وفي ما يتعلق بزيادة حجم أسطولها أوضح كاظم أنها ستوقع اتفاقيات لمزيد من الطلبات كما أنها ستبرم وتجدد العديد من الشراكات مع ناقلات جوية وهيئات سياحية عبر خطوطها. أما في ما يخص موضوع الاستدامة فقال إنها تبذل كل جهد للتخفيف من الآثار الكربونية، بالإضافة إلى قيامها بتشغيل رحلة تجريبية باستخدام وقود الطيران المستدام.

«طيران الإمارات» ملتزمة بدعم مبادرات الاستدامة

ومن المتوقع أن يكون ٢٠٢٣ عام انتعاش قوي يتجاوز المستويات التي تم تسجيلها خلال العام ٢٠٢٢، في ظل الطلب الكبير على السفر عالمياً ولمختلف المحطات ضمن شبكة الناقلة الدولية في قارات العالم الست.

قوة السوق الأميركي

■ أعلنت «طيران الإمارات» إضافة المزيد من السعة إلى سوق أميركا الشمالية. ما هي أسباب هذا التوجه؟
- تدرس الناقلة حالياً إضافة المزيد من السعة إلى سوق أميركا الشمالية وغيرها من الأسواق العالمية مثل الصين. وذلك يعود إلى قوة السوق الأميركي حيث لم تتمكن «طيران الإمارات» سابقاً من الحصول على نسبة جيدة من هذا السوق، والآن مع تعزيز التعاون مع شركات الطيران الأميركية والشراكة مع طيران يونايتد سيكون هناك برنامج مزدحم من الرحلات بالإضافة إلى زيادة عدد الرحلات إلى تورونتو ومونتريال. في حين أن التعاون القائم مع «AIR CANADA» سيعزز الحركة المتبادلة بين البلدين. ومع دخول المزيد من الطائرات إلى الخدمة سنتمكن من التوسع نحو مدن وقارات جديدة مثل أفريقيا، الولايات المتحدة الأميركية ومجموعة من الدول الجديدة بالتزامن مع استلام أولى الطائرات من طلبة «إيرباص 350».



من اليسار: بطرس بطرس وبيار الضاهر داخل جناح طيران الإمارات

■ هل لنا بفكرة عن الاستراتيجية القادمة التي ستعتمدها «طيران الإمارات»؟
- نحن متفائلون لموسم الصيف المقبل من حيث حركة الانتعاش القوية الموجودة ومعدلات إشغال كاملة على عدد كبير من الرحلات ضمن الوجهات العالمية، وبالتالي سيكون هناك إضافة لخمس طائرات جديدة من «إيرباص» طراز «A 380» إلى برنامج الرحلات الصيفي لخدمة المزيد من الخطوط في ظل استمرار الزخم بالطلب على السفر.

وفي سياق متصل، تشغل الناقلة حالياً ٨٥ طائرة إيرباص طراز «A 380» ضمن أسطولها، فيما سيرتفع العدد إلى ٩٠ طائرة في ذروة الطلب خلال الصيف، ليصل إلى ٩٥ طائرة في نهاية السنة المالية الحالية التي تنتهي في مارس المقبل. كما أن الناقلة ستواصل تشغيل طائراتها العملاقة «A 380» لخدمة المزيد من الخطوط، فضلاً عن تشغيل ٤٣ محطة بطائرات إيرباص طراز «A 380» وسيتم رفعها إلى ٥٠ محطة خلال جدول الرحلات الصيفي، مع إضافة ١٢ طائرة بالدرجة السياحية الممتازة والتي وفرتها «طيران الإمارات» منذ أقل من عامين لترتفع إلى ٢٩ طائرة خلال الفترة الصيفية. كما ستتضمن المحطات الجديدة مجموعة من الوجهات المتنوعة منها: نيس، بالي، تايبه، شنغهاي وبرمنغهام.



من اليمين: سالم عبيد الله، أورهان عباس وبيطرس بطرس داخل جناح طيران الإمارات

«مجموعة الإمارات» تحقق بأرباح تاريخية إلى ١٠,٩ مليار درهم وأعلى إيرادات بـ ١١٩,٨ مليار درهم



الشيخ أحمد بن سعيد آل مكتوم

أصدرت مجموعة الإمارات تقريرها المالي للسنة المالية ٢٠٢٢/٢٠٢٣ وأعلنت عن عامها الأعلى ربحية على الإطلاق بفضل الطلب القوي عبر جميع أعمالها. وحققت المجموعة أرباحاً قياسية جديدة في تحول كامل عن خسائر السنة الماضية. وسجلت كل من طيران الإمارات ودناتا ارتفاعات كبيرة في

الإيرادات حيث توسعت عمليات النقل الجوي والسفر بعد إزالة جميع القيود المتعلقة بالجائحة تقريباً في مختلف بقاع العالم.

وأظهر تقرير السنة المالية المنتهية في ٣١ مارس ٢٠٢٣ أن مجموعة الإمارات حققت أرباحاً قياسية قدرها ١٠,٩ مليارات درهم (٣ مليارات دولار) مقارنة بخسائر بلغت ٣,٨ مليارات درهم في السنة السابقة. وبلغت إيرادات المجموعة ١١٩,٨ مليار درهم (٣٢,٦ مليار دولار) بارتفاع نسبته ٨١٪ عن نتائج السنة السابقة. وبلغت الأرصدة النقدية للمجموعة ٤٢,٥ مليار درهم (١١,٦ مليار دولار) وهي الأعلى على الإطلاق بزيادة نسبتها ٦٥٪ عن السنة السابقة ويرجع ذلك أساساً إلى الطلب القوي عبر جميع أقسام الأعمال والأسواق.

وقال سمو الشيخ أحمد بن سعيد آل مكتوم الرئيس الأعلى التنفيذي لطيران الإمارات والمجموعة «نفخر بأدائنا في عام ٢٠٢٢/٢٠٢٣ الذي لا يمثل تعافياً كاملاً فحسب بل يعد إنجازاً قياسيًّا أيضاً ولم يكن هذا الإنجاز ليتحقق لولا القيادة الحكيمة لصاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي التي كانت وراء نجاحنا اليوم وعلى مر السنين، كما أن مهندس السياسات الاقتصادية التقدمية في دبي صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم هو أيضاً المحرك لمسار مجموعة الإمارات إذ بدون قيادته ودعمه فإن حجم طيران الإمارات لم يكن ليبلغ نصف ما هو عليه اليوم».

وأضاف: «أنا فخور بأداء مجموعة الإمارات في ٢٠٢٢/٢٠٢٣ ومساهمتنا في استعادة حركة النقل الجوي والسياحة عبر الأسواق التي نخدمها بما في ذلك النمو المذهل الذي حققته دبي بنسبة ٩٧٪ على أساس سنوي في أعداد الزوار الدوليين لعام ٢٠٢٢ وتعد المجموعة أكبر لاعب في قطاع الطيران في دولة الإمارات العربية المتحدة الذي يدعم أكثر من ٧٧٠ ألف وظيفة، ويولد مساهمة تقديرية في الناتج المحلي الإجمالي تزيد على ٤٧ مليار دولار، ومن خلال خطط للنمو وتماشياً مع أجندة دبي الاقتصادية D33، فإننا نتوقع ارتفاع مساهمتنا بشكل كبير في الناتج المحلي الإجمالي لدولة الإمارات العربية المتحدة على مدى العقد المقبل من خلال التوظيف المباشر وغير المباشر والإنفاق على سلسلة التوريد والإنفاق السياحي والاستفادة من التجارة وحركة البضائع».

معلومات

نقلت طيران الإمارات ٤٣,٦ مليون راكب، بنمو ١٢٣٪، في السنة المالية ٢٠٢٢/٢٠٢٣، مع ارتفاع السعة المقعدية بنسبة ٧٨٪. وسجل إشغال المقاعد نسبة ٧٩,٥٪ مقارنة مع ٥٨,٦٪ في السنة المالية السابقة.

■ كم سيبلغ حجم أسطولكم بالكامل مع دخول المزيد من الطائرات إلى الخدمة؟

– لدى «طيران الإمارات» ٢٦٠ طائرة، إلا أننا نشغل حالياً ٨٥ طائرة من طراز إيرباص A380. ونحن في صدد توقيع إتفاقيات للمزيد من الطائرات الجديدة، إلى جانب إبرام وتجديد العديد من الشراكات مع ناقلات جوية وهيئات سياحية عبر شبكة خطوطنا العالمية.

١٤٠ وجهة من حول العالم

■ كم يبلغ عدد الوجهات التي تسيرون رحلات إليها؟

– نغطي حالياً ١٤٠ وجهة من حول العالم، كما تمكنا من استعادة جميع الوجهات كما كانت عليه قبل انتشار جائحة «كوفيد-١٩».

مستثمرون في تعاوننا بهدف العمل على تحقيق الاستدامة

■ كيف نجحت «طيران الإمارات» في تطبيق مفهوم الاستدامة في عملها؟

– تمثل الشركة جزءاً من مبادرات الاستدامة التي تشهدها دولة الإمارات، إذ تتزايد جهودنا للتخفيف من بصمتنا الكربونية تزامناً مع نمو أعداد الركاب. كما قمنا في وقت سابق من هذا العام بتشغيل رحلة تجريبية باستخدام مئة في المئة من وقود الطيران المستدام. ونحن مستثمرون في تعاوننا مع شركات عديدة مثل «بوينغ» و«إيرباص» أو مزودي خدمات بهدف العمل على تحقيق الاستدامة كلٌّ بحسب موقعه ونشاطه وستبقى «طيران الإمارات» من أوائل الشركات الداعمة لمبادرات الاستدامة.

■ هل لدى الناقل أي خطط مستقبلية؟

– إن شركة «طيران الإمارات» في طور دراسة مجموعة من الخطط والمشاريع في اتجاهات مختلفة يتم الإعلان عنها في الوقت المناسب. إلا أنه يمكننا التأكيد على أن النتائج المحققة إيجابية جداً في ظل الطلب القوي والمتنامي على السفر خلال المرحلة الماضية وهذا دليل على أن العام ٢٠٢٣ سيحمل معه نتائج واعدة.

محاولات مستمرة

■ وقعت «طيران الإمارات» مذكرات تفاهم مع شركات طيران كندية وأميركية، هل لديكم النية لعقد مثل هذه الاتفاقيات مع السوق الألماني؟

– كانت هناك في السابق العديد من المحاولات مع السوق الألماني ولكننا لم نصل إلى نتائج إيجابية إلا أن المحاولات مستمرة ولكنه لا يوجد أي تعاون مع شركة لوفتهانزا "LUFTHANSA" في الوقت الحالي. كما أن الشركة حالياً تصب كامل تركيزها على السعة المقعدية التي تمتلكها والتي تبلغ حدود ٦٥ ألف مقعد مع الاستمرار بالتركيز على الحركة البينية بين السوقين الهندي والإماراتي دون أن يكون هناك أي تعاون مع أي شركة طيران هندية. أما بالنسبة للسوق الصيني لدى الشركة القدرة على تسيير ٣٥ رحلة أسبوعياً ومن المحتمل زيادة عدد الرحلات في الوقت الذي نجده مناسباً بعد التواصل مع الجهات المعنية في هذا الخصوص.

ولكن يمكن التأكيد على عودة الطلب من مختلف الأسواق الإقليمية والعالمية.

العدد الأكبر من الرحلات سيشهد معدلات إشغال كاملة خلال موسم الصيف

■ هل تتوقعون معدلات إشغال كاملة على رحلات الصيف؟

– من المتوقع أن تبلغ ذروة الرحلات بين الفترة الممتدة من نصف يونيو حتى نهاية موسم الصيف، حيث ننصح الراغبين في القيام برحلات سياحية بالحجز مسبقاً في ظل الحركة القوية المتوقعة. بحيث أن العدد الأكبر من الرحلات سيشهد معدلات إشغال كاملة خلال موسم الصيف.

وجدير ذكره، أن دولة الإمارات وإمارة دبي على وجه الخصوص، شهدت حركة قوية طوال العام الحالي وهي مستمرة في موسم الصيف في ظل المؤشرات والأرقام المسجلة والتي تؤكد أن نسب الحجزات فاقت مرحلة ما قبل الجائحة، في حين أن الأسعار حافظت على استقرارها نظراً لتكاليف التشغيل نفسها ولا يتم زيادة الأسعار بطريقة عشوائية رغم ارتفاع الطلب. ■

طارق محمود السيد (الرئيس التنفيذي والعضو المنتدب لشركة الريان للاستثمار السياحي - ARTIC):



علاقتنا الوثيقة والتزامنا بأعلى معايير الجودة سببان رئيسيان لكون «أرتك» الشريك المفضل لأبرز رواد قطاع الضيافة

تعمل شركة الريان للاستثمار السياحي ARTIC في مجال الضيافة والخدمات المتعلقة بها، وتضم محفظتها مجموعة من الفنادق والمشاريع في الشرق الأوسط وأفريقيا وأوروبا وأمريكا الشمالية، كما تتمثل رؤيتها في زيادة استثماراتها في قطاع الضيافة والاستحواذ على فنادق مميزة منتشرة في مدن عدة حول العالم.

وفي حديث خاص لمجلة «البيان الاقتصادية» ذكر طارق محمود السيد الرئيس التنفيذي والعضو المنتدب للشركة أن قطاع الضيافة هو في تطور مستمر لناحية الخدمات والتجارب الحديثة، ورغم التحديات المتعاقبة يبقى التنوع الجغرافي لمحظة «أرتك» الاستثمارية مساهماً فاعلاً في تذليلها والتخفيف من عواقبها في الأسواق التي تعمل بها الشركة. ومن جهة ثانية علق السيد على موضوع الاستدامة كونها عنصراً أساسياً في استراتيجية الشركة عبر المحافظة على البيئة والصحة مشيراً إلى الدور الرئيسي الذي يلعبه قطاع الضيافة في هذا المجال، وبالنسبة لـ«أرتك» فهي ملتزمة بالحفاظ على الموارد الطبيعية كالمياه ومصادر الطاقة واستخدام المواد الصديقة للبيئة في مشاريعها مثل مشروع الريتز كارلتون ريزدنسز الجازي مصر ومشروع جي دبليو ماريوت ريزدنسز الجازي فيرست. وفي نطاق مختلف، أفاد السيد أن أبرز ما تنفرد به فنادق أرتك عن مثيلاتها هو مواقعها الاستراتيجية وقربها من المعالم السياحية والثقافية في المدن، وبفضل علاقاتها المميزة مع مشغلي الضيافة الرائدین في العالم تعتبر الشريك الأول لأبرز رواد قطاع الضيافة في العالم، وهذا ما جعلها مصدر جذب لأفضل العلامات التجارية للفنادق ودفعها إلى الصدارة في هذا المجال.

في مصر، وهو مشروع الريتز كارلتون ريزدنسز الجازي مصر ومشروع جي دبليو ماريوت ريزدنسز الجازي فيرست، وكلا المشروعين حائزان على اعتماد شهادة الـ«البيد» العالمية، ويستخدمان تقنية إعادة تدوير المياه في المنازل لإعادة استخدامها في الري، فضلاً عن كونهما مشروعين مخصصين للمشاة فقط لتشجيع نمط الحياة الصحي والتقليل من انبعاثات عوادم السيارات، مع اعتماد نظام الطاقة الشمسية. وكون هذا المشروع الأول من نوعه في المنطقة فقد ساهم بشكل كبير في تطوير مهارات العاملين فيه وإثراء خبرتهم في هذا المجال.

تميز فنادق أرتك بخصائص كثيرة ومتنوعة

■ ما هي أبرز الخصائص التي تميز فنادق أرتك عن الفنادق الأخرى؟

– لعل أهم ما يميز فنادق أرتك عن غيرها من الفنادق هو مواقعها الاستراتيجية وقربها من أبرز المعالم السياحية والثقافية والتجارية في المدن التي توجد فيها، بالإضافة إلى إدارتها من قبل أفضل مشغلي الفنادق العالميين للعلامات التجارية الفندقية الرائدة ذات الثقة والخبرة المطولة في المجال، والحريصة على تقديم أفضل الخدمات. هذا بالإضافة إلى التزام «أرتك» بتحديث وتطوير الفنادق لمواكبة متطلبات السياحة العصرية.

كما تُعدّ علاقتنا الوثيقة مع مشغلي الضيافة الرائدین في العالم ميزة رئيسية لنا، حيث يُعدّ التزامنا بأعلى معايير الجودة والمهنية سبباً رئيسياً لكون «أرتك» الشريك المفضل لأبرز رواد القطاع حول العالم، الأمر الذي ساعدنا على جذب أفضل العلامات التجارية للفنادق. كل هذه المزايا مكنت «أرتك» من البقاء في الصدارة وإضافة قيمة لأصحاب المصلحة.

نظرنا متفائلة وإيجابية دائماً

■ ما هي توقعاتكم للعام ٢٠٢٣؟ وما هي الاستراتيجيات التي تعتمدها لتحقيق معدلات إشغال إيجابية دائماً؟

– لدينا نظرة متفائلة للعام الحالي وما بعده بإذن الله، فنحن نركّز دائماً على إيجاد الجانب الإيجابي لتجاوز التحديات وتحويلها إلى فرص، وسنسعى للبقاء في المقدمة من خلال استمرار الاستثمار في عقاراتنا لضمان جودتها وتقديم الدعم اللازم للمشغلين المتعاقدين معنا ليقدموا كل ما هو جديد ومبتكر من خدمات عالية المستوى وتجارب لا مثيل لها. ■

■ كيف تقيمون قطاع الضيافة لعام ٢٠٢٣ في الأسواق التي توجدون فيها؟
– إننا نشهد تطوراً ملحوظاً على قطاع الضيافة، وذلك نظراً لتعافي النشاط السياحي بعد جائحة «كوفيد-١٩»، بالإضافة إلى ما يشهده هذا القطاع من تطور في الخدمات والتجارب الحديثة والمتنوعة التي باتت عامل جذب للسياحة، وهو الأمر الذي يتماشى مع التقارير الصادرة والتي تشير إلى تصدر السفر مرتبة متقدمة في قائمة الرغبات لدى المستهلكين، الأمر الذي ينعكس إيجابياً على قطاع الضيافة.

ولكن تبقى التحديات الحالية العالمية تلقي بظلالها على هذا القطاع الذي يعتبر مرآة تعكس الأوضاع الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وغيرها. إلا أن التنوع الجغرافي لمحفظتنا الاستثمارية في أرتك يساهم في التخفيف من أية آثار سلبية قد نواجهها في الأسواق التي نعمل بها.

قطاع الضيافة له دور محوري في السعي لتحقيق الاستدامة

■ في الآونة الأخيرة، كثر الحديث عن «مستقبل السياحة المستدامة». ما تعليقكم على ذلك؟

– بالفعل، رأينا في السنوات الماضية اهتماماً كبيراً بتحقيق الاستدامة، وأصبح الجميع مسؤولين للمحافظة على مصادر الطاقة المتجددة، وحماية بيئتنا الطبيعية، والصحة البشرية والطبيعة وغيرها، وقطاع الضيافة كغيره من القطاعات الحيوية له دور محوري في السعي لتحقيق الاستدامة.

نحن ننظر للاستدامة كأهم العناصر لاستمرارية «أرتك»، كما أنها تتماشى مع استراتيجيتنا طويلة الأمد، حيث نحرص في «أرتك» على تطوير وتشغيل أنشطتنا بصورة تحقق التوازن بين الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وهذا مفهوم نتشارك به مع المشغلين العالميين الذين نتعاون معهم لإدارة مشاريعنا الاستثمارية.

فعلى سبيل المثال لا الحصر نحن نحرص على الحفاظ على الموارد الطبيعية وحمايتها، مثل المياه ومصادر الطاقة، ونستخدم المواد الصديقة للبيئة في مشاريعنا، كما نحرص على خلق فرص عمل للسكان المحليين وتدريبهم وتطوير مهاراتهم، بالإضافة إلى الحفاظ على التنوع الثقافي والتراثي، وتعزيز واحترام الموروثات الثقافية المختلفة في الأسواق التي نعمل بها، ونسعى لتشجيع استخدام وسائل النقل المستدام في السياحة.

ولعل من أبرز المشاريع التي تعكس التزامنا بمفهوم الاستدامة هو مشروع «الجازي مصر»، والذي يعد أول مشروع سكني يحمل علامة تجارية فندقية



ARTIC

Al Rayyan Tourism Investment Co.

شركة الريان للاستثمار السياحي

Setting Benchmarks In Global Hospitality

علامة فارقة في عالم الضيافة



سالم الشهراني

(مدير العمليات والتشغيل في مجموعة فنادق أكور أبراج الساعة - فندق ساعة مكة فيرمونت، فندق قصر مكة رافلز، فندق مكة سويس أوتيل، فندق سويس أوتيل المقام مكة):



تمكنا من تحقيق الريادة وقيادة السوق ضمن أعلى المستويات

تملك مجموعة فنادق أكور وتدير العديد من الفنادق الشهيرة والمنتجعات كما أنها تعد الشركة الأكبر على الإطلاق في أوروبا، وتضم أكثر من ٤٨٠٠ فندق في ١٠٠ دولة حول العالم. اعتبر السيد سالم الشهراني مدير العمليات والتشغيل في المجموعة في منطقة مكة المكرمة أن الموقع الاستراتيجي للفنادق وقربها من الحرم المكي بالإضافة إلى التقنيات والحلول التي تقدمها للزوار لتسريع وتنظيم عمليات الحجز ولا سيما تجربة الحج والعمرة وزيارة الأماكن التراثية، كل ذلك عبر برنامج فريد من نوعه وهو برنامج «ضيوف الرحمن» الذي يؤمن أفضل تجربة لزوار بيت الله الحرام من الوصول إلى المغادرة. وأما ما يخص مسألة التوطين أفاد السيد الشهراني أنها حركة إيجابية للقطاعين السياحي والفندقي، ومع ارتفاع نسبتها إلى ٤٥٪ تمكنت المجموعة بفضل الكوادر البشرية المتخصصة التي يمتلكها الجيل الجديد من تحقيق التفوق والريادة في السوق، مشيراً في نطاق آخر إلى أن قطاع السياحة هو الركيزة الأساسية التي تنطلق منها «رؤية المملكة ٢٠٣٠»، كما أشار إلى الدعم الحكومي الدائم لتنشيط السياحة والذي خلق مستقبلاً زاهراً في المملكة، ولفت الشهراني وهو من الشخصيات السياحية البارزة والناجحة، إلى أن لهيئة السياحة دوراً فعالاً وحضوراً لامعاً في مختلف الفعاليات والأحداث التي تستقطبها المملكة، كذلك فإن علامة أكور استراتيجية توسعية في معظم دول العالم.

يمثل القطاع السياحي أحد الأعمدة الرئيسية «لرؤية ٢٠٣٠» والمساهم الأساسي في تنويع قواعد الاقتصاد الوطني

بالدرجة الأولى إلى تحسين تجربة الزائر من الوصول إلى المغادرة.

خصائص إيجابية

■ في رأيكم هل كان لقرار التوطين إيجابيات أم سلبيات على القطاع السياحي؟

- أضافت مسألة التوطين

خصائص إيجابية للقطاعين

السياحي والفندقي، انطلاقاً

من وجود جيل جديد يمتلك



من اليمين: فيصل عبدالله، مصطفى الأناني وسالم الشهراني

الكثير من المهارات والكفاءات التعليمية من أرقى الجامعات في العالم، وبالتالي أصبح لدينا كوادر بشرية متخصصة في تقديم أفضل الخدمات في مجال الضيافة. ومع ارتفاع نسبة التوطين في المجموعة إلى ٤٥٪ تمكنا من تحقيق الريادة وقيادة السوق ضمن أعلى المستويات، كما نستهدف أيضاً زيادة التوطين في المجموعة خلال الفترة القادمة.

أحد الأعمدة الرئيسية (لرؤية ٢٠٣٠)

■ كيف تصفون مستقبل قطاع الضيافة ضمن (رؤية ٢٠٣٠)؟

- يمثل هذا القطاع أحد الأعمدة الرئيسية (لرؤية ٢٠٣٠)

■ ما هي الأسباب وراء تميز مجموعة فنادق أكور؟

- الموقع الاستراتيجي لفنادقنا وقربها من الحرم المكي أضافا ميزة تميزنا عن غيرنا، كما عززا موقعنا على المستوى المحلي. وانطلاقاً من الثقة الكبيرة التي لمسناها من الضيوف كان هناك إصرار على تحديث مختلف المرافق والغرف والمطاعم

للارتقاء بالخدمات بما يليق بالضيوف، إلى جانب تدريب الكوادر البشرية واستقطاب كفاءات سعودية تعزز من مكانتنا في السوق. بالإضافة إلى ذلك، أضفنا التقنيات والحلول الرقمية لتسريع تنظيم عمليات الحجز بطريقة سهلة ومرنة وفق أعلى المعايير المعتمدة عالمياً بهدف تقديم إقامة مميزة للضيوف، حرصاً منا على أن نكون جزءاً من تجربة الحج والعمرة التي يقوم بها ضيوف الرحمن، والاستمتاع بزيارة الأماكن التراثية والتاريخية، بحيث أن برنامج «ضيوف الرحمن» من أفضل البرامج التي ارتكزت عليها «رؤية المملكة ٢٠٣٠» والذي يهدف



■ ■ ■ أضفنا التقنيات والحلول الرقمية لتسريع عمليات الحجز وفق أعلى المعايير ■ ■ ■

تنشيط السياحة واستقطاب زواراً من جميع أنحاء العالم . كما أن للهيئة حضوراً مشرفاً في مختلف الفعاليات والأحداث العالمية المتخصصة في مجال السياحة ما ساهم في تطوير قطاع الضيافة في المملكة.

للعامة استراتيجية توسعية في مختلف دول العالم

■ هل لديكم أي خطط توسعية مستقبلية؟

– انطلاقاً من وجودنا تحت مظلة فنادق أكور، فإن للعلامة

استراتيجية توسعية في مختلف دول العالم. ■

والعنصر الأساسي في تنويع قاعدة الاقتصاد الوطني، والناتج المحلي الإجمالي للمملكة العربية السعودية، ويأتي ذلك من خلال الدعم الكبير الذي تقدمه الحكومة لتطوير القطاع السياحي في الدولة والتسويق لوجهات سياحية فريدة من نوعها مثل العلا، الدرعية، البحر الأحمر، كما أنه من المتوقع أن القطاع السياحي في المملكة مقبل على مستقبل واعد.

فخورون بالجهود والدور الذي تلعبه هيئة السياحة

■ كيف تقيمون دور هيئة السياحة في دعم القطاع؟

– نحن فخورون بالجهود والدور الذي تلعبه هيئة السياحة في



فندق ساعة مكة فيرمونت الأفضل بين ٩٠ فندق آخر لـ FAIRMONT



العربية، حيث يعد فندق ساعة مكة فيرمونت من أكبر وأشهر المعالم الرئيسية في السعودية.

وبهذه المناسبة، شكر السيد سالم الشهراني، مدير العمليات والتشغيل في فندق ساعة مكة فيرمونت، نزلائهم الكرام على دعمهم المستمر وولائهم وجميع الزملاء العاملين على هذا الإنجاز المستحق، لافتاً إلى أن الفندق يعتبر من أشهر الوجهات السياحية في السعودية، معرباً عن فخرهم وإعتزازهم بهذا التتويج الرائع الذي يأتي ذلك إنطلاقاً من طموحهم بأن يعكسوا أصالة الضيافة السعودية، مؤكداً حرصهم على تطوير الإمكانيات البشرية لمواكبة كل ما هو جديد في قطاع السياحة والضيافة وتحقيق رؤية المملكة، متطلعاً إلى المزيد من الإنجازات في المستقبل.

فاز فندق ساعة مكة فيرمونت بجائزة فندق العام من بين ٩٠ فندق آخر لفيرمونت على مستوى العالم. ويعد الفندق أيقونة العاصمة المقدسة والوجهة الأولى لزوّار بيت الله الحرام لما يتميز به من موقع استراتيجي، حيث يبعد خطوات معدودة عن المسجد الحرام ولما يتضمنه من تصاميم داخلية تحاكي الهندسة المعمارية الإسلامية الجميلة وإطلاقاته البانورامية الخلابة على الحرم المكي الشريف والكعبة المشرفة.

وتأتي هذه الجائزة، التي تضاف إلى مجموعة الجوائز العالمية التي تُوج بها الفندق على مدار السنوات الماضية من تاريخ افتتاحه، تقديرًا لمكانته الرائدة في السعودية وقطاع السياحة والضيافة بشكل خاص كعلامة تجارية فخمة لما يقدمه ويتفرد به من خدمة راقية تليق بضيوفه الكرام، كما أن تعزز من مكانته في السياحة السعودية والضيافة والأصالة



إعتزاز مجموعة فنادق أبراج الساعة بتمكين سيدات الوطن

أعلنت مجموعة فنادق أبراج الساعة عن إعتزازها وفخرها بتمكين سيدات الوطن، حيث نجحت في استقطاب ما يزيد عن ٢٣٠ سيدة من داخل المملكة للانضمام إلى فنادقها والمشاركة في نمو القطاع السياحي في الدولة، وتوفير التدريب والتطوير اللازمين لتمكينهن من قيادة القطاع والمشاركة في مستهدفات «رؤية المملكة ٢٠٣٠».

Makkah Clock Royal Tower, A Fairmont Hotel
King Abdul Aziz Endowment, Ajyad Street,
Makkah, Saudi Arabia

Raffles Makkah palace
King Abdul Aziz Endowment, P.O. Box 1281,
Makkah 21955

Swissôtel Al Maqam Makkah
King Abdul Aziz Endowment, Ibrahim Al
Khalil Street, Makkah, Saudi Arabia

Swissôtel Makkah
King Abdul Aziz Endowment, Ajyad Street,
Makkah, Saudi Arabia

ساعة مكة، فيرمونت
وقف الملك عبد العزيز، شارع أجياد، مكة المكرمة،
المملكة العربية السعودية

قصر مكة رافلز
وقف الملك عبد العزيز ص.ب ١٢٨١ مكة المكرمة
٢١٩٥٥ المملكة العربية السعودية

سويس اوتيل المقام مكة
وقف الملك عبد العزيز، شارع إبراهيم الخليل، مكة
المكرمة، المملكة العربية السعودية

سويس اوتيل مكة
وقف الملك عبد العزيز، شارع أجياد، مكة المكرمة،
المملكة العربية السعودية



Christian Hirt (Managing Director, Raffles and Fairmont Doha)

Qatar has captured the attention of the world we want to make the most of it

Christian Hirt, a hospitality industry expert with more than 25 years of experience, is the Managing Director of Raffles and Fairmont Doha – the iconic, dual-branded properties housed within Qatar's landmark Katara Towers. Mr. Hirt, who holds a bachelor's degree in Hotel and Restaurant Administration and a Master's in Business Administration, brings to the leadership role almost three decades of hospitality and F&B expertise, honed in award-winning properties across Europe, Australia and the United States. He heads an experienced, multi-national executive team with many members having been involved in the launch and relaunch of national landmark hotels and resorts. Mr. Hirt has the passion, pedigree, innovation, and cross-cultural expertise needed to inspire and deliver the exceptional levels of service associated with both brands: Fairmont and Raffles, which became synonymous with the iconic building.

Al Bayan Magazine met Mr. Hirt during ATM and the following is the Q & A.



• **How do you evaluate the tourism sector in Qatar?**

The FIFA World Cup 2022 was absolutely amazing; it was a huge success and really put Qatar on the map. After the World Cup, the city saw a lot of positive energy and great momentum. As we enter the month of May, which promises to be favorable even after Ramadan, there is a palpable sense of anticipation for the upcoming period. The post-summer months and the fourth quarter hold great excitement with the Expo, Formula 1, and a multitude of other events scheduled to take place. It is going to be an exciting time ahead.

• **To what extent are the Tourism Authority and Visit Qatar supporting the hospitality sector in Qatar?**

We have a strong partnership with Qatar Tourism, which is why we have set up two stands here. Our team is present at the Qatar Tourism stand as well as the Accor stand. It's crucial for us to capitalize on the current positive momentum following the FIFA World Cup and continue promoting Qatar as a top destination. Qatar has captured the attention of the world, and we want to make the most of it. We are thrilled to be working alongside Qatar Tourism and Qatar Airways, who are playing a significant role in supporting hotels and boosting tourism throughout the country.

• **What makes your property different from others?**

A truly amazing destination has been created in the Marina District of Lusail. The architecture alone will take your breath away, and we've turned this stunning space into a hub of incredible restaurants and leisure facilities that will leave you in awe.

Our newest addition is a fantastic Levantine fine-dining restaurant, offering a regional dining experience along with a shisha lounge. We've also come up with an incredible culinary concept that takes guests on what is essentially a world tour of cuisines between Raffles and Fairmont.

Our Spas are the perfect complement, offering a luxurious and indulgent experience.

Raffles Spa has partnered with innovative brands reflecting our commitment to supreme excellence. The nine suites are designed as an elegant spa within the spa, each with its own swimming pool, fitness suite and eight experiences suites with wet and dry treatment areas, relaxation areas, sauna, hammam, steam shower and jacuzzi. Some suites also offer a private outdoor terrace and plunge pool.

In September, we'll be opening Privée Island, a private island dedicated to pure relaxation, where you can enjoy family fun and unwind by the saltwater pool. You'll find comfortable loungers on the deck, perfect for soaking up the sun, and the menu is filled with delicious Eastern Mediterranean dishes and refreshing beverages to satisfy even the most discerning tastes.

Sustainability is important to us, so we've incorporated lush green spaces throughout. We've carefully crafted each hotel to complement one another perfectly.

• **Lately, we are talking about future of sustainable tourism. What do you think about it?**

We have made significant strides in water conservation, establishing green spaces and maintaining a hidden oasis known as our secret garden. Additionally, we have taken a firm stance against single-use plastic items, completely eliminating them from our operations. Our commitment to environmental sustainability is evident in our prestigious 5-Star GSAS certification, a recognized industry benchmark for green building practices.

To further optimize our resource usage, we have implemented advanced smart technologies throughout both of our hotels. These innovative systems enable us to effectively manage energy consumption, reducing waste and promoting efficiency.

Furthermore, we have forged partnerships with local farms. As a result, the majority of our vegetable and fruit supply is sourced from nearby farms, supporting the local community and reducing our carbon footprint.





ICON OF THE SEAS

JANUARY 2024

A first-of-its-kind Royal Caribbean® adventure. It's thrills you never dared to imagine and next level chill you never dreamed possible.

Max out memories like never before on 7-night adventures to the Western and Eastern Caribbean onboard Icon of the SeasSM. Every sailing on our newest, thrill-packed ship stops at our private destination, Perfect Day at CocoCay® in The Bahamas. Brace yourself for Category 6, the largest waterpark at sea with six record breaking slides and discover adventure for all ages at Surfside, the first Royal Caribbean® neighborhood built just for families.

OPEN FOR SALE

Call +971 4 331 4299 | KSA 800 897 1419 or visit RoyalCaribbean.ae



Images reflect current design concepts and may include artistic renderings. All ship features, experiences, and itineraries are subject to change without notice.

Guy Hutchinson, President & CEO, Rotana

We look forward to provide unique experiences for our guests to explore the Kingdom and its diverse attractions

Guy Hutchinson, President & CEO of Rotana, one of the leading hotel management companies in the region with hotels across the Middle East, Africa, Eastern Europe, and Türkiye, was among the prominent people who attended the Saudi Tourism Forum held in Riyadh in the Kingdom of Saudi Arabia (KSA) in March 2023. Al Bayan Magazine had the opportunity to meet Hutchinson on the sidelines of the event and discussed the region's vibrant hospitality industry and Rotana's plans for the region and beyond.



• In your opinion, what value do events like the Saudi Tourism Forum (STF) add to the tourism sector in Saudi Arabia?

- This is the first year that the STF is being hosted in Riyadh and I have no doubt that it is grow to be one of the most important travel fairs taking place. Bringing together industry stakeholders, the forum provides a great platform to discuss the future of the travel industry, share knowledge and explore collaboration opportunities, in response to the growing travel demand. I am positive the forum will see increased participation year after year with global and regional tourism professionals gathering to discuss the latest in industry trends, sustainability, technology and the future of travel.

• What were the main points that you focused on in the panel discussion on the sidelines of the Forum?

- I was delighted to participate in the panel along with industry peers to discuss the future of domestic tourism in the Kingdom and the untapped potential to fuel growth and ignite innovation, as the country moves towards a non-oil economy. Saudi Arabia is one of the most exciting and dynamic markets in the region and it presents tremendous opportunities to develop holistic tourism destinations across the main cities such as Riyadh and Jeddah, and the upcoming mega and gega- projects. We also spoke about the various initiatives that the public and private sectors are working together on to limit carbon footprint and raise awareness of the importance of sustainable practices across hotel operations. Another important topic is technology and the impact of digitalisation on the travel and hospitality industry as hotel groups adopt innovative tools to increase efficiency and optimise results. Culture is an important aspect of every corporation and the industry is investing in learning and development and nurturing local talent to develop skills and capabilities.

• How many properties are under the umbrella of Rotana in Saudi Arabia, and are you willing to open new ones?

- We have eight operating hotels in Saudi Arabia distributed among different cities such as Jeddah, Dammam, Al Khobar and Mecca. Saudi Arabia is one of the key market feeders for us and we are on track to develop numerous properties in the coming years including seven new hotels in the Kingdom, which will almost triple the number of rooms we run in the Kingdom to 6,000 over the next four years. One of the most anticipated properties is a stunning resort in Abha and we look forward to further developing our offerings to provide unique experiences for our guests to explore the Kingdom and its diverse attractions.

• Last year, Rotana announced the launch of its newest brand, Edge by Rotana. Are you willing to expand this brand in Saudi Arabia?

- I am positive Edge by Rotana will continue to grow massively as we continue to expand our footprint regionally and globally. Since its launch, the brand has seen tremendous development and Rotana has successfully opened three Edge by Rotana-managed hotels in the UAE – Arabian Park and Park Apartments in November 2022 and Damac Hills 2 in March 2023. We are also in negotiations for five new properties in Riyadh, in line with our target of operating around 30 Edge by Rotana properties across the region by 2027, including eight properties in the Kingdom alone.

Launched last year, Edge by Rotana is a true testament to our agility to create distinctive brands and adapt to market trends whilst continuing to deliver on our singular brand promise – Treasured Time.



Cartier



as the most popular solution to reduce the use of paper and plastic. Hilton also offers meeting and event planners an option for Carbon Neutral Meetings that support sustainable development projects, reduce carbon emissions, and protect the environment.

- Corporate Social Responsibility – We hosted a beach cleaning activity with team members from different departments, we visited a dog shelter with food, so no food goes to waste, that was a fun activity as our team members love to care for sustainability from the heart.

Al Habtoor City's jewel of the crown

• What are the main characteristics that distinguish your hotel from other hotels?

- Al Habtoor City Hotel Collection perfectly located by the arterial Sheikh Zayed Road and on the backs of Dubai Water Canal, and within the grasp conveniently via land through Sheikh Zayed Road and sea through the exclusive RTA water taxis. Each hotel provides complimentary shuttle services at Hilton Dubai Al Habtoor City and V Hotel Dubai and a private chauffeured Bentley drive to all major landmarks in Dubai such as: Dubai Mall, Mall of the Emirates, private beach at our sister property Waldorf Astoria The Palm within minutes. The trilogy of hotels are just minutes' drive away all the tourist attractions such as: Museum of the Future, Mohammed Bin Rashid Library, DIFC, Burj Khalifa, Dubai International Airport and many more. Once you return back to Al Habtoor City, there are still plethora of undiscovered gems awaiting, such as: culinary delights, nightlife at the boulevard, the highest bowling alley in the world, fun at the magical La Perle or the seasonal Winter Garden. All to make you feel Dubai's awe twice as much as anywhere else. Guests can enjoy over 30 entertainment venues, ranging from casual to fine dine including bars and live music, two tranquilizing spas, three rooftop pools to let off the summer heat, a kids' club- so when the kids are away, the parents can experience some we-time, including the miraculous La Perle - a Las Vegas style extravagant world class water themed show by Dragone. Truly The City of Dreams.

Al Habtoor City's jewel of the crown, Habtoor Palace Dubai, LXR Hotels & Resorts, is a majestic and palatial property with 234 lavishly appointed guest rooms including 52 opulent suites (a custom made Bentley Suite and signature Sir Winston Churchill Suite), palatial butler service, seven well-defined restaurants and lounges and the exquisite Silk Spa. With dreamy décor French style symmetrical marble gilded staircases, Versailles manicured gardens, which reminisces of a Maison de Maître, in true French neo-classical style. Habtoor Palace Dubai also offers private chauffeured Bentley drive to the private beach to our sister property at Waldorf Astoria The Palm. The iconic Hilton Dubai Al Habtoor City offers guests a vibrant stay with every aspect transformed into a refreshing experience. From 1,004 guestrooms including 142 spacious suites, to Elixir Spa, six delicious cuisines to choose from and activities filled Kids' Club, Hilton Dubai Al Habtoor City is designed to ensure an enlivening stay. Hilton Dubai Al Habtoor City's guest rooms come with a gorgeous sight for the eye with with Burj Khalifa and Sheikh Zayed Road views. The perfect family friendly hotel with family connecting rooms and the signature suites – the Chairman Suite and the Presidential Suite. Guests can enjoy complimentary access to the executive lounge with a range of benefits with the Chairman Suite and Presidential Suite. There are countless ways to arrive in style at V Hotel Dubai, Curio Collection by Hilton, be it via Sheikh Zayed Road and by water through RTA water taxis. Now, keeping sustainability in mind, the V Hotel Dubai has added 12 superchargers onsite through valet service – the only valet charging service in the country, allowing guests to relax and recharge at their own convenience. With 356 guest rooms including 76 suites, check in at the brand new V Hub, while sipping on a tantalizing cocktail from V Lounge. Ensoy yourself in the hotels refurbished rooms and suites with either Dubai Water Canal view or Sheikh Zayed Road view. The hotel's signature suites - Sky Villa and Penthouse promises to be the ultimate des-res, with its in-suite cocktail making station and bar.

Splurge in travel

• What are your expectations for the year 2023 and what strategy do you adopt to achieve positive occupancy rates always?

We have seen a splurge in travel from the GCC countries, with Oman and Saudi Arabia being in top three on the list. Dubai has always been a preferred destination for travelers from around the world. Be it a leisure, bleisure or honeymoon travel, Al Habtoor City Hotel Collection has every guest covered with a range of different offers and activities. Few offers being:

- Stay 5 Pay 3: Guests can enjoy The City of Dreams for 5 nights and only pay for 3 nights. Valid across all three hotels.

- GCC spring offer: Guests can reserve one room and receive the second room at 50% savings for children 18 and below. Also kids 12 and below eat complimentary at any managed outlets.

- Honeymooners: Escape to a romantic experience at V Hotel Dubai. Guests can have the perfect honeymoon with early check in and late checkout, in room breakfast and dinner for 2 at BQ French Kitchen and Bar.



Al Habtoor City Hotel Collection... A destination within a destination



Soufiane ElAllam

Complex Commercial Director

With over 30 F&B, entertainment, and wellness options, the Al Habtoor City Hotel Collection, a trilogy of hotels located on Sheikh Zayed Road and on the banks of the Dubai Water Canal, is a destination within a destination. The property is conveniently located and can be accessed by land through Sheikh Zayed Road and sea by RTA water taxis. The outlets range from lounges and bars to fine dining venues, two spas, three rooftop pools, a kids' club, and the magical La Perle – a Las Vegas-style extravagant water-themed show by Dragone. The Al Habtoor City Hotel Collection's signature outlets include the award-winning World Cut Steakhouse, Habtoor Palace Dubai's trademark The Polo Bar, American gastropub Ribs and Brews, and the brand new V Hub, which is home to an exhilarating array of facilities.

The property is strongly committed to sustainability efforts and the specific UN goals in this respect. "Al Habtoor City Hotel Collection follows specific UN goals in terms of sustainability, as it matches the goals for Hilton and Al Habtoor", says Soufiane ElAllam, Complex Commercial Director. In this regard, the hotel places emphasis on several areas, including good health and wellbeing. It has three gyms, and a personal trainer is available on request. Special tailored classes can be made just for guests, and swimming classes are provided for the little ones upon request. It also has its jogging and cycling track and even organizes group cycling led by the concierges. Moreover, Sport enthusiasts can play tennis at the Al Habtoor Tennis Academy.

Gender equality and women's empowerment are also important to the Al Habtoor City Hotel Collection. Within the hotel, there are many women leaders, says ElAllam. The hotel also aims to nurture talent by enabling each team member to play to his/her own strengths by offering training and opportunities. Hilton and Al Habtoor City Hotel Collection encourage employees to attend online webinars to constantly evolve and advance in their careers. Corporate Social Responsibility is also an essential area for the hotel. The hotels host beach cleaning activities with team members from different departments. They also visit dog shelters with food, so no food goes to waste.

As part of its pioneering sustainability efforts, the group has installed underground Tesla superchargers, claimed to be the first valet charging service in the world. The group has also added Dubai Can, a sustainability initiative aimed at reducing single-use plastic consumption for employee housing and in front of Hilton Dubai Al Habtoor City along the Dubai Water Canal. The hotel aims to put in place many new sustainability initiatives in 2023, including the reduction of electricity consumption by replacing lights in the rooms with a range of eco-responsible devices with very low energy consumption. This will reduce energy consumption by 5% - 15%.

Digitalization is another area of focus, with the hotel offering guests the option of digital check-in to reduce the use of paper and plastic. Hilton also offers meeting and event planners the option of Carbon Neutral Meetings that support sustainable development projects, reduce carbon emissions, and protect the environment.

Yasser Mazouz

(Complex Director of Sales & Marketing – Al Habtoor City Hotel Collection)

The hospitality industry is one of the most booming industries in Dubai

Equipped with knowledge and passion for the job, Yasser Mazouz, Complex Director of Sales and Marketing at Al Habtoor City Hotel Collection, which includes Hilton Dubai Al Habtoor City- V Hotel Dubai, Curio Collection by Hilton - Habtoor Palace Dubai, LXR Hotels & Resorts, held several leadership positions within prominent organizations throughout his career and has always been an important contributor to their success. Mr. Mazouz believes that leadership is personified through one's character and stature. His approach has always been characterized through a strong mindfulness of the goal at hand and the steps to ultimately achieve it. There is an idiom that he often refers to as the "iron fist in a velvet glove", meaning as a leader, one must be firm with his decision but also genuine in his approach. In a Q & A with Al Bayan Magazine, Mr. Mazouz evaluated the hospitality sector for 2023, talking about the future of sustainable tourism, shedding light on their adopted strategy to always achieve positive occupancy rates, as well as the characteristics that distinguish their hotel from other similar properties.



“Al Habtoor City Hotel Collection has every guest covered with a range of different offers & activities”

• How do you evaluate the hospitality sector for 2023?

The hospitality industry is one of the most booming industries in Dubai. Dubai welcomed approximately around 3.1M visitors in the first 2 months of 2023, which was over 40% increase compared to this time last year. With large events and exhibitions such as Arabian Travel Market and Gulf Food, the hospitality industry is bound to boom. Especially with COP28 to take place in November at Expo City, which is the world's biggest sustainability conference. We will be seeing a boost in the hospitality sector for leisure travelers during this time. As the awareness towards sustainability is growing, Al Habtoor City Hotel Al Habtoor City Hotel Collection has taken their own measures such as Reduced electricity consumption by replacing the guest room lights with eco responsible devices, signs to reuse towels, and on ground Tesla chargers to lead the pack with visions into the future. As per KMPG Lower Gulf, Dubai registered the highest occupancy rate in 15 years by 2022 with the UAE tourism sector contributing USD 29.4B to the economy. Hilton and Al Habtoor Group have heavily invested in UAE and has given Al Habtoor City Hotel Collection a unique opportunity to reposition itself in the minds, and hearts Dubai's market with a plethora of functional spaces, from public areas to multiple spaces to enjoy coffee, tea and small bites either indoor or outdoor. Three rooftop pools, and even a separate kid's pool and kids club. Guests can always find a place for themselves and relax or awe themselves at Dubai's number one show La Perle.

Sustainability is a very wide topic

• Recently there has been a lot of talk about 'the future of sustainable tourism'. What's your comment on that?

- Sustainability is a very wide topic, but a very important one, especially that 2023 is the year of sustainability in UAE. Al Habtoor City Hotel Collection follows specific UN goals of sustainability as it matches the goals for Hilton and Al Habtoor Group:

- Good health and wellbeing – Being healthy should be every individual's top goal, and everyone should be able to take 1 hour out of their busy schedule to focus on himself or herself. At Al Habtoor City Hotel

Collection, we have three gyms and a personal trainer is available upon request or special tailored classes made just for you. Hilton Dubai Al Habtoor City also provides swimming classes for the little ones upon request. To add to the healthy lifestyle, Al Habtoor City has their own jogging and cycling track and even group cycling lead by the concierges. For the sport fanatics, they can play a game or two of tennis at the Al Habtoor Tennis Academy.

- Gender equality and women's empowerment – One of the most respectable traits about Al Habtoor City is that they are a strong believer in women empowerment and gender equality. For example, Mr Khalaf Omar Al Habtoor's three daughters, Meera, Amna and Noora are three successful businesswomen, handling different sectors of Al Habtoor Group. Not to forget the women leaders within Al Habtoor City Hotel Collection – Marijana Mandic, Andrea Torres, Yuan Feng, Farah Bootwala and many more.

- Decent work and economic growth - At Al Habtoor City Collection, we nurture talent, by enabling each team member to play to their own strengths by offering training and opportunities. Through different talent development processes for our employee's career development, Hilton and Al Habtoor City Hotel Collection encourages employees to attend online webinars to constantly evolve and advance in their career. Since 2022 Q4, 50% of the staff were promoted due to their top performance and more yet to come. Al Habtoor City has focused on talent development and coaching, which has led to increase in promotions. This has not only motivated the team, but have proved to bring stability in the company. To add to the above, we have put in place a few practices to complement the goals:

- Reduce electricity consumption – One of the biggest issues many hospitality industries face is electricity consumption. Unfortunately, we cannot ask guests to turn off the lights, but what we can do is replace the lights in the rooms with a range of eco-responsible devices with very low energy consumption. This will reduce energy consumption by 5% - 15%.

- Digitalisation – As being part of the Hilton namesake, moving forward with digital check in is very crucial. More than 2,000 key cards are used every day and many thrown away and not in a very responsible manner. Giving guests the option of digital check in is emerging



Kazem Shamas

(Director of Sales & Marketing - Sheraton Grand Doha Resort & Convention Hotel)

Sheraton Grand Doha is an exceptional hotel with unique features & amenities

Kazem Shamas, Director of Sales & Marketing at Sheraton Grand Doha Resort and Convention Hotel, has always been a very accurate professional with great communication skills, leading by example and contributing to the development of his colleagues. He has strong leadership skills and is true asset to every team, as well as having the drive to determine his goals and is always focused to exceed expectations. He has a very good sense of business, making him very easy to work with. In a Q & A with Al Bayan Magazine, Mr. Shamas evaluated the hospitality industry for the year 2023, expressing his point of view regarding sustainability, highlighting the features that distinguish their hotel from other properties, and shedding light on their strategy to ensure high occupancy rates all the time. Below is an extract from the interview.



Hospitality industry is poised for significant growth in 2023

• What is your evaluation of the hospitality industry for the year 2023?

- I believe that the hospitality industry is poised for significant growth in 2023. Despite the challenges that the industry has faced in recent years, such as travel restrictions and economic uncertainty, we have seen resilience and innovation from businesses within the industry. One of the major trends we've observed is the rise in domestic travel, as more people seek out new experiences within their own country due to restrictions on international travel. Additionally, with Qatar hosting the biggest football event in 2022, we anticipate a surge in tourism from neighboring countries, which will result in increased demand for hotel accommodations.

At Sheraton Grand Doha, we are well-positioned to meet this demand. We are constantly innovating and updating our services and facilities to ensure that our guests have a unique and enjoyable stay with us. We are committed to providing exceptional experiences for all of our guests and will continue to adapt to the evolving needs of the hospitality industry.

Sustainable tourism is more important now than ever before

• Recently, there has been so much talk about the future of sustainable tourism. What are your thoughts about it?

- Sustainable tourism is more important now than ever before, and at Sheraton Grand Doha, we understand the importance of preserving our environment. We believe in advocating for environmentally sound and sustainable practices in all our daily operations, and we have made sustainability one of the core pillars of our business. We strive to create social and environmental benefits for the surrounding community while recognizing our role in the global tourism industry. As part of our commitment to sustainable tourism, we have implemented several initiatives to reduce our environmental impact. We continually monitor our environmental performance and set sound environmental objectives to identify opportunities for improvement in our environmental management system. We review our Green Key criteria at least annually to ensure we meet and exceed industry standards. We also promote the efficient use of materials and resources across our hotel. By integrating sustainable practices into our business operations, we are actively contributing to the overall sustainable development of the industry.



The hotel has earned its place through time as an iconic destination

• What are the highlighted features that distinguish your hotel from other hotels?

- Sheraton Grand Doha is an exceptional hotel that sets itself apart from others with its unique features and amenities. Our location is a major highlight, as we are situated in the heart of the city with easy access to business centers, shopping malls, and cultural destinations. The hotel has earned its place through time as an iconic destination and established a long-lasting relationship with several generations of Qatar.

We take pride in our exceptional dining experience, offering a variety of dining options with exceptional cuisine from around the world, ranging from casual to fine dining experiences. Our world-class facilities are another highlight of the hotel. We have an array of facilities including a private beach, 24-hour fitness center, outdoor pool, and sports facilities. Our associates are dedicated to providing our guests with exceptional service, ensuring that every aspect of their stay is memorable and enjoyable.

Our hotel boasts the biggest attached convention center to a hotel in Doha, making it an ideal destination for weddings, conferences, and other special events. We offer a range of versatile and customizable event spaces, including meeting rooms, ballrooms, and outdoor venues, providing our guests with various options to suit their event needs.

Providing excellent guest experiences is a key aspect

• What are your expectations for 2023? What is the strategy that you are adopting to ensure high occupancy rates all the time?

- To achieve a high occupancy rates, we continuously analyze market trends and adjust our room rates accordingly, ensuring competitive pricing. We also invest in effective marketing campaigns to attract more customers and offer personalized experiences to enhance guest satisfaction and loyalty.

We understand the importance of a strong online presence and we work towards optimizing our website and social media profiles to engage with potential guests actively. Providing excellent guest experiences is a key aspect of maintaining high occupancy rates. Our associates are trained to provide exceptional service, and we offer amenities and facilities that cater to the needs of our guests.

During off-peak periods, we collaborate to create special offerings of promotional rates, packages, and incentives to encourage guests to book during slow periods.



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 التذليل 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 ١٣ طابقاً على مسافة ١٥ دقيقة من مطار حمد الدولي و بضع دقائق عن وسط المدينة.



محمد عوض الله (الرئيس التنفيذي لمجموعة تايم للفنادق):

تتميز دول الخليج بإرث حضاري عريق ما يجعلها محط أنظار السياح

تعمل مجموعة تايم للفنادق على توفير خدمات الضيافة للنزلاء من أصحاب الأعمال والسياح، كما تقدم مجموعة من الفنادق داخل الإمارات وخارجها، وتهدف لتكون علامة تجارية محلية رائدة في المنطقة.

وفي لقاء مع محمد عوض الله، شرح لمجلة «البيان الاقتصادية» أبرز مميزات دول الخليج التي تبهر كل من يزورها من السياح نظراً لريادتها وتنوع المعالم السياحية فيها. ثم أوضح خطوات الشركة التوسعية من خلال التركيز على اختيار الأسواق والمواقع التي سيتم الاستثمار فيها، وهذا ما جعل المجموعة تترع على عرش الفنادق الضخمة في أسواق عدة، وأبرز ما توليه أهمية هي احتياجات النزلاء ومتطلباتهم المتغيرة بالإضافة إلى صقل فريق العمل بأفضل التدريبات والمهارات لإرضاء جميع الزائرين وتحقيق رغباتهم من خلال الإقامة المريحة وحسن الضيافة. أما في ما يختص بمبدأ الاستدامة، رأى عوض الله أن المجموعة تعطي الأولوية في استراتيجيتها وتتبع خطوات موثوقة لنانحية تقليص استهلاك الطاقة واستخدام مواد قابلة للتدوير للمحافظة على بيئة نظيفة خالية من الملوثات السامة. وفي سياق مختلف، أشار إلى الأداء الجيد والنتائج المرضية خلال هذا العام، كما توقع افتتاح فندق جديد في المغرب في نهاية ٢٠٢٣، وأخيراً ذكر عوض الله أن نسبة الإشغال في فنادق المجموعة بلغت حداً ممتازاً في كافة الدول وبخاصة في دولة الإمارات حيث وصلت معدلاتها إلى ٨٣٪ ما ينبئ بموسم سياحي واعد.

المفهوم واتخاذ خطوات جدية منها تقليص استهلاك الطاقة في منشأتنا واستخدام مواد قابلة لإعادة التدوير، إلى جانب إطلاق العديد من المبادرات الهادفة لحماية البيئة وتقليص الانبعاثات السامة وفي الوقت نفسه تقديم خدمات مستدامة للنزلاء.

جميع فنادقنا تسجل أداءً ممتازاً

■ هل أنتم راضون عن معدلات الإشغال المحققة في الأسواق الموجودون فيها؟

– نحن راضون عن أداء المجموعة في جميع الأسواق التي نوجد فيها، في حين أن النتائج المسجلة في الربع الأول من العام الحالي أفضل من تلك المحققة في الفترة نفسها من العام الماضي. كما أن جميع فنادقنا في قطر والمملكة العربية السعودية ومصر تسجل أداءً ممتازاً ومن المتوقع أن يتم افتتاح فندقنا في المغرب مع نهاية العام الحالي.

نحن أمام موسم واعد ومعدلات إشغال جيدة

■ ما هي توقعاتكم لمستقبل القطاع السياحي خلال العام ٢٠٢٣؟

– من المتوقع حصول حركة سياحية ناشطة مع اقتراب موسم الصيف. ففي دولة الإمارات على سبيل المثال وصلت معدلات الإشغال في الفترة الحالية إلى ٨٣٪، وتشهد معظم الفنادق إقبالاً كبيراً من مختلف الجنسيات وهذا مؤشر أننا أمام موسم واعد ومعدلات إشغال جيدة. ■

وبالتالي، أضحت المجموعة إسماعاً رائداً وتضم محفظتها مجموعة من الفنادق تتوزع بين أسواق عدة كالإمارات، المملكة العربية السعودية، مصر، المغرب، قطر ودول أفريقيا. ومع نهاية العام الحالي سيصل عدد الغرف الفندقية التابعة للمجموعة إلى ما يقرب من أربعة آلاف غرفة.

وفي الحديث عن المميزات التي تقدمها فنادق تايم، نعطي للجودة والخدمة الراقية أولوية في عملنا لتلبية احتياجات النزلاء المتغيرة باستمرار، كما يخضع فريق العمل لعمليات تدريب للاستجابة لمتطلبات الزبائن ومواكبة المتغيرات التي شهدها قطاع الضيافة خلال السنوات الماضية. انطلاقاً من أهمية أن يتمتع فريق العمل بالمهارات المطلوبة كي يتمكن من تلبية احتياجات السفر المتوقعة وخدمة النزلاء بأفضل الامكانات المتاحة. ومن هنا نحرص في جميع فنادقنا على توفير خدمات مميزة بشغف كبير ما يجعل علامتنا من الخيارات المفضلة لدى النزلاء باختلاف متطلباتهم وأهداف إقامتهم حرصاً منا على حسن الضيافة وأعلى معايير النظافة.

للاستدامة.. أولوية في عملنا

■ بدأ القطاع السياحي يولي أهمية لموضوع الاستدامة، كيف تطبقون هذا المفهوم في عملكم؟

– نعطي مبدأ الاستدامة أولوية في عملنا، حيث يتم التركيز بشكل كبير على تطبيق هذا

■ انطلاقاً من خبرتكم الطويلة في عالم الضيافة، ما هي أهم المقومات السياحية التي تتميز بها دول الخليج؟

– تتميز دول الخليج بإرث عريق ومزيج من الحضارات والثقافات ما يجعلها محط أنظار السياح من الدول العربية والأجنبية. كما تمتلك البنية التحتية السياحية المناسبة لاستقطاب الزوار من مختلف الجنسيات. وبالتالي، نجحت العديد من دول الخليج كالإمارات والمملكة العربية السعودية في التعافي الكامل من تداعيات الجائحة والحفاظ على ريادتها الإقليمية والعالمية كوجهة سياحية متميزة تلبي كافة أذواق السائحين، ومكان مفضل للحياة والعمل بفضل ما تتمتع به من أمن واستقرار.

في حين أن العديد من الأوروبيين والأجانب يولون أهمية للتعرف على الثقافة العربية وزيارة الأماكن السياحية، حيث باتت معظم دول الخليج جاذبة للسياح لما تقدمه من خدمات متنوعة وتجارب استثنائية لا تتوفر في الدول الأخرى.

خطة توسعية مدروسة

■ هل لنا بفكرة عن خططكم التوسعية في العديد من أسواق المنطقة؟

– تعتمد المجموعة خطة توسعية مدروسة، مع التركيز بشكل كبير على الاختيار الصحيح للأسواق والمواقع التي سيتم الاستثمار فيها، إيماناً منا بأهمية توجيه الاستثمارات في المكان المناسب للوصول إلى الأهداف وتحقيق العوائد الجيدة للمستثمرين.

تايم للفنادق تستعرض أبرز مبادراتها المستدامة في سوق السفر العربي ٢٠٢٣



الأخبار حول ممارساتنا البيئية، ولقد فكرنا ملياً بكل التفاصيل المتعلقة بمشاركتنا في سوق السفر العربي ٢٠٢٣ لضمان تلبية الأهداف والمبادرات المستدامة لفنادق تايم في موقع الحدث.

وقد تمكن زوار جناح تايم للفنادق من التعرف على مبادرات الطاقة الكهرومائية والزراعة المائية التابعة لفنادقها الموجودة في مصر والمغرب، حيث تعد الطاقة الكهرومائية من أقدم وأكبر مصادر الطاقة المتجددة، والتي تستخدم التدفق الطبيعي للمياه المتحركة لتوليد الكهرباء، كما يمكن تخزينها بعد ذلك واستخدامها للطاقة، حيث تعد المبادرات البيئية والمستدامة المعروضة كمثال مصغر لما تم تنفيذه واستخدامه في تزويد مواد الجناح بالطاقة خلال معرض سوق السفر العربي ٢٠٢٣.

قامت تايم للفنادق بتنفيذ العديد من المبادرات لدعم حملة الوصول نحو تحقيق صافي انبعاثات صفرية، شملت كلاً من: تركيب شواحن للمركبات الكهربائية في اثنين من



فنادقها في دبي، والانضمام إلى مبادرة إعادة التدوير وإعادة التحريج والتكرار بالتعاون مع مجموعة عمل الإمارات للبيئة، وتنفيذ العديد من السياسات البيئية على مدار الاثني عشر شهراً الماضية مثل: تتبع كمية البنزين والديزل وغاز البترول المسال المستهلكة لمراقبة انبعاثات الكربون وتقليلها في النهاية، حيث حققت فنادق تايم أيضاً هدفاً يتمثل في تقليل الاستخدام الفردي للبلاستيك بنسبة ٩٠٪ في عام ٢٠٢٢ وهي تعمل على تحقيق هذا الهدف بنسبة ١٠٠٪ بحلول عام ٢٠٢٣.

تؤكد مجموعة تايم للفنادق TIME، على مكانتها الرائدة في تبني مفهوم الاستدامة من خلال استعراض مجموعة من مبادراتها المستدامة الصديقة للبيئة التي تشمل كلاً من: تصميم وإنتاج جناح المعرض إلى الممارسات البيئية المعروضة في معرض سوق السفر العربي ٢٠٢٣.

من حيث التصميم، تم صنع جناح معرض تايم للفنادق المشارك في سوق السفر العربي ٢٠٢٣ من مواد معاد تدويرها مع الهيكل المطلي بطلاء قابل للتحلل الحيوي، وهو بديل أكثر صداقة للبيئة للدهانات القائمة على السموم والتي تستغرق وقتاً أطول للتحلل، وتم

إضاءة الجناح باستخدام الـ LED وهو أكثر كفاءة في استخدام الطاقة وعمر افتراضي أطول، كما تم نقل وتسليم المواد التي تم صنع جناح المعرض منها إلى مكان الحدث عبر رحلة واحدة فقط لتقليل البصمة الكربونية التي تستغرقها العملية بأكملها.

هذا وسيتم إعادة استخدام الجناح في النسخ الثلاث القادمة لمعرض سوق السفر العربي لأعوام (٢٠٢٣ و ٢٠٢٤ و ٢٠٢٥)، حيث سيتم تخزين المواد في مستودع يتم تشغيله بشكل مستدام، كما سيتم نقل أي مواد لا يمكن إعادة استخدامها إلى مراكز إعادة التدوير المرخصة حتى يمكن أن تستمر رحلتهم في مكان آخر.

وبهذه المناسبة قال محمد عوض الله، الرئيس التنفيذي لمجموعة تايم للفنادق: «نجت تايم للفنادق في العقد الماضي في تنفيذ عدد من المبادرات البيئية الرائدة في السوق، ويسعدنا أن تكون الاستدامة هي الموضوع الرئيسي لمعرض سوق السفر العربي لهذا العام، حيث نتطلع إلى مشاركة آخر



**مارك مطر (مدير عام فندق سانت ريجيس الدوحة وسانت ريجيس جزيرة مرسى عربية - اللؤلؤة قطر
(THE ST REGIS DOHA & THE ST REGIS MARSA ARABIA ISLAND, THE PEARL QATAR)**

نقدم مجموعة من الخدمات الاستثنائية والشخصية تحاكي تطلعات ضيوفنا



نجحت سانت ريجيس في الحفاظ على الإرث العريق كعلامة فندقية ذات شهرة من خلال تقديم خدمات استثنائية ومرافق مميزة لضيوفها.

وفي لقاء مع السيد مارك مطر مدير عام فندق سانت ريجيس الدوحة وسانت ريجيس جزيرة مرسى عربية - اللؤلؤة الذي تُرخر مسيرته المهنية بسجل حافل من الإنجازات وقصص النجاح المميزة، أشار إلى أن مناطق الجذب السياحي والخدمات المتكاملة المتاحة للزوار جعلنا من الدوحة مقصداً سياحياً بارزاً، ولفت أن النجاح الذي حققته دولة قطر في استضافة كأس العالم ٢٠٢٢ جعلها محط أنظار جميع الدول. كما نوه مطر بأن سانت ريجيس تعد بين أفضل العلامات التجارية التابعة لمجموعة ماريوت العالمية كونها تقدم لضيوفها مجموعة متنوعة من الخدمات الفاخرة والشخصية لتلبية احتياجاتهم، كما تسعى للارتقاء بكل الفنادق إلى مستويات جديدة من التميز والنجاح.

ومن جهة أخرى، سلط السيد مطر الضوء على تركيز علامة ماريوت العالمية على القضايا البيئية وتبنيها مجموعة من المبادرات المتعلقة بالاستدامة، إيماناً منها بأهمية الحفاظ على الموارد الطبيعية، لافتاً إلى تحقيق معدلات إشغال ثابتة بفضل السمعة الحسنة والخدمات الاستثنائية التي تقدم للزلاء.



■ علام تركز المقومات السياحية لدولة قطر؟

– تمنح دولة قطر زوارها فرصة خوض العديد من التجارب المميزة بفضل مناطق الجذب السياحي المتعددة والخدمات المتنوعة التي تقدم للسياح. كما يشكل القطاع السياحي في دولة قطر واحداً من أبرز القطاعات ذات الأولوية في عملية تنويع الاقتصاد القطري، حيث بات للدولة القدرة على تقديم مجموعة من الأنشطة السياحية والاقتصادية لزوارها. بالإضافة إلى ذلك، توفر قطر خيارات متنوعة من الفنادق والشقق

الفندقية لأهم وأرقى العلامات التجارية العالمية، في حين يبذل مشغلي هذه الفنادق جهداً كبيراً لتقديم خدمات مميزة للضيوف ما جعل من الدوحة مقصداً سياحياً بارزاً تتوفر فيها خدمات متكاملة وشاملة كما أن النجاح الذي حققته قطر في استضافة بطولة كأس العالم ٢٠٢٢ جعلها محط أنظار العالم حيث تنهافت جنسيات جديدة لاستكشاف المعالم السياحية والأثرية للدولة مثل الهند، الصين، والأسواق الأوروبية.

نقدم خدمة المساعد الشخصي

■ ما الذي يميز فنادقكم عن مثيلاتها في الدوحة؟

– تُعد سانت ريجيس بين أفضل العلامات التجارية التابعة لمجموعة ماريوت العالمية، نقدم لضيوفنا مجموعة متنوعة من الخدمات الفاخرة والشخصية لتلبية احتياجاتهم، حيث نقدم ما يسمى الـ "BUTLER SERVICE" أي خدمة المساعد الشخصي الذي يرافق النزيل طوال فترة إقامته في الفندق، كما بإمكانه البقاء على تواصل مع مساعده لترتيب إقامته الثانية في حال رغب بذلك. وهذه الخدمة تعد الأولى من نوعها على مستوى الدوحة وتتوفر حصراً في فنادقنا. وفي الحديث عن أبرز مميزات هذه الفنادق، يوفر فندق سانت ريجيس الدوحة المصنف خمسة نجوم منطقة شاطئ خاص ومسبحاً خارجياً، كما تتميز جميع الغرف بإطلالات على الخليج العربي، إلى جانب مجموعة متنوعة من الأطباق والمأكولات العالمية كونه يضم ١٤ مطعمًا.

أما بالنسبة لفندق سانت ريجيس جزيرة مرسى عربية يتميز بموقعه الاستراتيجي في قلب اللؤلؤة - قطر، كما يستقطب الباحثين عن الإقامة الطويلة كونه عبارة عن أجنحة فاخرة مجهزة تجهيزاً كاملاً وتتوفر فيها جميع الخدمات التي يحتاجها النزيل إلى جانب خيارات واسعة من المطاعم العالمية.

نقوم بتشجيع الصناعات والزراعات المحلية

■ كثر الحديث في الآونة الأخيرة عن مستقبل السياحة المستدامة كيف يمكن لقطاع الضيافة تطبيق هذا المفهوم؟

– تركز مجموعة ماريوت العالمية على القضايا البيئية من خلال العمل على مجموعة من المبادرات والإجراءات منها تقليص استخدام المواد البلاستيكية في الغرف ومختلف المرافق الفندقية واستبدالها بمواد أخرى صديقة للبيئة وقابلة لإعادة التدوير، بالإضافة إلى ذلك نقوم بتشجيع الصناعات والزراعات المحلية يحث نعمل على استيراد هذه المنتجات المحلية بدلاً من استيرادها من الخارج وبذلك نوفر أطباقاً عضوية من منتجات زراعية طازجة.



معدلات إشغال جيدة نسبياً

■ كيف تصفون معدلات الإشغال المحققة في فنادقكم؟

– يحافظ فندق سانت ريجيس الدوحة على معدلات إشغال ثابتة وذلك لسمعته الحسنة وموقعه القوي في السوق، إلى جانب علاقتنا المميزة مع أصحاب الأعمال والكيانات التجارية وفي الوقت نفسه نحظى بثقة وكالات وشركات السفر المرموقة. أما بالنسبة لفندق سانت ريجيس جزيرة مرسى عربية يعتبر منشأة حديثة في السوق ولم يمضي على إفتتاحه سوى ستة أشهر إلا أنه يحظى بإقبالاً واسعاً ومعدلات الإشغال فيه جيدة نسبياً. ■



UNLOCK QATAR WITH POSSIBILITIES

ABOUT AVIS QATAR

In 1946, Warren Avis opened the world's first airport car rental location at Willow Run Airport, Detroit, with a grand total of three cars. Today, AVIS operates from over 5,000 locations in 165 countries worldwide. AVIS is a trusted and award-winning brand with a long history of innovation in the car rental industry and is one of the world's top brands for customer loyalty, with a commitment to true convenience and exceptional service.

AVIS Qatar - Venture Gulf Rent A Car is a licensee of AVIS Europe plc, the leading car rental company in Europe, Africa, the Middle East and Asia. AVIS Qatar is a Partner in Development with Al Nasr Holding Co. with its core business in car rental industry for more than 40 years.



**We try
harder®**

Services



FULL-SERVICE PREVENTIVE
MAINTENANCE AND
AUTOMOTIVE REPAIRS



ANCILLARY
PRODUCTS



SHORT TERM RENTAL &
LONG TERM LEASING



CHAUFFEUR
SERVICES



INTERNATIONAL
OUTBOUND RESERVATION



FLEET
MANAGEMENT



فراس منيمنة

(المدير العام لفندق مانسارد الرياض، راديسون كوليكشن (MANSARD RIYADH, A RADISSON COLLECTION HOTEL):



سجل الفندق معدلات إشغال جيدة جداً مع مؤشرات إيجابية واعدة

سُمِّيَ فندق مانسارد - الرياض، راديسون كوليكشن (MANSARD RIYADH, A RADISSON COLLECTION HOTEL) تيمناً بسقفه المصمم على طريقة مانسارد المستوحى من هوسمان الباريسي، ويتمتع الفندق بموقع استراتيجي بجوار أهم مراكز التسوق والمقاهي والمطاعم. كما يضم ١٩١ غرفة وشقة وفيلادوبلاكس مصممة بذوق رفيع.

وشرح السيد فراس منيمنة مدير عام الفندق في حديث خاص لمجلة «البيان الاقتصادية» مقومات المملكة العربية السعودية السياحية وبخاصة العاصمة الرياض التي تقدم مجموعة مميزة من الوجهات السياحية مثل «الغلا» و«أبها» وما تمثله من الثقافة والتقاليد العربية الأصيلة، وباعتبار المملكة مقصداً سياحياً عربياً قامت الجهات المعنية بإصدار قرارات تسهّل دخول الوافدين وسرعة الاستحصال على التأشيرات بالإضافة إلى الجهود المبذولة من قبل وزارة السياحة من خلال البرامج التي تقدمها للزوار. وفي معرض كلامه عن مميزات الفندق تطرق منيمنة إلى أنه يقدم مجموعة متنوعة من المطاعم ذات العلامات التجارية الفاخرة بالإضافة إلى المأكولات الأجنبية الشهية، كما أورد أنه يتيح للزلاء تجربة أفضل الأطباق العالمية الحاصلة على "MICHELIN STAR". أما في ما يتعلق بمعدلات الإشغال نوّه السيد منيمنة بأنه يشهد نسباً جيدة جداً مؤكداً تفاؤله للمستقبل.

تتعدد المقومات السياحية للمملكة منها تاريخي ومنها برامج ترفيهية حديثة

ثقافة وتقاليد جديدة غير موجودة في وجهات أخرى ومن هنا أضحت المملكة مقصداً سياحياً للعديد من الجنسيات. بالإضافة إلى ذلك، القرارات التي اتخذتها الجهات المعنية فيما يتعلق بتسهيلات الدخول وسرعة إصدار التأشيرات ساهمت إلى حد كبير في زيادة أعداد الوافدين بعد تذليل العقبات التي كانت تعترضهم في السابق، وخصوصاً مواطني دول مجلس التعاون الخليجي. ويضاف إلى ذلك، وضعت وزارة السياحة برنامجاً متكاملأً لعب دوراً مشجعاً للنشاط السياحي في العاصمة الرياض، كما هناك العديد من البرامج المميزة التي ستقدمها المدينة للزوار للمرة الأولى.

■ ما هي المقومات السياحية التي تتميز بها المملكة العربية السعودية؟
- تُعد الرياض جزءاً من التجربة السياحية التي بدأت تشهدها المملكة العربية السعودية مؤخراً، باعتبارها العاصمة وتمثل سياحة الأعمال والمؤتمرات. ومن جهة أخرى، تتميز العاصمة بمقومات سياحية جاذبة وعلى رأسها الدرعية التي تمثل الحضارة السعودية وانطلاق الدولة من قلب هذه المدينة العريقة. وإلى جانب الميزات والخدمات التي توفرها الرياض والمطار الدولي الضخم الذي يعد محطة أساسية لأي وافد ظهرت حديثاً مجموعة من الوجهات السياحية المميزة مثل «الغلا» و«أبها»، التي تقدم تجربة فريدة للسياح الراغبين بالتعرف على



ويقدم المطعم الثالث L'ami Davé مفهوماً جديداً لتناول الطعام حيث يكرّم المطاعم الأسطورية في باريس مع أجواء رائعة تستحضر عظمة العالم القديم. ويضم المطعم قائمة طعام تحتفل بالمكونات الخام عالية الجودة، والمحضرة بأسلوب جميل، حيث يستطيع الضيوف تذوق لحوم البقر المشوية من مصادر لا تشوبها شائبة والكلاسيكيات مثل الإسكارجوتس وكبد الأوز. ويقدم المطعم أيضاً مجموعة مختارة من الحلوى الشهية.



من اليمين: زاهر بيزري، فراس منيمته، حسن بركات وخطار إلياس شعبا

ومن ناحية أخرى، يحتوي مانسارد الرياض على ردهة سيجار بوتشو في طابق الميزانين بالمبنى الرئيسي للفندق، وتوفر الردهة تجربة حصرية للسيجار من مورد متخصص، Casa Del Habano. وبالإضافة إلى مجموعتنا الفاخرة من السيجار، تتوفر أيضاً قائمة وجبات خفيفة جنباً إلى جنب مع مجموعة مختارة من مشروبات القهوة والموكتيلات. ويعد مانسارد الرياض وجهة رئيسية للإجتماعات والمؤتمرات وجلسات التدريب والفعاليات الخاصة، إذ يضم الفندق ستة أماكن للإجتماعات تطل على ساحة الفندق وتوفر الكثير من ضوء النهار الطبيعي، لعل أبرزها معرض فرساي Versailles Gallery وهو عبارة عن منشأة فاخرة ذات تصميم داخلي عصري فخم وإستثنائي. ويمتد المعرض على ثلاثة طوابق، حيث يوفر الطابق الأرضي والأول مساحة مثالية للجمعيات والفعاليات المتنوعة، بينما يحتوي الطابق الثالث على غرفة إجتماعات مع غرفة طعام راقية وأنيقة مثالية للإجتماعات الخاصة أو المناسبات الحميمة.

وللإسترخاء حقاً، يمكن للنزلاء الاستمتاع بعلاج سبا لا يُنسى في منتجع L'Occitane Spa الذي سيتم إفتتاحه في شهر أكتوبر حيث ستستخدم منتجات العناية بالبشرة المميزة من L'Occitane en Provence الغنيّة بالمكونات الطبيعية العضوية. ويشتمل مركز اللياقة البدنية أيضاً على صالة ألعاب رياضية مُجهزة بالكامل وحمام سباحة داخلي مُغطى، بالإضافة إلى ساونا وغرفة بخار.

معدلات إشغال جيدة جداً

■ كيف تصفون معدلات الإشغال المحققة؟

– يسجل الفندق معدلات إشغال جيدة جداً فافتتحت التوقعات خلال الربع الأول من العام الحالي، ومن المتوقع استمرار النتائج الإيجابية خصوصاً في الربع الأخير، في ظل ما تظهره الحجزات وأعداد الوافدين المتزايدة لمدينة الرياض حيث ستكون العاصمة وجهة ترفيهية إلى جانب كونها مقصداً للأعمال والمؤتمرات كما يعرفها الكثيرون. ■

خصائص جغرافية، هندسية، خدمية... خدامية...

■ ما هي أبرز الخصائص التي تميّز «مانسارد الرياض، راديسون كوليكشن» عن الفنادق الأخرى؟

– يقع فندق «مانسارد الرياض»، راديسون كوليكشن شمال العاصمة وتحديداً في حي الربيع الشمالي، ويتميّز بموقع مثالي بالقرب من مراكز الأعمال والتسوّق لا سيما مركز الملك عبد الله المالي. ويحقق هذا العقار المذهل مستوى جديداً من الفخامة في تصميمه، حيث تمتزج الهندسة المعمارية الأوروبية الكلاسيكية بسلاسة مع الجماليات

المعاصرة. وتم تصميم الفندق من قبل Hirsch Bedner Associates Dubai (HBA)، ويتميز طرازه المبني حديثاً بإستخدام «أسقف مانسارد» الشهيرة مع الحفاظ على التزامه بالثقافات المحلية وكرم الضيافة العربية. وتعكس واجهة الفندق الطراز المعماري الباريسي لهوسمان في منتصف القرن التاسع عشر وتستحضر صورا للمباني الكبرى التي تصطف في الجادات العصرية لمدينة الأضواء، والديكورات الداخلية فاخرة والتشطيب لا تشوبه شائبة، مع لمسات من اللونين الأزرق والبيج، مما يخلق أجواء هادئة وأصلية للضيوف. ويمكن أيضاً العثور على مجموعة من الأعمال الفنية المعاصرة للفنانة المحلية مشاعل سعد الزيد في جميع أنحاء أروقة الفندق.

ويضم الفندق ١٩١ غرفة وجناحاً وشققاً فندقية وفيلات دوبلكس – كل منها مؤثث بشكل رائع ومزين بأعلى المعايير بأقمشة عالية الجودة ومفروشات حديثة وأرضيات من الرخام والخشب الصلب، مما يكشف عن تفاني فندق مانسارد الرياض في العيش الفاخر الذي يلاص جميع الحواس. كما يقدم الفندق مجموعة متنوعة من المطاعم لأهم العلامات الأجنبية بهدف توفير خيارات متعددة للنزلاء والإستمتاع بالأجواء الجذابة التي يقدمها الفندق خلال فترة إقامتهم. وأبرز هذه المطاعم Sadelle's هو تمثيل عصري لمكان تناول الطعام الكلاسيكي والتقليدي في مدينة نيويورك ويفتح أبوابه لاستقبال الضيوف طوال اليوم، حيث يمكنهم الاستمتاع بقائمة من الأطعمة الشهية، بما في ذلك الخبز اللذيذ، قطع السلمون والبيتزا وبرجر الجبن المزدوج وروبيان جوز الهند والسلطات المفرومة بدقة والسندويشات ثلاثية الطوابق. واستوحى نمط Sadelle's من مدينة نيويورك حيث يعتبر بمثابة أسلوب حياة إذ يجمع بين وجبات الطعام المميزة والخدمة الديناميكية والأجواء الساحرة الحيوية. أما المطعم الثاني Carbon، الحائز على نجمة ميشلان، يعد تكريماً للسحر الخالد الخاص بالمطاعم الإيطالية – الأميركية في منتصف القرن العشرين بنيويورك، حيث يقدم الطعام اللذيذ والمجهز جيداً بشكل إستثنائي في أجواء أنيقة ومريحة وبسيطة في الوقت نفسه. وكان قد اجتذب المطعم في نيويورك العديد من المشاهير بما في ذلك الرئيس الأميركي السابق باراك أوباما، جنيفر لوبيز، أديل، عائلة كارداشيان، وغيرهم الكثير.



شعاع علي السميطي (مجموعة كتارا للضيافة KATARA HOSPITALITY):

أضحت فنادقنا بمثابة أيقونة وتحمل بعداً تاريخياً بتصميمها الأنيق



تمتد خبرة مجموعة كتارا للضيافة KATARA HOSPITALITY لأكثر من ٥٠ سنة وهي تستثمر في الفنادق الرائدة وتعمل على تنفيذ استراتيجيتها للتوسع في دول عدة حول العالم، كما أنها تتمتع بشراكات مع أفضل شركات إدارة الفنادق في قطر والعالم.

بمناسبة المشاركة في معرض «سوق السفر العربي ٢٠٢٣»، أشارت الأنسة شعاع علي السميطي مساعد مدير في التسويق والاتصالات المؤسسية، في حوار لمجلة «البيان الاقتصادية» إلى أن المشاركة هذا العام جاءت للتسويق لدولة قطر وإظهار مكانتها كوجهة سياحية رائدة في قطاع السياحة والسفر في المنطقة والعالم.

وتماشياً مع أهداف «رؤية ٢٠٣٠» أثبتت الدولة جدارتها في استقطاب أضخم الفعاليات العالمية وعلى رأسها بطولة كأس العالم ٢٠٢٢، بالإضافة إلى مجموعة أنشطة ستستضيفها قطر في السنوات القادمة مثل «أكسبو قطر ٢٠٣٠» وكأس آسيا مما سيشجع على زيارة الدولة واكتشاف معالمها السياحية. وأضافت الأنسة

السميطي أن النشاط السياحي حافظ على استقراره رغم التحديات السابقة ومنها الجائحة وتداعياتها وبقيت معدلات الإشغال جيدة في جميع الفنادق، وفي سياق مختلف، شددت على النجاح المحقق من قبل المجموعة لناعية تعزيز موقعها داخلياً وخارجياً وتمكنت من تكوين محفظة غنية والقيام باستثمارات دولية بالشراكة مع أبرز العلامات التجارية في قطاع الفنادق.

وأكدت السميطي أن مجموعة كتارا لا تعترضها أي تحديات بل هي تُجري تحديثات عدة. كما أنها افتتحت مؤخراً فندق FAIRMONT TAZI PALACE في المغرب و MAISON DELANO في فرنسا.

«تمكنت مجموعة كتارا للضيافة من تكوين محفظة غنية عالمياً»

بتصميمها الأنيق. وعلى المستوى العالمي، تمكنت بفضل خبرتها من تكوين محفظة غنية وتعزيز استثماراتها الدولية من خلال التعاقد مع أفضل العلامات التجارية في قطاع الفنادق، وهذا ما يجعل نسب الإشغال مرتفعة في جميع الفنادق العاملة تحت مظلتنا محلياً وفي الأسواق الرئيسية التي نتوسع فيها.

فنادق جديدة

■ ما هي التحديات التي تواجهونها في عملكم؟

– في الحقيقة لا تعترضنا أي تحديات أو مشاكل، على العكس نحن في طور إجراء تحديثات والدخول في عمليات إعادة تجديد، حيث افتتحننا مؤخراً فندق FAIRMONT TAZI PALACE في مدينة طنجة في المغرب و MAISON DELANO في باريس.

جزيرة قطيفان وفندق "RIXOS QETAIFAN BEACH"

■ هل من مشروعات مستقبلية ترغبين تسليط الضوء عليها؟

تتمثل أبرز مشروعاتنا المستقبلية جزيرة قطيفان في دولة قطر التي سيتم افتتاحها قريباً، وهي جزيرة تتميز بحديقة الألعاب المائية الأكثر حداثة في المنطقة، فندق «RIXOS QETAIFAN BEACH» وأماكن إقامة رائعة، ومرافق عالمية تجعل منها مجتمعاً حديثاً يتسم بالمنافسة العالمية إضافة إلى تصميم فريد مستوحى من الثقافة الغنية وطبيعة المنطقة. ■



■ ما الهدف من مشاركة «كتارا للضيافة» في معرض «سوق السفر العربي ٢٠٢٣»؟

– باعتباره أحد المعارض الدولية الرائدة في صناعة السياحة والسفر تأتي مشاركتنا للتسويق لدولة قطر والتزامنا الدائم بترسيخ مكانتنا كوجهة رائدة في قطاعي السفر والترفيه بالمنطقة والعالم. ويعتبر معرض سوق السفر العربي، المعرض السنوي الأكثر شهرة على مستوى العالم، بالنظر إلى استقطابه آلاف الخبراء والمتخصصين في قطاع السياحة، فضلاً عن كونه منصة تجمع بين المنتجات والخدمات والوجهات من جميع أنحاء العالم، بالنظر إلى دوره الريادي في دعم النمو وفتح آفاق التواصل بين مجتمع الخبراء في القطاع.

حافظ النشاط السياحي في قطر على ثباته رغم الجائحة

■ هل استعاد القطاع السياحي عافيته بعد التوقف القسري بسبب الجائحة؟

– على مستوى دولة قطر لم يدخل القطاع بمرحلة ركود حيث حافظ النشاط السياحي على ثباته رغم انتشار الجائحة وتراجع حركة السفر عالمياً، بقيت معدلات الإشغال مقبولة في جميع فنادق ومنتجعات الدولة.

تعزيز موقع كتارا والإسهام في تطوير قطاع الضيافة

■ ما هي الأسباب وراء الإقبال الكبير على الفنادق والمنتجعات التي تمتلكها وتديرها كتارا للضيافة؟

– نجحت كتارا للضيافة في تعزيز موقعها داخل قطر والإسهام في تطوير قطاع الضيافة، حيث أضحت فنادقنا داخل الدولة بمثابة أيقونة وتحمل بعداً تاريخياً

RICHARD MILLE



RM 037

In-house skeletonised automatic winding calibre
50-hour power reserve (±10%)
Baseplate and bridges in grade 5 titanium
Oversize date and function selector
Variable-geometry rotor
Case in 5N red gold and snow-set diamonds

A Racing Machine On The Wrist

Melanie de Souza

(Executive Director Destination Marketing – The Royal Commission for AlUla):

Uncover the wonders of AlUla: a rich tapestry of human history and unforgettable adventures

The story of the historic city of AlUla is incredibly fascinating, spanning many years and civilisations. It is an ever-evolving and expanding narrative. One of the key individuals entrusted with sharing this amazing story with the world is Melanie de Souza, Executive Director Destination Marketing – The Royal Commission for AlUla. De Souza, a well-respected marketing expert and pioneer of innovation, is one of those rare and inspiring leaders who naturally embraces the role of mentor for her staff. With an extensive track record in the tourism and hospitality industry, Ms. De Souza has played an integral part in the ambitious plans for AlUla. This unique location offers a travel experience deeply rooted in its historic landscape and rich heritage. Al Bayan Magazine had the opportunity to meet Ms. De Souza during ATM and spoke to her about what lies ahead for AlUla.



• **What is the added value behind your continuous participation at The Arabian Travel Market?**

- AlUla is an amazing new story ready to be shared. It is a destination in the North West of Saudi Arabia and encompasses extraordinary human and natural heritage that holds 200,000 years of largely unexplored human history and 7,000 years of continuous civilisation. Moreover, it offers incredible new experiences in the realms of adventure, arts and culture, wellness and year-round calendar events under the banner of "AlUla Moments".

For us, trade shows, particularly the ATM, provide an excellent platform and opportunity to engage with our key airline and travel trade partners. These partners are crucial in driving customers, increase conversion rate, and responding to tactical opportunities. This includes package construction and itinerary building that align with our shared audience segments.



SHERIF ELHALAFAWY & MELANIE DE SOUZA

• **Lately, we have been talking about the future of sustainable tourism. How is AlUla implementing it?**

- Sustainability is a critical element underpinning our entire charter. When considering the principles of this charter, it demonstrates that we are fully aligned with the Saudi Green Initiative. This alignment is reflected in various aspects; such as the regeneration of vast tracts of land in our nature reserves and our adherence to circular economy principles. Additionally we prioritise the engagement and upskilling of our 46,000 strong local community, who we would like to be at the forefront of the tourism industry. Moreover, our codes for the built environment and infrastructure incorporate strict sustainability principles.

• **How many visitors are you expecting to AlUla during 2023?**

- Our target for this year is to attract 250,000 visitors to AlUla. I am pleased to report that last year, 29% of our visitors were international, which indicates that our efforts in our ten key priority markets are yielding results. AlUla's international network is set for imminent expansion with Royal Jordanian adding two direct flights a week from Amman to AlUla starting from September. This addition will enhance the connectivity to AlUla from key Middle East airline hubs, which currently includes Dubai and Cairo. Furthermore, the "Experience AlUla" Destination App for smartphones will be launched soon, allowing users to make the most of their trip by providing information on the various attractions in the city, including landmarks, arts and entertainment venues. The App will also offer 360 AR virtual tours, booking options for experiences such as concerts, festivals, wellness classes, tours, as well as comprehensive listings of must-see sites, hotels and restaurants. Moreover, it features an interactive map of AlUla and provides information on events and festivals throughout the year.

• **Are there any new properties in the pipeline at AlUla?**

- We have an incredibly ambitious pipeline for our hotel infrastructure for the next ten year, which we are progressing through strategic collaborations with world renowned hospitality brands. In the short term, we have already announced next year's opening of The Chedi Hegra boutique hotel, which is being constructed at the UNESCO World Heritage site of Hegra. Additionally, we have confirmed the opening of a unique hotel in AlUla Old Town, operated by The House, a sister company of Cloud 7 under Kerten Hospitality operators. There are numerous exciting developments that are taking place at AlUla - we're excited about what lies ahead.



Kiran Jay Haslam (Chief Marketing Officer Diriyah): Diriyah is the birthplace for the Kingdom of Saudi Arabia and the origin story of what makes a Saudi really a Saudi

Kiran Jay Haslam, the Chief Marketing Officer for the Diriyah (DGDA), has always believed that his most significant achievement at DGDA is bringing together one of the most talented marketing teams, which has a unique Saudi voice with a global understanding and is motivated to take everything to the next level – even when levels don't exist! Mr. Haslam knows everyone at DGDA truly believes in Diriyah, making it far less daunting to realize that nothing like this has ever been created or delivered. According to him, Diriyah is unique in the rate at which it is coming to life and its significance being a human-scale development in the capital city of Riyadh, assuring that the project has a unique ability to remove all prejudices, misconceptions, and narrow-minded views, leaving all those who visit it with a real understanding of the culture, customs, traditions, and warmth that are entirely unique to the Kingdom. Al Bayan Magazine met Mr. Haslam during ATM and following is the interview conducted.



Diriyah the City of Earth

• What are you showcasing at the Arabian Travel Market?

- We are so in love with how we work cooperatively with the Saudi Tourism Authority and they are amazing in what they do. ATM is one of the shows that I really enjoy, and we are participating in it as part of our efforts to highlight the status of the historical Diriyah City as a future cultural and tourist destination. We are also taking part in several panel discussions which address key subjects, including the Kingdom's leadership in sustainable development, tourism and economic growth. We are also showcasing our efforts to harness green growth initiatives and tourism in realizing positive changes in the sector. After opening both the historic UNESCO World Heritage Site At-Turaif and the Middle East's premier fine dining destination Bujairi Terrace in December 2022, Diriyah has begun welcoming tourists from around the world. With 38 confirmed hotel partnerships and an enormous \$63.2 billion project pipeline, Diriyah is fast becoming a global leader in tourism and hospitality. The opening of At-Turaif and the Kingdom's premier dining district, Bujairi Terrace, were important moments in a new era for Diriyah, the City of Earth, as we begin welcoming visitors to the heart of the Kingdom. Also, we announced the imminent opening of the Diriyah Art Futures which aims to promote and enhance the world of digital arts by equipping artists with the right tools and opportunities. It also aims to form bridges between artists and their audiences. Designed by Italian architect Amedeo Schiattarella, Diriyah Art Futures is nearly 10 thousand square meters. Over the sprawling space, there will be six art studios, workspaces for artists, dedicated rooms, workshops and classes in arts and technology, a library, and a shop which will specialize in arts and art tools. We also have Samhan Heritage Hotel which is nestled amongst the natural beauty of Bujairi and Wadi Hanifah. Guests will enjoy the traditional Najdi hospitality experience whilst enjoying a sense of past meeting present and will be able to experience elements of the Kingdom's rich past as they walk around the hotel's passages and courtyards and visit the UNESCO World Heritage Site of At-Turaif.

• Lately, we are talking about future of sustainable tourism. What do you think about it?

- First and foremost, from the very top of our organization with our Chairman HRH Saudi Crown Prince Mohammed bin Salman all the way through down to every employee in Diriyah, our focus on the environment and what we do today and the potential impact that has on the future generations is immense. Looking at the full lifecycle of sustainability, looking at the quality of life, longer life span, looking at the smart city components of waste management, greenification, recreational space, people having a healthy life balance between work and being outdoors, healthier children, etc..., all these things are forming part of each and every step we take across the Diriyah masterplan to build the city of Diriyah for the future. That is one of the ways in which we really anchor ourselves, we are aware that we have very ambitious targets globally for doing right by the environment. What we learn, we share so that others can benefit also.



من اليمين: KIRAN JAY HASLAM وسامي أمين

• What have you achieved since you started promoting Diriyah as a destination?

- We have achieved a real understanding that Diriyah is the birthplace for the Kingdom of Saudi Arabia. It is the origin story of what makes a Saudi really a Saudi. People are understanding more about the project, they are reading it, hearing about it, watching it in documentaries, seeing it on TV shows, etc... So, the feeling within the Kingdom is one of a pride and excitement. We focus so heavily on our community and the population within the Kingdom, as well as the enthusiastic travelers who come to Diriyah and what the quality of life means for them now. People don't get a proposition anywhere in the world which has a compelling origin story anchored on tradition and culture as Diriyah. I suggest for those who want to visit Diriyah for the time being to stay at least two days to enjoy all what this project has to offer because it is really rich, and I think when the entire Diriyah Project is completed by 2030, people would love to live in Diriyah. The experience in Diriyah is authentic, and as we open more assets we will see a lot of people spending probably 3 to 5 days in Diriyah and other 3 to 5 days going to other locations such as AlUla or the Red Sea, and this will form a beautiful profile to understand the Saudi culture.

• What can you tell us about the two new projects that Diriyah had announced with Aman Group?

- Diriyah Company, in partnership with pioneering luxury lifestyle brand Aman Group, announced two forthcoming destinations in the Kingdom of Saudi Arabia – Aman Wadi Safar and Janu Diriyah from Aman's sister brand Janu. Located in the exceptional desert landscape near the city of Riyadh, Aman Wadi Safar will feature 78 keys, a collection of up to 34 fully-serviced Aman branded residences and expansive amenities including a vast Aman Spa and an array of dining experiences. Aman Wadi Safar will draw inspiration from its rich cultural heritage, traditional Najdi architecture and uniquely beautiful natural environment. With a resort setting weaving through the wadis and plateaus of Wadi Safar, the connection between the property and Saudi's iconic landscape will be constantly reinforced. Following the successful opening of Aman New York, Denniston Architects has been appointed to bring Jean-Michel Gathy's extensive experience combining Aman's renowned design language with the local culture, heritage, and landscape of a destination to the project.

The partnership also announced Janu Diriyah, an additional property for Aman's sister-brand, Janu. Meaning "Soul" in Sanskrit, Janu has been created and designed in the spirit of Diriyah, to encourage connectedness, conviviality, and shared experiences to rekindle the soul. Janu Diriyah will be located within close proximity to the incredible UNESCO World Heritage Site of At-Turaif. Comprising 120 hotel rooms, a Janu Wellness offering, and a multitude of dining and guest experiences, the hotel will create memorable moments which build lasting connections with Diriyah amongst its like-minded community of guests. Thus, these projects will enhance our luxury offerings to guests who come to explore our identity.

جو غياض (مدير عام فندق النيل ريتز- كارلتون، القاهرة - مصر):

يتميز فندق النيل ريتز - كارلتون بموقعه الاستراتيجي في قلب مدينة القاهرة



يقع فندق النيل ريتز- كارلتون في قلب مدينة القاهرة على ضفاف نهر النيل حيث الإطلالة الرائعة والمناظر الخلابة، وهو من أفخم الفنادق من فئة الخمس نجوم في المنطقة ويضم ٣٣١ غرفة منها ٥٠ جناحاً فخماً بالإضافة إلى جناحين ملكيين وأربعة أجنحة رئاسية وغيرها. وفي حديث لمجلة «البيان الاقتصادية» مع جو غياض مدير عام الفندق أوضح أنه رغم الأحداث التي أصابت المنطقة والعالم إلا أن القطاع الفندقى في مصر شهد ازدهاراً واستقطب أعداداً وافرة من السياح مما انعكس إيجابياً على معظم الفنادق ولا سيما فندق النيل ريتز- كارلتون. وفي سياق متصل تمكن الفندق من تحقيق زيادة في معدلات الإشغال بنسبة ١٠٪ عن العام الماضي ونتوقع موسم سياحي زاهر في فصل الصيف القادم حيث بدأ التحضير لعدد من الأعراس الضخمة والمرموقة فضلاً عن مجموعة متنوعة من الاحتفالات إذ يقدم الفندق خدمات CATERING للأفراح الخاصة التي تقام خارج الفندق وفق ما أكد السيد غياض.

هذا فضلاً عما سيشهده الفندق من عمليات تجديد ستشمل «باب الشرق» والعمل على التصاميم الداخلية للغرف بالتعاون مع شركة أجنبية ذات معايير عالمية لتتناسب مع الذوق الرفيع لعلامة الريتز كارلتون. وأضاف جو غياض أنه يتوقع حركة دبلوماسية نشيطة هذا العام في ظل الاجتماعات التي تعقدها جامعة الدول العربية.

أما بالنسبة إلى مستقبل السياحة المستدامة أفاد السيد غياض أن الفندق بدأ التحضير للحصول على شهادة "GREEN STAR"، وكذلك العمل على إعادة تدوير المخلفات على مختلف أنواعها وفرزها للتخفيف من التلوث البيئي منوهاً بالدعم الكبير الذى تقدمه الدولة لتطبيق معايير الاستدامة في مختلف القطاعات.

■ ■ ■ نحظى بدعم كبير من الدولة التي وضعت رؤية واضحة

لتطبيق معايير الاستدامة في شتى القطاعات ■ ■ ■

يتمتع الفندق بمقومات كثيرة تجعله محط أنظار السياح

■ ما هي الأسباب وراء محافظة فندق النيل ريتز- كارلتون على ريادته رغم افتتاح العديد من الفنادق الأخرى من فئة الخمس نجوم؟

– يحمل فندق النيل ريتز-كارلتون القاهرة The Nile Ritz-Carlton, Cairo إرثاً من التقاليد والعراقة مع الرفاهية حيث موقعه إستراتيجي في قلب مدينة القاهرة وبالتالي فهو يقدم إطلالة بانورامية على كورنيش النيل من جهة والمتحف المصري وميدان التحرير وجامعة الدول العربية من جهة أخرى. ويعد الفندق علامة فارقة في السوق المصري ويتميز بالخدمة الخاصة والراقية للزلاء حيث يقدم لهم مكاناً فاخراً في قلب القاهرة مع أرقى وسائل الراحة.

بالإضافة إلى ذلك، يستضيف الفندق جميع الفعاليات والأنشطة التابعة

البيان ■ كيف تقوّمون القطاع السياحي في مصر في ظل التحديات الاقتصادية وتقلب أسعار العملة؟

– بالرغم من الأحداث التي شهدتها المنطقة والعالم من تقلبات في أسعار العملة، شهد القطاع السياحي في مصر ازدهاراً حيث استقبلت البلاد أعداداً كبيرة من السياح، الأمر الذي انعكس إيجابياً على معدلات الإشغال في معظم الفنادق وخاصةً بفندق النيل ريتز- كارلتون. وإلى جانب الحركة السياحية النشيطة لمسناً إقبالاً من جنسيات جديدة وتحديداً من الدول الآسيوية مثل تايلاند وتايوان بالإضافة إلى الجنسيتين الإسبانية والألمانية. كما أن جميع المتاحف والأماكن التراثية مكتظة بالسياح من مختلف دول العالم وذلك يُعد مؤشراً إيجابياً أن معدلات الإشغال ستشهد قفزة نوعية على مستوى جميع فنادق القاهرة.



للدولة والوزارات خاصاً الخارجية وتلك المتعلقة بغرفة التجارة الأميركية التي تقيم العديد من الإجتماعات إلى جانب تعاقدنا مع العديد من السفارات وإستضافة الاجتماعات الخاصة بالبنك الدولي. السيدات والسادة العاملين بفندق النيل ريتز- كارلتون يقدمون الخدمات بكل حب وتقدير ونحن نهدف دائماً كفريق عمل إلى تحويل ضيوفنا إلى ضيوف لنا مدى الحياة. هذا ما يجعلنا متميزين لأننا نهتم جداً براحة ورضا كل ضيف.

وعلى الرغم من التحديات التي تعاني منها البلاد في الآونة الأخيرة تمكنا من تحقيق معدلات إشغال أعلى من تلك المسجلة في العام الماضي بنسبة ١٠٪، ومن المتوقع أننا مقبلون على موسم سياحي واعد خلال فصل الصيف. حيث بدأنا التحضير لعدد كبير من الأعراس الضخمة لمصريين وكذلك جنسيات أخرى كالهند، المملكة العربية السعودية واليمن، حيث تتسع قاعاتنا لألفي شخص في آن واحد، إلى جانب الحديقة المطلة على المتحف المصري تتسع بدورها إلى ١٥٠٠ شخص. بالإضافة إلى ذلك نقدم خدمات الـ CATERING للأفراح والاحتفالات الخاصة خارج الفندق سواء مقامة على البحر أو داخل فيلات خاصة من خلال فريق عمل متخصص في هذا النوع من التجهيزات والتحضيرات.

يعد الفندق نقطة وصل بين مختلف المعالم السياحية الرئيسية

■ ما الذي يميز فندقكم عن مثيلاته؟

– إلى جانب موقعه المميز، يعد الفندق نقطة وصل بين مختلف المعالم السياحية الرئيسية مثل ميدان التحرير وكبري قصر النيل والأوبرا والسوق التجاري خان الخليلي. كما يضم أكبر حمام سباحة في العاصمة تم تصميمه على الطراز الأولمبي ويوجد أيضاً كازينو ملحق بالفندق – كل ذلك إلى جانب مجموعة من المطاعم المتنوعة ونادٍ صحي وصالة رياضية مجهزة بأحدث المعدات.

ومن جهة أخرى، نحن بصدد العمل على مشروعات متنوعة وعمليات تجديد سيشهدها الفندق خلال العام الحالي تشمل مطعم «باب الشرق» والعمل على التصاميم الداخلية للغرف بالتعاون مع شركة أجنبية.

مقبلون على مرحلة مليئة بالإيجابيات والأداء المتميز للفندق

■ ما هي توقعاتكم للعام ٢٠٢٣؟

– من المتوقع أن تكون المرحلة مليئة بالإيجابيات والأداء المتميز للفندق في ظل معدلات الإشغال المرتفعة والحركة السياحية التي تشهدها البلاد في الآونة الأخيرة. إلى جانب الحركة الدبلوماسية النشيطة والاجتماعات التي تعقدها جامعة الدول العربية والتي تعزز من معدلات الإشغال في الفندق.

تلب الفنادق دوراً بارزاً فيما يتعلق بالسياحة المستدامة

■ كثر الحديث في الآونة الأخيرة عن مستقبل السياحة المستدامة ما هو تعليقكم؟

– بالتأكيد فشركة ماريوت العالمية تهتم اهتماماً مباشراً ولها دور عالمي مميز في هذا الشأن حيث بدأت منذ عدة سنوات برنامجاً شاملاً للاستدامة بجميع فنادقها. فالآن نقوم جميعاً بالتحضير للحصول على شهادة "GREEN STAR" حيث ستقوم شركة متخصصة بالتدقيق ورفع تقرير حول مدى تطبيق كل فنادقنا لمعايير الاستدامة، بالإضافة إلى برنامج إعادة تدوير مختلف المواد البلاستيكية والمخلفات على جميع أنواعها وفرزها بطريقة دقيقة للتخفيف من التلوث البيئي وأيضاً إستبدال العبوات البلاستيكية بأخرى زجاجية. ونحن هنا في مصر، نحظى بدعم كبير من الدولة التي وضعت رؤية واضحة لتطبيق معايير الاستدامة في شتى القطاعات المختلفة. ■



THE RITZ-CARLTON

DUBAI INTERNATIONAL FINANCIAL CENTRE

STAY LONGER ON US

Embrace the essence of summer and create unforgettable memories with our exclusive Stay Longer on us offer

The Ritz-Carlton Dubai International Financial Centre
Call at +971 4 372 2777

اعترافاً بقيادته الاستثنائية

مراد الخوري حصد جائزة المدير العام من ذوي الخبرة الكبيرة على مستوى المنطقة



نال مراد الخوري، مدير عام شركة الخزامي للإستثمار، جائزة المدير العام من ذوي الخبرة الكبيرة على مستوى المنطقة خلال حفل توزيع جوائز International GM للعام ٢٠٢٣ الذي تنظمه Golden Tree. وتأتي هذه الجائزة تقديرًا للمساهمات والجهود المبذولة من قبل الخوري وإعترافاً بقيادته الاستثنائية حيث استطاع بفضل نهجه المبتكر أن يكون أحد رواد الصناعة البارزين في قطاع الضيافة بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

وبهذه المناسبة، عبّر الخوري عن سعادته بحصوله على هذه الجائزة المرموقة، لافتاً إلى أنها بمثابة إشادة بالعمل الجاد والتفاني والشغف للجهود المبذولة من قبل شركة الخزامي للإستثمار، مؤكداً التزامهم بتقديم تجارب إستثنائية وإستمرارهم في لعب دور ريادي في صناعة الضيافة وتعزيز مكانة الشركة إقليمياً ودولياً لضيوفنا، معلناً أن هذه الجائزة تحفزهم لمواصلة رفع مستوى الجودة في صناعة الضيافة.

وزير السياحة السعودي أحمد الخطيب:

القطاع السياحي حقق نمواً في الناتج المحلي بنسبة ٤,٤٥٪.. والمملكة ستستثمر ٨٠٠ مليار دولار خلال ١٠ سنوات



أكد وزير السياحة أحمد بن عقيل الخطيب أن الوزارة وضعت خططا لقطاع السفر والسياحة تمثل ٣٪ من سوق العمل، مبيّناً أن السياحة في المملكة حققت نمواً في الناتج المحلي بنسبة ٤,٤٥٪ مفيداً أن المملكة ستستثمر أكثر من ٨٠٠

مليار دولار خلال العشر سنوات القادمة.

وأفاد خلال مشاركته في مؤتمر الأعمال العربي الصيني، أن السائح يستطيع الآن الحصول على التأشيرات السياحية إلكترونياً، كما أن هناك الكثير من الدول العربية تعمل باجتهاد لزيادة إسهاماتها في قطاع السفر والسياحة، مشيراً إلى أن من يملك تأشيرة شنجن أو تأشيرة دخول أوروبا يمكنه تقديم طلب عبر الإنترنت بكل سهولة. كما بين أن القطاع السياحي أسهم في توفير الفرص الوظيفية، وتعزيز التنمية المستدامة والاجتماعية.



Peter Hoesli

(General Manager Movenpick Hotel & Residences – Riyadh):

We are quite positive for 2023

Peter Hoesli, General Manager of Movenpick Hotel & Residences Riyadh holds a 43 years' experience in 10 countries on 4 continents in the Food & Beverage and the Rooms Division departments as well as the General Management of 5 star hotel operations, including project work as well as hotel openings. In a Q & A with Al Bayan Magazine, Mr. Hoesli evaluated the tourism sector in Riyadh, shedding light on the occupancy rates in Riyadh overall, talking about the main features that differentiate their hotel from other similar properties, and giving us an idea about their future plans. Following is an extract from the interview.



“ The Saudi nationals are our biggest clientele ”

• **How do you evaluate the tourism sector in Riyadh?**

- Riyadh's tourism sector has experienced significant growth and development in recent years. The city has seen an increase in tourist arrivals, both domestic and international, and has become a popular destination for business and leisure. Riyadh has diversified its tourism offerings, including historical sites, museums, shopping centers, and cultural festivals. Government initiatives, such as Vision 2030 and the electronic visa system, have supported and promoted tourism. Furthermore, Riyadh balances its cultural heritage with modernization, offering a blend of traditional Arabian culture and modern attractions. Collaborations with international partners have further contributed to the growth of the tourism sector.

• **How do you see the occupancy rates in Riyadh overall especially that a lot of events, forums, conferences and shows are being held in the city?**

- The occupancy rates in Riyadh are quite steady. The business influx is strong and currently shared with a limited number of hotels, especially in the 5-star segment. There are a lot of hotels in the pipeline, which will continue to cater to the ever increasing influx of travelers of various segments.

• **What makes your property different from others?**

- Located next to King Abdullah Financial District, our 5-star Hotel and Residences is offering Swiss hospitality at its finest and is able to accommodate a large mix of segments - business, leisure, long stay, incentives & conventions. The Movenpick Hotel and Residences Riyadh offers 359 sophisticated rooms and suites, including 90 spacious residences. Our outstanding 4,000 sqm meeting and events facilities are complimented with wonderful restaurants and a unique outdoor Plaza on the second floor with views over Riyadh.



مجموعة «كريستال للضيافة»

تمكنت مجموعة كريستال للضيافة من تحقيق نجاحات واسعة في عالم الضيافة على مستوى الشرق الأوسط، إذ تضع باستمرار معايير جديدة للحفاظ على ريادتها والبقاء المشغل الأول لفنادق الأعمال والترفيه في الشرق الأوسط وأفريقيا. كما تحرص المجموعة على إطلاق فنادق ذات خصائص



أركان مجموعة CRISTAL GROUP



– أما فندق كريستال أماكن من فئة الأربع نجوم، يقع في قلب المدينة الصناعية الثانية في العاصمة السعودية الرياض، ويضم ٢٦٨ غرفة وجناحاً فاخراً مجهزاً تجهيزاً كاملاً بأحدث وسائل التكنولوجيا والراحة، ويمكن الاستمتاع بالطعم الأصيل في المطعم الإيطالي الأنيق.



– فعلى مستوى دولة الإمارات، يقع فندق كريستال في منطقة الأعمال بمدينة أبوظبي ويتألف من ١٩٢ غرفة وجناحاً تتميز بتصميمها العصري والأنيق ذي ألوان باعثة على الدفء، كما يتيح للنزلاء قائمة متنوعة من المأكولات العالمية في مطعم VIEWS إلى جانب وجود نادٍ صحي متكامل مع مسبح داخلي وغرف بخار وساونا.



محمد صميدي (مدير عام فندق كريستال إربيل CRISTAL ERBIL HOTEL):

إربيل وجهة سياحية داخلية ومقصد للسياح الأجانب والعرب

أكد محمد صميدي مدير عام فندق كريستال إربيل أنه يلقي إقبالاً كبيراً من السياح. كما أفاد صميدي أن الفندق يقصده العائلات ورجال الأعمال وبالتالي تصل معدلات الإشغال فيه إلى ٨٠٪.

■ كيف تقومون واقع القطاع السياحي في العراق؟

– تمثل إربيل وجهة سياحية داخلية للمواطنين العراقيين نظراً لاختلاف طبيعتها ومناخها المعتدل على عكس العاصمة بغداد حيث درجات الحرارة المرتفعة. كما تتميز إربيل بالاستقرار الأمني. في حين تشهد مدينة إربيل إقبالاً كبيراً من السياح الأجانب وأصبحت مقصداً للسياح الخليجيين من الكويت وقطر ودول عربية أخرى.

بعد الفندق مقصداً للعائلات ورجال الأعمال

■ ما هي مميزات فندق كريستال؟

– يتألف الفندق من ١٥٤ غرفة وسبع قاعات مخصصة للاجتماعات بالإضافة إلى حوض سباحة ونادٍ رياضي ومركز خاص بالسبا والساونا، إلى جانب ثلاثة مطاعم توفر للنزلاء أطباقاً متنوعة من المأكولات العالمية. كما يعد الفندق مقصداً للعائلات ورجال الأعمال ووجهة مثالية لقطاع الشركات في إربيل. وتصل معدلات الإشغال إلى حدود ٨٠٪. وستقوم في المستقبل القريب بتوسيع الفندق حيث عملنا على إضافة قاعة ضخمة خاصة بالحفلات وقاعات مخصصة للاجتماعات. ■

تتوسع في الشرق الأوسط

متعددة وفي مواقع استراتيجية في الشرق الأوسط وموطن الأسواق الناشئة الأسرع نمواً في المنطقة. إذ يندرج تحت مظلتها أربعة فنادق موزعة بين دولة الإمارات العربية، المملكة العربية السعودية وفندقين في إربيل دولة العراق.



— أمافندق
ماسايا باي إمبرالد
"MASAYA BY EMERALD"
يتمتع بموقع مثالي
وسط مجمع مدينة إربيل
الراقي، القرية اللبنانية،
ويضم ٩٨ غرفة و ٩٣
شقة فندقية مجهزة
بالكامل وقاعات
للاجتماعات وحوضي
سباحة وخدمة ركن
السيارة.
ويقدم الفندق خدمات
الغرف ٢٤ ساعة
لضمان راحة الضيوف
وتلبية احتياجاتهم.



— أما فيما يتعلق بالفنادق التابعة للمجموعة في مدينة إربيل في العراق حيث
تعد كريستال للضيافة بين أوائل الشركات التي دخلت السوق العراقي في عام
٢٠١٢، وافتتحت فندق كريستال إربيل عام ٢٠١٤ الذي يعتبر من بين أوائل
الفنادق فئة الخمس نجوم في المدينة ويتميز بموقعه الاستراتيجي في وسط
المدينة وعلى بعد ١٥ دقيقة فقط من المطار، كما أن الغرف والأجنحة الفاخرة
التي يصل عددها إلى ١٥٤ مجهزة بأحدث التقنيات، لتوفير أعلى سبل الراحة
للنزلاء.

وتماشياً مع الخطة التوسعية للمجموعة سيتم استهداف أسواق جديدة في المنطقة كالسوق القطري إلى جانب التوسع داخل سوق المملكة العربية السعودية وتحديداً في مدينة مكة، المدينة المنورة، ووسط الرياض، حيث ستواصل المجموعة توسعها بإنشاء المزيد من الفنادق على مستوى المنطقة.

Menno De Boer

(Consulting General Manager & COO Cristal Amaken Hotel - Riyadh)

Saudi Arabia has managed to become the true center of the Middle East

With a career spanning more than 3 decades, Menno De Boer, Consulting General Manager & COO of Cristal Amaken Hotel – Riyadh, served Kings and Queens, Royalty and Heads of State while all the time looking to provide the best in product and services possible. He has opened numerous hotels, trained and set the standards while constantly raising the bar, never to demand the impossible but always looking to achieve more for the guest knowing that the key to success lies in their satisfaction. On the sidelines of the Arabian Travel Market, Al Bayan Magazine met Mr. De Boer and conducted the following interview.

• How do you evaluate the tourism sector in Saudi Arabia overall?

- In spite of the trouble that we faced since the pandemic, I can only say that with the current vision and leadership of HRH Saudi Crown Prince Mohammed bin Salman, Saudi Arabia is really on the right track. It has managed to become the true center of the Middle East. The business is growing, we are opening up and both business and leisure tourists are seeing the growing confidence that is in the country. Within the hotels, we are witnessing focus on both domestic and international tourism. There is so much happening and fantastic projects in Saudi Arabia, so it is a phenomenal time to be in the Kingdom.

• Can you give us an idea about Cristal Amaken Hotel?

- Cristal Amaken Hotel is located in the heart of Riyadh's 2nd Industrial City. Our 268 rooms and suites are fully equipped with the latest in technology and comfort. It offers complimentary WiFi access, spacious conference halls, a business centre, guest parking spaces, state-of-the-art health club and gym facilities, steam and sauna rooms, a jacuzzi, an outdoor swimming pool, and a Moroccan bath. Guests can relax, unwind and enjoy our specialty coffees in our cosy lobby café, or indulge in a wide array of international dishes at our chic all-day-dining restaurant. We give extremely good value for guests and we maintain reasonable prices throughout in order to boost around productivity and help others be able to see the country in a very reasonable way.

• Lately, we are talking about "Future of sustainable tourism". What do you think about it?

- We are taking this issue seriously and we made a program and a plan in order to reach a certain goal in that sense. Thus, we are looking at all things we can do to make our industry more sustainable.





محمد سعيد (المدير العام لمجموعة ROYAL CARRIBEAN):

تمتاز سفن رويال كاريبيان بفخامتها ووجهاتها الفريدة

تختص مجموعة ROYAL CARRIBEAN بتنظيم الرحلات البحرية، وهي تمتلك حصة في توي للرحلات البحرية بالشراكة مع «توي إي جي»، وفي مشروع مشترك مع «إي تي أم» كما أعلنت رويال كاريبيان عن إطلاق هولستيكا وهي شركة تطوّر وجهات الرحلات البحرية. وفي مقابلة خاصة مع السيد محمد سعيد مدير عام المجموعة تحدث عن نمو القطاع السياحي بنسبة ٣٠٪ هذا العام رغم وجود بعض المعوقات مثل ارتفاع أسعار تذاكر الطيران والغرف الفندقية، أما بالنسبة إلى السياحة البحرية فذكر أن نتائج رويال كاريبيان كانت ممتازة بفضل النمو المتسارع وعودة الطلب بشكل واضح على الرحلات البحرية للتعرف على الوجهات السياحية المختلفة إضافة إلى المشاركة ضمن الفعاليات والنشاطات الفنية والترفيهية على اختلاف أنواعها. ومن جهة أخرى، أورد سعيد انضمام علامات تجارية عدة تحت جناح المجموعة منها رويال كاريبيان إنترناشونال للرحلات العائلية، وCELEBRITY CRUISES، التي نعتبر من السفن السياحية الفاخرة ذات الخدمات الراقية، بالإضافة إلى SILVERSEA CRUISES الضخمة ذات المواصفات الفريدة من نوعها. كما أوضح سعيد أن الطلب ارتفع على الرحلات البحرية كونها تقدم تجربة رائعة يرغب بها كل محبي السفر البحري.

الوقت نفسه تبحر نحو وجهات فريدة من نوعها ومدن سياحية نائية لا يمكن للسفن الكبرى التوجه إليها.

تجربة الرحلات البحرية لا مثيل لها

■ ما هي أبرز التحديات التي تواجهون في عملكم وكيف يمكن تخطيها؟

– تتميز الرحلات السياحية البحرية بمسار طويل يضم محطات ومدن مختلفة وهذا الأمر يشكل عائقاً أمام بعض الراغبين بالسفر بإصدار تأشيرات دخول لتلك الدول بسبب بعض العوائق أو في بعض الأحيان المدة الزمنية الطويلة التي تتطلبها التأشيرة والأوراق الضرورية. ولكن على سعيد المجموعة لا توجد أية مشاكل بل على العكس ارتفع الطلب على الرحلات البحرية بعد تخفيف الإجراءات المتعلقة بالجائحة والفرصة الكبيرة لدى الناس لاختبار هذه التجربة الفريدة من نوعها. ■

وزيارة مدن مختلفة، بالإضافة إلى الاستفادة من الفعاليات والعروض المسرحية والفنية والأنشطة الترفيهية ضمن مكان واحد.

■ ما هي أبرز خطط مجموعة رويال كاريبيان والعلامات التجارية التي تنضوي تحتها؟

– تضم المجموعة علامات تجارية متعددة منها رويال كاريبيان إنترناشونال المخصصة للرحلات العائلية حيث توفر السفن الضخمة مجموعة متنوعة من الأنشطة الترفيهية، بالإضافة إلى CELEBRITY CRUISES التي تندرج ضمن فئة المنتجات الفاخرة حيث قوائم الطعام المميزة، كما تضم هذه السفن السياحية أجنحة فاخرة للإقامة إلى جانب المسابح والنوادي الصحية الفخمة وأرقى المطاعم والأطباق الحاصلة على MICHELIN STAR. بالإضافة إلى ما يسمى SILVERSEA CRUISES وتتميز هذه السفن بقدرة إستيعابية لا تزيد عن ٨٠٠ شخص ولكنها توفر خدمات عالية المستوى، وفي

■ كيف تقوّمون القطاع السياحي في العام ٢٠٢٣، وما مدى أهمية انعقاد معرض سوق السفر العربي؟

– تمكن القطاع السياحي من استعادة نشاطه والتعافي من التداعيات السلبية للجائحة. في حين تشير جميع الأرقام إلى نمو القطاع بنسبة ٣٠٪ هذا العام على الرغم من الارتفاع الملحوظ في أسعار تذاكر الطيران والغرف الفندقية عالمياً، إلا أن ذلك لا يوقف محبي السياحة عن معاودة نشاطهم بعد الإغلاقات خلال المرحلة الماضية.

أما بالنسبة للسياحة البحرية حققنا العام الماضي نتائج ممتازة كانت الأعلى في تاريخ الشركة ومن المتوقع الاستمرار في الوتيرة نفسها في العام الحالي وتسجيل أرقاماً ضخمة وذلك بفضل معدلات النمو المتسارعة وعودة الطلب الكبير على الرحلات السياحية البحرية التي تقدم تجربة فريدة من نوعها للسائح وفرصة التعرف على أكثر من وجهة سياحية

Royal Caribbean International's Icon of the Seas First-of-its-kind combination of the best of every vacation

One of the most popular brands with Middle Eastern cruisers, Royal Caribbean International, has revealed more than 15 nightlife joints and bars for its latest vessel Icon of the Seas. Touted as the vacation industry's "first-of-its-kind combination of the best of every vacation", Icon of the Seas will tick every box: from the beach retreat to the resort escape and the theme park adventure. The first Icon Class ship, set to sail in January 2024, Icon of the Seas made headlines when it was unveiled in October last year. Royal Caribbean saw its single largest booking day in its 53-year history when reservations opened for the Icon. Whether vacationers are looking for live music, like two pianists going head-to-head, or to bar hop for sips of coffee-infused cocktails or bubbly at a new walk-up champagne bar, Icon will debut an unrivalled line-up. The debutante will light up the night sky with new and returning hot spots for every type of adventurer, whether parents, couples or friends. Across the newly revealed venues, which are among 40-plus ways to dine, drink and be entertained, grownups are in for all-new experiences and favorites from end to end and even day to night. Serving up brand firsts are venues all about the tunes, like Lou's Jazz 'n Blues in Central Park and Dueling Pianos in Royal Promenade, and spots to grab a drink and mingle before a show like the Rye & Bean coffee bar in Aqua Dome and the Bubbles champagne bar in Central Park. When it comes to favorites, from Trellis Bar and its first menu of bites to more ways to play in Playmakers Sports Bar & Arcade, every place has a sense of new – whether it's a new look and location or signature cocktails exclusive to Icon. Apart from 40 new and returning outlets across dining, bar and nightlife options, and cutting-edge entertainment, Icon of the Seas will feature adrenaline-pumping thrills, including the largest waterpark at sea. Icon will sail seven-night Eastern and Western Caribbean vacations from Miami year-round. Every cruise will visit Royal Caribbean's award-winning private island destination, Perfect Day at CocoCay, The Bahamas, where adventurers can create their perfect vacation day at Thrill Waterpark's 13 waterslides, the first overwater cabanas in The Bahamas at Coco Beach Club and more.



MANSARD

RIYADH

WELCOME TO THE EXCEPTIONAL



A RADISSON COLLECTION HOTEL

Prince Mohammed bin Salman bin Abdulaziz Road 4304, 13315
Riyadh, Saudi Arabia T: +966 11 829 0900 F: +966 11 829 0909

radissonhotels.com/collection

سيمون سمير

(الرئيس التنفيذي لفنادق ستيل دي ماري (STELLA DI MARE)؛

«ميزة علامة ستيل دي ماري، إقامة واحدة تصنع الفارق»



تحرص شركة «ستيل دي ماري» لإدارة الفنادق على اختيار مواقع استراتيجية لفنادقها وخصوصاً بالقرب من الشواطئ إذ إن العلامة تعني «نجمة البحر».

يقع فندق ستيل دي ماري دبي مارينا (STELLA DI MARE DUBAI MARINA) في منطقة مرسى دبي إحدى أجمل المواقع في دبي وقد تم تنفيذه على طراز آر ت ديكو Art Deco، كما يقدم خيارات متنوعة من الرفاهية وأعلى مستويات الراحة للنزلاء.

وفي حوار خاص مع السيد سيمون سمير الرئيس التنفيذي لفنادق ستيل دي ماري، أفاد أنه بعد فترة من الإغلاق التي سببتها جائحة «كوفيد»، تبعها طفرة في الحركة السياحية، وبالتالي ازداد الطلب على السفر إلى المنطقة العربية وخصوصاً دبي التي تتميز عن مثيلاتها من الوجهات بالنمو السريع وتوفير كل ما يحتاجه السياح. كما تطرق إلى المشاركة المستمرة في المعارض والفعاليات العالمية لتسويق دولة الإمارات وتحديد دبي. من جهة ثانية، أشار سمير إلى أن المجموعة تمتلك خمسة فنادق منتشرة في دول عدة وفندق آخر قيد الإنشاء سيتم افتتاحه في أواخر صيف ٢٠٢٤ ويقع في جزر موريشيوس ويتألف من ١٨٥ فيلا راقية. وفي سياق آخر أكد أن علامة STELLA DI MARE هي داعم أساسي لمفهوم الحفاظ على البيئة من ناحية زراعة الحدائق والاستفادة من منتجاتها مباشرة من قبل النزلاء، بالإضافة إلى التعاون مع شركات خاصة للقيام بعملية التدوير وجمع النفايات. وأخيراً لفت السيد سمير إلى أن شعار العلامة هو «إقامة واحدة تصنع الفارق».

– لدى المجموعة خمسة فنادق وآخر في جزر موريشيوس لا يزال قيد الإنشاء وسيتم افتتاحه في أواخر شهر سبتمبر ٢٠٢٤ ويعد من بين أكبر الفنادق الموجودة في الجزيرة ويتألف من ١٨٥ فيلا راقية تضم كل منها ثلاثة غرف. وانطلاقاً من سلسلة فنادقنا التي تعني بالعربية «نجمة البحر»، نحرص على اختيار مواقع استراتيجية على مقربة من الشواطئ وضمن جزر فريدة من نوعها.

مبادرات الحفاظ على البيئة

■ ما هي المبادرات التي تطلقونها في مجال التنمية البيئية؟

– تحرص علامة STELLA DI MARE أن تكون من الداعمين الأساسيين لمفهوم التنمية والحفاظ على البيئة. ومن هنا أطلقنا مجموعة من المبادرات المميزة والمتمثلة في زراعة خضار ومنتجات عضوية ضمن الحدائق التابعة لفنادقنا واستخدامها في تحضير الأطباق للنزلاء، بالإضافة إلى التعاقد مع شركات خاصة في عملية التدوير وجمع النفايات.

■ ما هو شعار STELLA DI MARE لعام ٢٠٢٣؟

– تحمل العلامة شعار «ONE STAY MAKES THE DIFFERENCE» أي «إقامة واحدة تصنع الفارق»، بحيث أن التجربة التي نقدمها للزوار هي فعلاً فريدة. ■



■ البيان في رأيكم، ما هي المقومات السياحية الجاذبة التي تتميز بها دبي والمنطقة العربية؟

– من المتعارف عليه أنه بعد كل فترة من الإغلاق الطويل يتبعها طفرة في الحركة السياحية، وبالتالي عودة الحركة بعد فترة الجائحة تشمل المنطقة العربية والأسواق العالمية في ظل الطلب الكبير على السفر. وتجدر الإشارة إلى أن دبي تتميز عن مثيلاتها من الوجهات بالتنامي غير المسبوق في عدد الغرف الفندقية عاماً بعد آخر، في حين أن المطارات وطيران التشارتر قدموا العديد من التسهيلات للوافدين إلى الوجهات التي توجد فيها فنادق STELLA DI MARE. بالإضافة إلى ذلك، المشاركة الدائمة لقطاع الضيافة في جميع المعارض والفعاليات العالمية عزز من الإقبال على دبي طوال العام وبنسب غير مسبوقة.

اختيار الموقع الاستراتيجي

■ ما الذي يميز فنادق STELLA DI MARE عن مثيلاتها؟

– اختيار الموقع الاستراتيجي هو أكثر ما يميز فنادقنا عن مثيلاتها، ففي الإمارات يقع الفندق في منطقة دبي مارينا، أما في مصر تتوزع فنادق STELLA DI MARE بين العين السخنة وشرم الشيخ.

خمسة فنادق وآخر قيد الإنشاء

■ كم يبلغ عدد الفنادق التابعة للمجموعة؟



Stella Di Mare

Hotels & Resorts



Opening Soon



Stella Di Mare
Mauritius



Dubai Marina Hotel
Dubai - UAE



Beach Hotel & Spa
Sharm El Sheikh - Egypt



Sea Club Hotel
Ain Soukhna - Egypt



Grand Hotel
Ain Soukhna - Egypt



Golf Hotel
Ain Soukhna - Egypt

Ain Soukhna: sales.admin@stelladimare.com | +20 22 314 5375
Sharm El Sheikh: info@stelladimaresharm.com | +20 128 043 4341
Dubai Marina: info.dubai@stelladimare.com | +971 4 563 5555
Mauritius: sales.admin@stelladimare.com | +20 22 314 5375

Call now!
+2 16517

www.stelladimare.com

وجهة ولا أروع.



منتجع وفلل هيلتون شاطئ سلوى. وجهة لا مثيل لها بمرافق عالمية المستوى. استمتع برفاحية الإقامة في الفلل الشاطئية والغرف والأجنحة، واستكشف مطاعم اختيرت بعناية وتعرف على واحدة من أكبر الحدائق المائية في الشرق الأوسط؛ شلالات الصقراء للمغامرات والألعاب المائية.

حان الوقت لحجز عطلتك القادمة.

Rishab Sahney

(Commercial Director - Hilton Salwa Beach Resort & Villas):

We strive to create a personalized and unforgettable stay for each guest

The Hilton Salwa Beach Resort & Villas offer luxurious, lavish, and relaxing stay options with a variety of facilities. This family-friendly resort is home to a world-class water & adventure park, spa, pools, an array of gourmet restaurants, thrilling activities and so much more. Gently lapped by the pristine waters of the Gulf and located on the southwestern tip of Qatar, Hilton Salwa Beach Resort was designed for lovers of sun, sea, sand and serenity. Rishab Sahney, Commercial Director at Hilton Salwa Beach Resort & Villas, is an experienced commercial professional with a demonstrated history of working in the hospitality industry. In his current role, he is responsible for successful implementation of strategies and tactical commercial decisions that lead to growth of the hotel's market share and revenue targets. Al Bayan Magazine conducted an interview with Mr. Sahney and following is the Q & A.



“ Our attention to detail sets us apart ”

• What makes your property different from others?

- “Like nowhere else” is how we describe Hilton Salwa Beach Resort. Having top facilities such as the only water park in Qatar to the largest beach, 3.5 kms with a stunning sunset, we aim to exceed guests' expectations and cater to our varied audience and families.

With 246 hotel rooms, 84 beach villas with private pools, and 31 townhouses and apartments in the Arabian village, the resort offers spacious and elegantly decorated accommodation options with private balconies and terraces. For some jaw dropping adventures, guests have complimentary access with every room booking to Qatar's largest water park, Desert Falls Water and Adventure Park, which features 28 rides, slides, and attractions, including go-karting, laser tag, cliff jumping and canyoning adventures. For guests who prefer a more relaxing activity, the resort's award-winning eforea Spa offers a personalized transformative experience with signature treatments, hammam, and thermal suite facilities; while a range of dining venues and culinary experiences, including 7 signature restaurants offering flavors from around the world, will take you on a gastronomic journey like no other.

Additionally, we strive to create a personalized and unforgettable stay for each guest, and our attention to detail sets us apart.

Our property has implemented numerous sustainable initiatives

• Lately, we are talking about “Future of sustainable tourism? What do you think about it?”

- The future of sustainable tourism is an important topic that we take very

seriously at Hilton and at Hilton Salwa Beach Resort. Our property has implemented numerous sustainable initiatives to reduce watts, water and waste, such as reducing single-use plastics, conserving energy and water, and organizing beach clean ups. We also offer educational programs for our guests to raise awareness about sustainable practices.

Always keeping our audience in mind

• What are the upcoming promotions and offers by Hilton Salwa Beach Resort & Villas and Desert Falls?

- Always keeping our audience in mind, we aim to tailor make our offers and promotions to meet and even exceed their expectations. From Room packages with special savings for the Summer to Family special packages at the water park and spa treatments, we have something for adrenaline seekers and relaxation lovers. Even our fully redeemable pool and beach access and our resort exclusive Dolphin sightseeing and sunset cruises, will make sure our guests have a memorable and enjoyable time.

Delivering an experience like no other

• What are your expectations for 2023 & what is your strategy to have always a positive occupancy rate?

- We are optimistic about 2023. Our strategy includes offering attractive promotions and packages to incentivize bookings and focus on delivering an experience like no other to our guests with ladies' night at the water park, to special family beach festivals once a month and much more. Additionally, a big focus will go on International markets as well to attract family and leisure travelers to come and enjoy Qatar.



هاني عكاري

(مدير عام فندق ومنتجع ذا تشيدي كتارا THE CHEDI KATARA HOTEL & RESORT)؛



تميز الفندق بنزلائه المشاهير والشخصيات المهمة خلال بطولة كأس العالم

يقع فندق ومنتجع ذا تشيدي كتارا THE CHEDI KATARA HOTEL & RESORT في الحي الثقافي كتارا، ويتميز بتصميمه الفريد وكونه منتجع فاخر يوفر لنزلائه الخصوصية، الرفاهية والخدمة الشخصية وتديره مجموعة «فنادق جي إتش إم» العالمية وهو يتبع لعلامة «تشيدي» الفاخرة. وفي لقاء خاص لمجلة «البيان الاقتصادية» مع السيد هاني عكاري مدير عام الفندق أكد أن استضافة قطر لبطولة كأس العالم كانت قيمة مضافة عززت مكانتها كوجهة سياحية وجعلتها تستقطب جنسيات جديدة من جميع أنحاء العالم، كما أنها عززت الوافدين بالتقاليد العربية والتراث الأصيل عبر زيارة المتاحف والمعالم التراثية والثقافية، وكون الفندق يتوسط هذه المعالم في قلب الحي الثقافي كتارا فهو بالتالي مركز جذب للسياح للتنعم بإقامة فريدة ومميزة مع إطلالات على البحر لا مثيل لها. وأضاف عكاري أن موقع الفندق في بقعة خضراء هي كتارا هيلز يوجب عليه تطبيق معايير الاستدامة والحفاظ على البيئة. وفي معرض حديثه عن نسب الإشغال أورد السيد عكاري أن الفندق حظي بشعبية كبيرة لاستضافته المشاهير والشخصيات المهمة، وخلال العام الحالي بدأ يلمس إقبالاً كبيراً من السوقين القطري والسعودي، كما أعرب عكاري عن تفاؤله للفترة الآتية من عام ٢٠٢٣ بالاستمرار في هذا الزخم نظراً لتوقع انعقاد فعاليات مختلفة في الدولة على غرار الفورمولا ١ والمعرض الدولي للسيارات ومهرجانات كتارا الدولية وبطولة كأس آسيا.

العربية المتحدة، وذا تشيدي مسقط، عُمان، وذا تشيدي اندرمات، سويسرا، وفندق وريزيدنسز ذا تشيدي لوستيكا باي، مونتينيغرو، وفندق ومنتجع ذا تشيدي كتارا، الدوحة، قطر، وفندق ذا تشيدي الجونة، البحر الأحمر، مصر. كما تمتلك المجموعة خمسة مشاريع إضافية قيد التطوير، والتي تقع ضمن خطة العلامة التجارية لمواصلة إرثها عالمياً، بما في ذلك ذا تشيدي وادي صفر، وذا تشيدي تروجينا في المملكة العربية السعودية.

■ ما هي أبرز مميزات فندق ومنتجع ذا تشيدي كتارا؟

– في البداية «تشيدي» هي كلمة تايلاندية تعني «المكان المخصص للسلام والتأمل» و«ذا تشيدي كتارا» هو فندق ومنتجع بوتيك تديره مجموعة جنرال هوتيل مانجمنت المحدودة (GHM) General Hotel Management Ltd التي تتميز بمزجها بين العظمة والرقي للتصميمات الآسيوية المعاصرة مع الطابع المحلي للمساحات الملهمة والتي تعرض أفضل ما تقدمه كل وجهة وتزود الضيوف بأسلوب سياحي حقيقي يتذكرونه وتضم محفظتها بعضاً من الفنادق والمنتجعات الفاخرة الأكثر استثنائية في العالم وكان آخرها هذا الفندق الذي تم افتتاحه قبل انطلاق بطولة كأس العالم.

يوفر فندق ومنتجع ذا تشيدي كتارا لضيوفه ملاذاً هادئاً فريداً منذ أن يخطوا خطواتهم الأولى في أجوائه الفخمة والأنيقة حيث توفر القطع الفنية والتحف التراثية والضيافة العربية الأصيلة مزيجاً متفرداً يأخذهم لعالم من الخيال الإبداعي. ينسج هذا المعلم المعماري بسلاسة العناصر الجمالية للإمبراطورية المغولية والإمبراطورية العثمانية مما يجعله تحفة معمارية متفردة تمزج بين القصور الملكية والحدائق مما يضمن لضيوفه خصوصية لا مثيل لها وإقامة لا تُنسى. ويتميز بموقعه الاستراتيجي في قلب الحي الثقافي كتارا مع إطلالات بانورامية على

■ ما هي أبرز المميزات السياحية لدولة قطر خصوصاً بعد النقلة النوعية لاستضافتها لبطولة كأس العالم؟

– حققت قطر من إستضافة كأس العالم أهدافاً كثيرة. أبرزها تطوير بنيتها التحتية وتجهيز مرافقها لتعزيز مكانتها كوجهة سياحية واستثمارية وتجارية في مرحلة ما بعد انتهاء المونديال بهدف رفد الاقتصاد بمناخ مباشرة وضخمة. وبالتالي، النجاح الكبير الذي حققته الدولة في تنظيم هذا الحدث الرياضي الضخم جعل من قطر وجهة سياحية بارزة ومكّنها من استقطاب جنسيات جديدة مثل الصين والهند وروسيا ودول أميركا اللاتينية إلى جانب اهتمام كبير من الجنسيات الأوروبية. ومن جهة أخرى، تقدم الدوحة خيارات متنوعة من سياحة الترفيه والتعرف على التقاليد العربية والتراث الأصيل من خلال مجموعة من المتاحف والمعالم التراثية. أما بالنسبة لفندقنا فهو يقع ضمن الحي الثقافي كتارا وعلى مقربة من المتاحف وقاعات الحفلات ومسرح المدينة حيث يتوسط أبرز المواقع التراثية والمهرجانات التي يتم تنظيمها.

«المكان المخصص للسلام والتأمل»

تأسست مجموعة جنرال هوتيل مانجمنت المحدودة General Hotel Management Ltd (GHM) عام ١٩٩٢، وتميزت بمزجها بين العظمة والرقي للتصميمات الآسيوية المعاصرة مع الطابع المحلي للمساحات الملهمة والتي تعرض أفضل ما تقدمه كل وجهة وتزود الضيوف بأسلوب سياحي حقيقي يتذكرونه. أما في إطار محفظتها الأسطورية، تُصمم المجموعة وتطور وتدير بعضاً من الفنادق والمنتجعات الفاخرة الأكثر استثنائية في العالم، إذ تتبع شعار كل عقار أصلي متميز يرحب بتجربة أسلوب حياة لا مثيل لها. وتشمل المحفظة الحصرية للمجموعة فندق ذا تشيدي البيت في الشارقة، الإمارات

اجتماعات مجهزة تين بشكل احترافي ومكملين بخدمة استثنائية وشخصية تجعلهما مثاليين للتجمعات الحصرية للشركات والاجتماعات التنفيذية.

والجدير ذكره أن ردهة اللوبي الملكية لـ THE CHEDI KATARA تُعد مثلاً للفخامة، وتشكل محوراً ساحراً لإبهار الضيوف حيث تم تصميم الصالة على طراز الفن المغولي النموذجي وبجسد السقف والجدران التي يبلغ ارتفاعها ١٠ أمتار والمزينة بأعمال فنية أصلية مستوحاة من التصاميم المغولية والهندية لإبراز فخامة الفندق، إلى جانب المفروشات الأنيقة ذات الطابع العثماني الفاخر.

موضوع الاستدامة على قائمة اهتماماتنا

■ إلى أي مدى تولون موضوع الإستدامة أهمية كبرى داخل THE CHEDI KATARA؟

– يأتي هذا الموضوع على قائمة اهتماماتنا بما يتوافق مع أهداف

«رؤية قطر الوطنية ٢٠٣٠». وعلى اعتبار أن

الفندق يقع ضمن بقعة خضراء هي كتارا

هيلز، فإن ذلك يحثم علينا تطبيق مبدأ

الاستدامة ومعايير المحافظة على البيئة.

ويتجلى ذلك بتقليص إستخدام العبوات

البلاستيكية بنسب مرتفعة واعتماد الطاقة

النظيفة، كما نتعاون مع شركات متخصصة

في عملية إعادة تدوير جميع المخلفات.

نسب الإشغال ممتازة تخطت توقعاتنا

■ كيف تتوقعون أن تكون نسب الإشغال لديكم خلال العام ٢٠٢٣؟

– بطبيعة الحال، إن أي فندق حديث العهد تكون نسب الإشغال فيه

متواضعة لكن بالنسبة إلينا حظي الفندق بشعبية كبيرة خلال فعاليات

بطولة كأس العالم لكرة القدم ٢٠٢٢، حيث كانت نسب الإشغال ١٠٠٪ لا

سيما أن نزلاءه كانوا من المشاهير والشخصيات المهمة جداً، الأمر الذي

شكل لنا زخماً وسوّق الفندق على نطاق واسع. وبالتالي، بدأنا نلمس

إقبالاً كبيراً من السوقين القطري والسعودي إلى جانب الأسواق العالمية

على اعتبار أننا جزء من مجموعة GHM الرائدة في مجال إدارة الفنادق

والمنتجعات الفاخرة في جميع أنحاء العالم. من هنا، إن نسب الإشغال

ممتازة بدرجة تتخطى توقعاتنا، وبالتالي نحن متفائلون بأن نستمر على

المنوال نفسه حتى نهاية العام ٢٠٢٣ لا سيما في ظل الفعاليات المختلفة

المتوقعة انعقادها في الدولة مثل الفورمولا ١ والمعرض الدولي للسيارات

ومهرجان كتارا الدولي للخيال العربية وبطولة كأس آسيا. ■

الخليج العربي والحدائق المورقة التي تحيط بالمنجع، يضم الفندق ٩١ وحدة فاخرة، ٥٩ غرفة وجناح بإطلالة خلابة و٣٢ فيلا مجهزة بأفضل المواصفات وتتضمن كل فيلا حمام سباحة خاص وحديقة غناء لضمان أقصى درجات الخصوصية، بالإضافة إلى أحواض للسباحة ومركز حديث خاص باللياقة البدنية. في حين يوفر هذا المنتجع تجربة فريدة للزوار بعيداً عن صخب المدينة. والنقطة الأهم هي التركيز على ضمان راحة الضيوف وتقديم خدمات خاصة تحاكي احتياجاتهم ومتطلباتهم مع التركيز على أدق التفاصيل والأهداف من إقامة كل ضيف سواء أفراداً أو مجموعات لتلبية احتياجاتهم وفق أعلى المعايير.

يقدم فندق ومنتجع ذا تشيدي كتارا في مطاعمه الخمس المميزة تجربة فريدة من نوعها تجمع أشهى الأطباق من بلاد الشام وآسيا. وتتراوح الخيارات من مأكولات المطابخ العربية والهندية والآسيوية واليابانية والغربية المفضلة في مطعم ذا رستورانت إلى كلاسيكيات البحر الأبيض المتوسط والشرق الأوسط في مرسى كتارا

فوق المياه. لمحبي الأماكن المتميزة، يوفر

مطعم ذا بيتش رستورانت أجواءً ساحرة

ومريحة بموقعه الفريد بجوار المسبح

وإطلالة على البحر، وتكتمل التجربة المميزة

بأشهى مأكولات المطبخ الأوروبي الحديث

إلى جانب تشكيلة مبتكرة من ثمار البحر

ومشاوي جوسبر المقدمة مع العصائر

المنعشة. كما يستمتع عشاق السيجار

بأجواء دافئة وفخمة مع أطيب المشروبات

وأشهى المقبلات وأجود أنواع السيجار في ذا سيجار لاونج. لا تكتمل

التجربة بلا زيارة ذا لوبي لاونج بإطلالته البانورامية الخلابة على البحر،

وقد استوحى تصميمه الأنيق من الطرازين المغولي والعثماني ويقدم

المعجنات، تشكيلة من القهوة المتخصصة والشاي وشاي ما بعد

الظهيرة.

تشمل المرافق الترفيهية في المنتجع سبا، وصالة الألعاب الرياضية،

ومسبح ذا تشيدي، وشاطئ خاص كامل الخدمات. يقدم ذا سبا في ذا

تشيدي كتارا ملاذاً من الصفاء والحميمية مخصصاً لاستعادة القوة

والجمال، والتوازن للجسد والعقل والروح. يحتضن ذا سبا الفلسفة

الشرقية مع طقوس مستوحاة من آسيا ويقدم مجموعة واسعة من

علاجات التجميل القائمة على مبادئ شاملة بما في ذلك العلاج بالروائح

والأيورفيدا والأعشاب.

للاجتماعات والمناسبات، يوفر فندق ومنتجع ذا تشيدي كتارا قاعتين



صلاح تهلك

(الرئيس التنفيذي للعمليات المشتركة في سوق دبي الحرة DUBAI DUTY FREE):

خلقت سوق دبي الحرة نموذجاً خاصاً بتحويل مساحتها الواسعة إلى واحة للاستمتاع والترفيه



تعد سوق دبي الحرة أكبر شركات التجزئة في المطارات في العالم من حيث حجم التداول، ويمكن لأي مسافر الاستفادة من العروض على مدار العام والتسوق من مجموعة واسعة من مستحضرات التجميل وحقائب اليد والملابس والمجوهرات وغيرها.

وفي حوار خاص مع السيد صلاح تهلك الرئيس التنفيذي للعمليات المشتركة في السوق، أكد أن السوق ماضية بخطى ثابتة إلى مزيد من التآلق بدعم حكومي لافت، إضافة إلى وجود تعاون كبير بين المعنيين لأجل تنشيط قطاع السياحة وجذب المزيد من الزائرين، ولا بد من ذكر الدور البارز الذي تلعبه هيئة السياحة من خلال وضع البرامج واستضافة الفعاليات والمعارض العالمية ومن ضمنها معرض «سوق السفر العربي ٢٠٢٣»، الذي يُعتبر الأشهر في مجال الضيافة إقليمياً وعالمياً. وبالنسبة إلى موضوع الاستدامة فإن سوق دبي الحرة تولي هذه المسألة الاهتمام الكبير لناحية إطلاق المبادرات وطرح الأفكار للوصول إلى عالم مستدام قليل التلوث علاوة على دعم البرامج والمشاريع المتعلقة بالقضايا البيئية. وفي سياق آخر أوضح السيد تهلك أن سوق دبي الحرة تستقطب دائماً علامات تجارية جديدة وذلك بتقديم تجربة سفر ممتعة للمسافرين، مضيفاً أنها حققت ١,٧٤ مليار دولار أميركي حجم مبيعات خلال العام الماضي، ما يشير إلى ازدياد الطلب على المنتجات المقدمة لديها ويرفع من مكانة دولة الإمارات في توفير الخدمات المميزة وتجربة سفر فريدة بالمقارنة مع كبرى المطارات حول العالم.

” بلغت مبيعات العام الماضي ١,٧٤ مليار دولار أميركي “

نستقطب باستمرار علامات تجارية جديدة

■ هل لديكم النية لإدخال علامات تجارية جديدة؟

– تستقطب السوق الحرة باستمرار علامات تجارية جديدة للارتقاء بتجربة سفر ممتعة للمسافرين. كما ساهمت بصورة مباشرة في تغيير معايير البيع بالتجزئة في المطارات على مستوى العالم. ومن المتوقع تحقيق أرقام متنازلة ستتعدى المبيعات المسجلة خلال العام ٢٠١٩.

■ تحتفلون بمرور أربعين عاماً من النجاحات المتتالية ما مدى أهمية ذلك بالنسبة إليكم؟

– حققت سوق دبي الحرة عام ١٩٨٤ حجم مبيعات بلغ ٢٠ مليون دولار أميركي لتصل إلى ١,٧٤ مليار دولار أميركي في العام الماضي، ما يؤكد حرصنا على خدمة المسافرين وتلبية احتياجاتهم من خلال مجموعة خيارات واسعة من العلامات التجارية الراقية وبأسعار تنافسية جداً، ما يجعل الطلب على منتجاتنا في نمو تصاعدي ويؤكد مكانة دولة الإمارات في تقديم خدمات فريدة من نوعها وتجربة سفر لا مثيل لها مقارنة مع كبرى المطارات في العالم. ■

وفي سياق متصل، تعد سوق دبي الحرة واحدة من أكبر المساحات المعفاة من الرسوم الجمركية في العالم وتغطي مساحة تجزئة إجمالية تبلغ ٤٠ ألف متر مربع عبر مطار دبي الدولي ومطار آل مكتوم الدولي. كما ساهمت في تعزيز سمعة دبي كوجهة مثالية لمختلف أنواع الأنشطة، إلى جانب تطويرها مفهوم المطارات من مساحات مخصصة للانتظار إلى أماكن ترفيه والاستمتاع بتجربة تسوق لا مثيل لها من خلال وجود مجموعة واسعة من أشهر العلامات التجارية العالمية.

نتبنى مجموعة من الأفكار والمبادرات

■ يسلط المعرض في دورته الثلاثين الضوء على أهمية تحقيق الاستدامة والدور الذي يلعبه القطاع السياحي في هذا الجانب. كيف تطبق سوق الحرة هذا المفهوم؟

– تولي سوق دبي الحرة أولوية لموضوع الاستدامة حيث تتبنى مجموعة من الأفكار والمبادرات التي تسرع الخطوات نحو عالم مستدام وأقل تلوثاً وذلك من خلال الترشيد في استخدام الموارد الطبيعية كالمياه والطاقة واستخدام الأكياس القابلة لإعادة التدوير. كما أنها من الداعمين الأساسيين للمشاريع والبرامج التي تعنى بالقضايا البيئية والتخفيف من نسب التلوث، مع التركيز الكبير على مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات.

■ كيف تقومون الدور البارز الذي تلعبه سوق دبي الحرة لتنشيط القطاع السياحي في الدولة؟

– تمكنا من تخطي التداعيات السلبية الناجمة عن جائحة «كوفيد-١٩»، حيث تخطت نسب المبيعات خلال الأشهر الأولى من العام الحالي تلك المسجلة خلال العام ٢٠١٩. وهذا يؤكد مضي سوق دبي الحرة بخطى ثابتة نحو المزيد من التقدم والنمو مدفوعة بالدعم الكبير الذي تقدمه الحكومة. في حين أن هناك تعاوناً كبيراً بين الجهات المعنية في القطاع السياحي لتنشيط القطاع واستقطاب المزيد من الوافدين، مع العمل على استضافة حوالي ١٣٠ مليون زائر مع حلول عام ٢٠٣٠. بالإضافة إلى ذلك، يجب أيضاً تسليط الضوء على الأداء المتميز الذي تقوم به هيئة السياحة من برامج واستضافة فعاليات ومعارض عالمية تجذب من خلالها السياح داخل إمارة دبي.

■ كيف تقيّمون سوق السفر العربي في دورته الحالية؟

– في ما يتعلق بمعرض سوق السفر العربي ٢٠٢٣ يعد من أهم وأشهر الفعاليات المتخصصة في مجال الضيافة إقليمياً وعالمياً، كما جذبت النسخة الثلاثين منه أعداداً ضخمة من العارضين والزوار ما يؤكد أهمية دبي كوجهة سياحية رائدة.



The Royal Stay

Experience luxury that feels intriguing at Habtoor Palace Dubai, a coveted base of exploration. From its grand lobby with marble gilded staircases, to its legacy suites – a Bentley Suite and Sir Winston Churchill Suite; all is seamlessly choreographed through butler service to deliver a distinctive hospitality experience.

*Reserve one room and receive the second room at half the rate.
Kids under 12 dine complimentary at our managed outlets when accompanied by 1 paying adult.*

**Terms & Conditions Apply*



HABTOOR PALACE
DUBAI



Habtoor Palace Dubai is fully eligible for Hilton Honors rewards programme

Al Habtoor City, Sheikh Zayed Road, Dubai, United Arab Emirates
Tel: +971 4 435 5544 ~ reservations.habtoorpalace@hiltonalhaborcity.com
www.habtoorpalace.com ~ [f](#) [@](#) [@habtoorpalace](#)

مراد الخوري (المدير العام لمجموعة الفنادق البيلسان والفيوز):



مجموعة فنادق البيلسان والفيوز هما المكان الأمثل للعمل والترفيه في مدينة الملك عبدالله الاقتصادية

يوفر فندق ومرسى البيلسان إطلالات ساحرة على البحر الأحمر وقناة مرسى الخوت . وتتميز غرفه بديكور حديث وأنيق، كما يضم مطاعم عدة ومرافق للاجتماعات والحفلات. أما فندق الفيوز فتتوفر فيه مجموعة من الأنشطة مثل ركوب الدراجات كما يضم مركز رجال الأعمال. وكلا الفندقين يقعان في مدينة الملك عبدالله الاقتصادية. أوضح السيد مراد الخوري المدير العام للفندقين أن مدينة الملك عبدالله الاقتصادية تتميز عن غيرها من خلال طريقة التشييد فقد تم بناؤها وفق معايير حديثة في التطوير، كما أنها تضم أكبر منتج للغولف الذي يستضيف البطولات العالمية. كما أورد الخوري أبرز مميزات الفندقين من جهة الغرف والأجنحة ذات التصميم الأنيق بالإضافة إلى المرافق المتنوعة مثل قاعات الاجتماعات والمطاعم والمقاهي والملاعب الخاصة بالأنشطة الرياضية، ومن جهة أخرى ستقدم الفنادق مجموعة من العروض السياحية للعائلات والشركات مراعية مسألة الاستدامة والحفاظ على البيئة وفق «رؤية المملكة ٢٠٣٠»، وأخيراً لفت مراد الخوري النظر إلى مدينة جدة كونها تتخذ طابعاً سياحياً خاصاً لذا لُقبَت بعروس البحر الأحمر وهي تلقى الدعم اللازم لتنشيط السياحة وتنظيم الفعاليات والمعارض المختلفة.

تجمع فنادقنا العديد من المميزات والخدمات

■ ماهي أبرز الخدمات والتسهيلات التي توفرها فنادقكم؟

– تجمع فنادقنا العديد من المميزات والخدمات المتنوعة من الغرف والأجنحة ذات التصميم الأنيق وقاعات للاجتماعات والأفراح إلى جانب المرافق الخاصة بالرياضة والاستجمام ومجموعة من المطاعم والمقاهي التي تقدم أطباقاً متنوعة وعالية. بالإضافة إلى ذلك، يوفر فندق ومرسى البيلسان تجربة فريدة للعائلات وفرصة للاستفادة من الأنشطة الرياضية المتعددة من الألعاب الرقمية والافتراضية مثل الغولف وكرة المضرب.

مجموعة من الحزم والعروض السياحية

■ هل تقدمون عروضاً لموسم الصيف؟

– سنقدم مجموعة من الحزم والعروض السياحية للعائلات والشركات على حدٍ سواء. ومن جهة أخرى نولي موضوع الاستدامة أولوية في مختلف الخدمات التي نقدمها للزلاء بما يتماشى مع رؤية المملكة في الحفاظ على البيئة ودعم القضايا المتعلقة بالمناخ.

عروسة البحر الأحمر

■ هل تشهد مدينة جدة إقبالاً جيداً أسوةً بالعاصمة الرياض؟

– تحظى جدة باهتمام كبير نظراً إلى موقعها الاستراتيجي على البحر الأحمر، حيث تقدم الجهات المعنية كامل الدعم لتنشيط السياحة في جدة واستقطاب أهم الفعاليات والأحداث المتنوعة، على الصعيد المحلي والعالمي باستضافة المؤتمرات والفعاليات الرياضية والترفيهية ومن أهم الفعاليات أستضافة الحدث العالمي سباقات الفورمولا ١.

■ الفورمولا ١

توفر مدينة الملك عبدالله الاقتصادية الأسلوب الأمثل للاستمتاع بالحياة

■ تسلمتم حديثاً إدارة فندقين جديدين، هل لنا بلمحة عنهما؟

– أتولى إدارة فندق البيلسان وفندق الفيوز في مدينة الملك عبدالله الاقتصادية التي تبعد عن جدة قرابة الساعة. وتتميز كل من هذه الفنادق الخمس بنجوم بموقع استراتيجي وتتوفر فيها جميع المستلزمات والخدمات التي يحتاجها قطاع الشركات لعقد المؤتمرات والاجتماعات،

وتعد المكان الأمثل للترفيه ومقصد سياحي للعائلات وعشاق البحر على حدٍ سواء. في حين توفر مدينة الملك عبدالله الاقتصادية الأسلوب الأمثل للاستمتاع بالحياة ضمن مجتمعات صحية وأمنة. كما تضم مشروعات ضخمة ومتنوعة للترفيه والتسوق والعمل، وتم تصنيفها كمناطق حرة الأمر الذي يعزز دور القطاع السياحي، التجاري، العقاري ويعطيه دفعا إلى الأمام وهذا بدوره ينعكس بصورة جداً إيجابية على النشاط الفندقي في ظل التنامي المتسارع الذي تشهده مدينة الملك عبدالله الاقتصادية.

لكل مدينة خصائصها المميزة

■ كيف تصفون حجم المنافسة بين المدن التي تشهد نشاطاً سياحياً قوياً؟

– لكل مدينة خصائص تميزها عن

مثيلاتها، إلا أن مدينة الملك عبدالله الاقتصادية ليست بمشروع جديد وتم تشييدها وفق أسس محددة وهي اليوم في طور استكمال الإنشاء والتطوير، حيث يتم العمل على استكمال المنطقة الصناعية والمرافق السياحية على البحر، كما تضم أهم المصانع والشركات العالمية وأفخم منتجج للغولف والنادي الريفي الذي يستضيف البطولات العالمية.



Bay La Sun-Hotel-Marina



إتيان تشارلز جيلين

منتج وفل هيلتون شاطئ سلوى يحصد خمس جوائز مر مودة

أعلن منتج وفل هيلتون شاطئ سلوى عن حصده لخمس جوائز عالمية، حيث تم تكريم المنتج المشهور بفخامته الغير معهودة وتجارب مأكولاته الاستثنائية، وكرم ضيافته العالمي، وذلك خلال حفلات توزيع جوائز قطاع الضيافة المتعددة التي عقدت مؤخراً، والتي تؤكد التزامه بالتميز الدائم وثبتت موقعه كوجهة رائدة في قطاع صناعة الضيافة.

خلال حفل توزيع جوائز فاكنت دايننج Fact Dining Awards لعام ٢٠٢٣، حصد منتج وفل هيلتون شاطئ سلوى جائزتين في فئتين متميزتين، حيث تم تكريم «ليفانتين» المختص بالمأكولات الشامية بلقب «مطعم الشرق الأوسط المفضل» والتي تعزز سمعته كوجهة مفضلة للمأكولات في المنطقة، بالإضافة إلى ذلك حصل «دانتي كوتشينا إيطاليانا» على جائزة «أفضل مطعم إيطالي غير رسمي»، مما يعكس تميزه في تجارب الطهي والتزامه بتقديم تجربة إيطالية أصيلة لعملائه.

بالإضافة إلى ذلك حافظت مطاعم منتج وفل هيلتون شاطئ سلوى الاستثنائية على التالقي مجدداً، حيث حصد «دانتي كوتشينا إيطاليانا» جائزة «مطعم العام» في حفل توزيع جوائز LLQ Lifestyle Choice لعام ٢٠٢٣، وذلك بفضل قائمته المبتكرة وأجوائه الجذابة، والتي تعكس مدى الاهتمام من قبل ادارة المنتج لتوفير تجربة مميزة تجمع بين المأكولات الشبية والخدمات الرائعة. كما حصد منتج وفل هيلتون شاطئ سلوى في الحفل ذاته على جائزة «منتج العام» المرموقة لوضعه معايير جديدة للتميز في قطاع الضيافة. هذا وحاز منتج وفل هيلتون شاطئ سلوى على جائزة «أفضل سبا في منتج شاطئ فاخر» في قطر في حفل جوائز «انترناشيونال سبا أند بيوتي ٢٠٢٣»، وذلك عن تميزه في تقديم الخدمات الفاخرة والمميزة في مجال السبا والصحة البدنية العالمي، والتي تسلط الضوء على التميز والتفرد الذين يقوم بهما فريق عمل فريق المنتج ليتخطوا توقعات الضيوف. إن التزام المنتج بتقديم تجارب إستثنائية تبقى في ذاكرة الضيوف، هو أحد الأركان الرئيسية التي يعمل لأجلها فريق العمل، حيث تعد هذه الجوائز خير دليل على سعيهم المستمر للحفاظ على هذا التميز. يذكر أن السيد إتيان تشارلز جيلين هو المدير العام الإقليمي ومدير عام منتج وفل هيلتون شاطئ سلوى.



الوجهة المثالية للجميع

وسط منظر البحر الاحمر واحساس حياة شاطئ الريفييرا الفرنسي يتألف فندق ومارينا البيلسان من 195 غرفة وجناح منمق وفخم مع جميع ادوات الراحة لجعل اقامتك ممتعة للغاية.

ولجميع اجتماعاتكم ومؤتمراتكم ودوراتكم التدريبية صالات اجتماعاتنا مجهزة لخدمتكم وتلبية طلباتكم الادارية كافة وحتى الشخصية والعائلية منها كحفلات التخرج والرفاف وجميع المناسبات العائلية الخاصة.

فندق البيلسان - الوجهة المثالية للجميع.

للحجز: 12 510 5888 (966) +

فندق ومارينا البيلسان
فندق ومارينا البيلسان 7682 شارع الحجاز منطقة البيلسان مدينة الملك عبد الله الاقتصادية 2609 جدة 11492، المملكة العربية السعودية.

رقم الهاتف: 12 510 6400 (966) +

رقم الفاكس: 12 510 6444 (966) +

info@baylasunhotel.com تواصل معنا عبر البريد الإلكتروني.

@baylasunhotel

@baylasunhotel

@baylasunhotel&marina

@baylasunhotel

@baylasunhotel

فهمي عاطف (مدير عام GOLD BAY HOTELS):



نظمت قطر أفضل نسخة موندリアル كرة قدم في التاريخ

تضم مجموعة GOLD BAY HOTELS سبعة فنادق موزعة في مناطق عدة في دولة قطر غالبيتها من فئة الخمس نجوم وتتميز بإطلالات خلابة وتوفر خدمات مميزة للنزلاء فضلاً عن التصاميم الفريدة للشقق الفندقية ذات الأحجام المختلفة. ولدى لقائنا مع السيد فهمي عاطف مدير عام مجموعة الفنادق أعرب عن أن العلامة تضم أكثر من ألف غرفة فندقية، علماً أنه لكل فندق في المجموعة خصائصه ومميزاته، مؤكداً أن نجاح استضافة قطر لبطولة كأس العالم ٢٠٢٢، جعلها تستحق لقب الدولة التي نظمت أفضل نسخة موندリアル كرة قدم في التاريخ بجدارة، في حين أن فنادق المجموعة استحصلت على نسب إشغال بلغت ١٠٠٪. ثم تطرق فهمي عاطف إلى ما تقدمه الفنادق من خصومات وخدمات لمن يزورها بشكل دائم ومستمر.

أما في ما يتعلق بالخطط المستقبلية، أورد السيد فهمي عاطف أن المجموعة تتطلع إلى التوسع خارج دولة قطر وبخاصة في الإمارات والسعودية كذلك تعمل على تطوير مهارات فريق عملها بما يتناسب مع احتياجات الزوار وتحقيق متطلباتهم.

يحتاج بعدها النزيل إلى تلقيه الخدمة المميزة عند الوصول، وذلك من خلال فريق عمل ذات خبرة ومهارات متنوعة في قطاع الضيافة. كما تتميز جميع الشقق الفندقية بتصاميم وأحجام مختلفة تلبي احتياجات النزلاء وتقدم لهم إقامة لا مثيل لها وإطلالات على البحر إلى جانب مجموعة من الخدمات لإضافة المزيد من الترفيه كالنادي الرياضي والمسبح وغيرها.

تضم العلامة ما يقارب ألف غرفة فندقية

■ كم يبلغ عدد الغرف التي تضمها مجموعة فنادق GOLD BAY HOTELS؟
- تضم العلامة ما يقارب ألف غرفة

فندقية ولكل فندق مميزات وخصائص متعددة تجعله الخيار الأمثل للوافدين إلى الدوحة ولأغراض مختلفة سواء للعمل أو السياحة.

ومثال على ذلك أن فندق CIELO في لوسيل على مقربة من جامعة قطر، ملعب لوسيل ومراكز الأعمال، بحيث يعد الخيار الأمثل لرجال الأعمال والطلاب والمشاركين في الفعاليات والمؤتمرات المتنوعة. وبالتالي، إرضاء العملاء وتوفير أعلى معايير الخدمة يأتي على قائمة أولوياتنا حرصاً منا على كسب ثقتهم وضمان عودتهم مرة أخرى بفضل توفير تجربة استثنائية لضيوفنا على المستويات كافة.



■ هل لنا بفكرة عامة عن مجموعة فنادق GOLD BAY HOTELS وأبرز مميزاتها؟

- تضم المجموعة سبعة فنادق تتوزع في مناطق عديدة داخل دولة قطر، وهي مملوكة من رجل الأعمال القطري الشيخ منصور بن جبر آل ثاني. ولدى المجموعة فنادق متنوعة في أكثر من منطقة، لوسيل ومنطقة الدوحة كفندق (WATER FRONT HOTEL) الـووترفرونت في لوسيل فئة الخمس نجوم وفندق (HORIZON HOTEL) هورايزن أوتيل بالدوحة الكورنيش فئة

الخمس نجوم وفندق VIP من فئة الخمس نجوم و CIELO HOTEL إلى جانب AL MANSOUR PLAZA HOTEL و AL MANSOUR SUITES و MANSOUR PARK INN HOTEL و AND APARTMENTAL .

تتميز المجموعة عن مثيلاتها في السوق أنها توفر خدمات شاملة ومتكاملة وتقدم إقامة فريدة من نوعها لأغراض متعددة ولإقامات طويلة أو قصيرة المدى، في حين أن جميع الفنادق تتمتع بإطلالات مميزة ومساحات واسعة لتقديم أفضل تجربة للضيوف من حيث تصميم الغرف والمرافق وخدمات الضيافة الراقية حرصاً منا على استقبال الضيوف بأسلوب جديد ومميز. ومن هنا نوفر للنزلاء خدمة النقل من المطار إلى الفندق وتقديم الرعاية عند وصولهم بعد رحلة سفر طويلة

■ ■ ■ نتطلع إلى العالمية بحيث نكون دائماً عند حسن ظن نزلائنا

■ ■ ■ وعلى مستوى تطلعاتهم

لذا، قدمت قطر نموذجاً يحتذى به من خلال النجاح في تنظيم البطولة ووضعت نفسها على الخارطة العالمية، وبالتالي لا بد من إطلاق شعار «قطر تستطيع». وجدير ذكره أن نسب الإشغال خلال استضافة البطولة بلغت ١٠٠٪ في جميع فنادقنا خصوصاً أن النزلاء كانوا يحرصون على الإقامة في

الفنادق القريبة من الملاعب التي تقام عليها المباريات. برأيي، إن استضافة بطولة كأس العالم لكرة القدم كانت حلمًا تحقق على أرض الواقع من خلال المثابرة والعمل الجاد في أكثر من مسار مما أخرج البطولة إلى النور بأبهى صورها ليس فقط للمونديال العالمي ولكن للأجيال القادمة التي يحق لها أن تفخر بما تحقق.

نقدم خصومات وخدمات

■ هل تقدمون برنامج ولاء في مجموعة فنادقكم؟

– بالتأكيد، نقدم خصومات وخدمات خاصة لكل نزيل يزورنا أكثر من مرة بحيث يصبح بمثابة نزيل مهم جداً VIP، ونحرص على إرسال رسائل نصية له لإعلامه بكل العروض والفعاليات المقامة في جميع فنادقنا.

الوصول إلى العالمية

■ ما هي مشاريعكم وخططكم المستقبلية؟

– نتطلع إلى جعل مجموعتنا عالمية من خلال التوسع خارج دولة قطر لا سيما في الإمارات العربية المتحدة والسعودية. مع الحرص على تطوير فريق عملنا والخدمات المقدمة بحيث نكون دائماً عند حسن ظن نزلائنا وعلى مستوى تطلعاتهم. ■

كما أن فندق الوترفرونت ذا الاطلالة الخلابة يتمتع بالعديد من المميزات التي يبحث عنها النزلاء ويعد هو الاختيار الأمثل لرجال الأعمال والمستثمرين الذين يبحثون عن إقامة ذات رفاهية وراحة كما يتميز بتنوع الغرف من حيث المساحة والاطلالة والخدمات

المتاحة داخل كل غرفة ويتميز بشاطئ خاص للنزلاء ويميز بقربه من ملعب لوسيل وخدمات التسوق كما نعمل بشكل جدي ومستمر على التطوير وتحسين الخدمات طبقاً لمعايير السياحة لارضاء العملاء وكسب ثقتهم وضمان عودتهم مرة أخرى إلينا.

كما أن فندق «المنصور» يعتبر الرقم واحد في الدوحة الذي يقدم خدمة الـ CATERING بفضل فريق عمله الذي يضم طهارة متمرسين ومحترفين، ونحن متعاقدون على توفير هذه الخدمة مع جميع قطاعات الدولة مثل وزارة الشباب والرياضة ووزارة الداخلية.

أفضل نسخة موندريال في التاريخ بجدارة

■ كيف تقوّمون استضافة قطر لبطولة كأس العالم لكرة القدم ٢٠٢٢؟

– حصدت قطر رسمياً لقب الدولة التي نظمت أفضل نسخة موندريال كرة قدم في التاريخ بجدارة، حيث فاق التنظيم القطري التوقعات وصعب المهمة على من سيستضيف النسخة المقبلة من المونديال. وبحسب شهادات عديدة، خطط القطريون بذكاء وحكمة لاستضافة البطولة ما ساهم في نجاحها فنياً وتنظيمياً وأدخل الفرحة إلى كل البلاد العربية لأنها نظمت باسم كل العرب.



Sealine Beach, A Murwab Resort...

An unparalleled oasis of luxury & relaxation delivering exceptional service and unforgettable guest experiences



Escape to an unparalleled oasis of luxury and relaxation at Sealine Beach, A Murwab Resort. Situated along the enchanting shores of Qatar, this prestigious destination offers a remarkable experience where personalized villa hosting, delectable in-villa breakfasts, acclaimed industry awards, global appeal, and Sea-tastic Summer offers await you. Indulge in the ultimate luxury as dedicated villa hosts cater to your every need, providing an impeccable and tailored stay. Begin your mornings with the resort's in-villa breakfasts, savoring a delightful selection of freshly prepared culinary delights in the privacy of your own villa.

Sealine Beach Resort proudly holds a prestigious collection of industry awards, including the esteemed "Best Private Beach Resort 2023" recognition from the International Travel Awards. These accolades exemplify the resort's unwavering commitment to delivering exceptional service and unforgettable guest experiences.

With its convenient location and diverse offerings, Sealine Beach Resort appeals to the global market. Whether you seek a serene beach-side retreat, thrilling desert adventures, cultural exploration, or a combination of experiences, the resort ensures a bespoke stay tailored to the unique preferences of its diverse clientele.

As guests at Sealine Beach Resort, you will have access to a wide range of amenities and activities that cater to every taste. Dive into exhilarating water sports, from jet skiing to snorkeling, and feel the thrill of the sea. Unwinding by the poolside, soaking up the sun, or enjoying a leisurely

stroll along the beach will allow the serenity of the surroundings to wash over you.

For those seeking to maintain their fitness routine, the resort offers a state-of-the-art gym equipped with modern facilities. You can stay active and energized while enjoying panoramic views of the beach. Younger guests are not forgotten, as Sealine Beach Resort features a dedicated children's play area and games room, ensuring they have endless fun and entertainment.



Treat your tastebuds to a culinary journey across four distinct restaurants within the resort. Each restaurant offers a unique ambiance and cuisine, catering to a variety of palates. From Mediterranean flavors to tantalizing Asian dishes, guests will embark on a gastronomic adventure that satisfies even the most discerning food enthusiasts.

Embrace the Sea-tastic Summer offers and create unforgettable memories. Take advantage of exclusive promotions on our luxurious accommodations and access to exhilarating water sport activities. Immerse yourself in the turquoise waters of the

Arabian Gulf, unwind on pristine sandy beaches, and witness breathtaking sunsets.

Sealine Beach, A Murwab Resort, is more than a destination; it is a sanctuary where luxury, accolades, global allure, and Sea-tastic Summer offers converge to provide you with an extraordinary experience. Embark on a journey of tranquility, adventure, and unparalleled luxury at Sealine Beach Resort, where Qatar's captivating coastline awaits your presence.



SEALINE BEACH, A MURWAB RESORT - THE HOME OF SUN, SEA, AND SAND



Welcome to the epitome of luxury and relaxation at Sealine Beach, A Murwab Resort.

Nestled along the captivating coastline of Qatar on the Arabian Gulf, this prestigious destination offers an idyllic escape where personalized villa hosting, delectable in-villa breakfasts, esteemed industry awards, global appeal, and Sea-tastic Summer offers create an unmissable experience for you.

At Sealine Beach Resort, you are treated with a luxurious, personalized stay through the dedicated services of villa hosts who cater to every need of our clientele. Wake up to a delightful experience with the resort's in-villa breakfasts, where a mouthwatering array of culinary delights is served in the privacy and comfort of your villa.

Sealine Beach Resort has earned numerous accolades. The most recent being "Best Private Beach Resort 2023" from the esteemed International Travel Awards and the "Best Family Resort in Qatar 2023" by Haute Grandeur.

Sealine Beach Resort's strategic location offers you a diverse and unique experience no matter which part of the world you come from, enhanced by our Sea-tastic Summer offers. Immerse yourself in a vibrant atmosphere where diverse cultures converge, with multilingual staff providing world-class service at discounted rates on this luxurious accommodation with complimentary access to thrilling watersport activities.

Whether you are looking for a tranquil beachside retreat, an exciting desert adventure, a cultural exploration or a combination of all, you are sure to have a tailored experience that caters to your personal preferences.





**GOLD BAY
HOTELS**



AL MANSOUR SUITES
اجنحة المنصور الفندقية



HORIZON HOTEL
فندق افق



WATERFRONT
HOTEL APARTMENTS



VIP HOTEL
في آي بي أوتيل



Cielo Hotel
LUSAIL



المنصور بلازا
AL MANSOUR PLAZA



المنصور بارك إن
AL MANSOUR PARK INN

Akbar Al Baker (Group CEO Qatar Airways and Chairman - Qatar Tourism):

We value the loyalty of our passengers

Qatar Airways Group Chief Executive and Chairman of Qatar Tourism, His Excellency Mr. Akbar Al Baker, is one of the most recognizable figures in the global aviation industry. His vision and commitment enabled the ground-breaking development of Qatar Airways from a small regional carrier into one of the world's leading global airlines in the span of just 20 years. Under his leadership, Qatar Airways has become one of the world's most highly-respected airlines, competing on a scale very few airlines achieve. As a result, passengers have recognized the airline's commitment to the values of safety, security, innovation and quality of service by awarding it the "Airline of the Year" for a record seventh time. Widely known for his ambition and passion for innovation, H.E. Mr. Al Baker is a highly motivated individual and a successful businessman in Doha and beyond, holding a private pilot license and working at various levels in the Civil Aviation Directorate before being tasked with creating the world's best airline in 1997. Al Bayan Magazine had the privilege to meet Mr. Al Baker during ATM and following is the interview conducted.



“We aim to create memories of a lifetime when flying with Qatar Airways”

• **What role is Qatar Airways playing to support the tourism and hospitality sector in the country?**

- Like any airline in the world, which is considered the most important delivery medium to the tourism of any country, Qatar Airways is playing the same role in promoting tourism and delivering the number of tourists that the State of Qatar requires. We are always present in all the travel industry exhibitions in order to reflect both the airline and tourism in the country to the general public.

• **Qatar Airways is planning to expand its number of destination to 190 routes. What does that mean for the State of Qatar and specifically for the tourism sector?**

- The more destination we open, the more widespread our network becomes and by this we attract more people that come and transfer in Qatar and see what the country has to offer in order for them to have the next trip which could be a stopover trip.

• **Lately, we are talking about future of sustainable tourism. What do you think about it and what Qatar Airways is doing in that sense?**

- Each airline has a different way of being sustainable. As far as Qatar Airways is concerned, we are taking part in research for sustainable aviation fuel (SAF), aggressively pushing the oil companies to produce SAF and spending billions of dollars in investing in new technology airplanes which have less fuel burn as much as nearly over 21 percent. Thus, we are trying



to play our card in sustainable growth. However, it is important to know that when the airlines are being targeted for its emissions, the world is forgetting that there are other industries which are producing emissions ten times the amount that the airline is producing but people are ignoring this. The airline industry is only responsible for 2.6 percent of the total CO2 emissions in the world. Nevertheless; people think that all the CO2 that is produced around the world is coming from airplanes.

• **Qatar Airways continues to be synonymous with excellence having won the "Airline of the Year" award recently for an unprecedented seventh time. What is your comment?**

- To be named as the World's Best Airline was always a goal when Qatar Airways was created, but to win it for the seventh time and pick up three additional awards, which are World's Best Business Class, World's Best Business Class Lounge Dining, and Best Airline in the Middle East, is a testament to all the hard work of our incredible employees. Their continued dedications and drive is to ensure our passengers have the best experience possible when they fly with Qatar Airways. To win

these awards in the same year that we celebrated our 25th anniversary is even more rewarding and I want to offer a sincere thanks to all our passengers for their continuous support which drives us to greater achievements every day. We value their loyalty and aim to create memories of a lifetime when they fly with Qatar Airways.



دَلِّلْ نَفْسَكَ بِإِقَامَةٍ فَاحِخْرَةِ فِي انْتَرْكُونْتِينَنْتَالِ جَدَّةِ

يتميز فندق انتركونتيننتال جدّة بموقعه المميز على كورنيش جدّة، مما يمنح الضيوف متعة الاستمتاع بالإطلالة الخلابيّة على البحر الأحمر وأكبر نافورة في العالم (نافورة الملك فهد) كما يتميز أيضاً من قربه من أهم مراكز الأعمال ومناطق الجذب السياحي.

حيث نقدم تجربة مثالية لجميع الضيوف من خلال الخدمات والمرافق الاستثنائية التي تتضمن الغرف والأجنحة الأنيقة ومركز اللياقة البدنية والمطاعم الفاخرة ومركز الأعمال بمساحات مرنة لاستضافة الاجتماعات والمناسبات والفعاليات



INTERCONTINENTAL
JEDDAH

Norbert Borszcz

(General Manager - INTERCONTINENTAL Hotels Group Jeddah):

Intercontinental Jeddah is a classical grand hotel with traditional luxury service

InterContinental Jeddah sits in a prime location overlooking the Red Sea and King Fahad's Fountain, with fast access to King Abdulaziz International Airport (JED). All guests are ensured an optimal experience through the essential amenities provided, elegant rooms and suites, Fitness Center, dining outlets and event venues. Norbert H. Borszcz, General Manager at InterContinental Hotels Group – Jeddah, is an experienced leader with a demonstrated history of working in the hospitality industry. In a Q & A with Al Bayan Magazine, Mr. Borszcz evaluated the hospitality sector for 2023, talking about the “Future of Sustainable Tourism”, shedding light on the characteristics and features that differentiate their property from others, and expressing his outlook for 2023.



• How do you evaluate the hospitality sector for 2023?

- Covid-19 has changed not only the world, it has changed as well the hospitality industry.

Talking about the Jeddah Market, overall in 2023 we recovered in regards of Occupancy from the negative impact of Covid of the last couple of years, however, the ADR in the Market is still far behind the level of per-covid. The new Visa regulations has changed as well the Market and with this the clientele. While majority of our guests was earlier business traveler's, we observe a huge increase of leisure guests, who used to have a complete different spending behavior.

The “future of sustainable tourism” is a wide area

• Lately, we are talking about “Future of sustainable tourism. What do you think about it?

- The “future of sustainable tourism” is a wide area where we have to work and think in many different directions.

It is not only the carbon emission compliance which is at IHG a big topic and where we work hard to meet and beat our ambitious targets, it is as well the tolerance and acceptance between people of different ages, cultures, ethnics, backgrounds, etc..



Our Hotel is one of the first 5-Star hotels in town with beautiful ocean front location

• What makes your property different from others?

- The InterContinental Jeddah is since 1992 in the market and with this, it's one of the first 5-Star hotels in town. Beside to our beautiful ocean front location direct located in front of the Jeddah Kings fountain, we are known in the market as a classical grand hotel with traditional luxury service to our guests.

We are providing many different and bespoke packages

• What are your expectations for 2023 & what is your strategy to have always a positive occupancy rate?

- As I already mentioned it, the Market has changed massive. Since number of leisure guests are increasing, we are providing many different and bespoke packages to attract both, leisure and business traveler's.

Service wise we consistently train our team members on our luxury fundamentals and with this on our luxury service that guests enjoy their time at the InterContinental Jeddah, to ensure we will be as well on their next stay the first choice to stay.



خالد صعب

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

يعتبر القطاع السياحي في دولة الإمارات محورياً أساسياً لدعم عملية التنمية الشاملة

يقع فندق ريزيدنس إن من ماريوت RESIDENCE INN BY MARRIOTT في مبنى شاهق بالقرب من «مركز دبي التجاري العالمي» على طريق الشيخ زايد.

حاورت مجلة «البيان الاقتصادية» السيد خالد صعب المدير العام في الفندق فأثنى على دور دولة الإمارات في تقديم كامل الدعم للقطاع السياحي وعملية التنمية الشاملة من خلال استثمارات ضخمة وذلك بهدف إبراز أهمية هذا القطاع فضلاً عما تتمتع به الدولة من مقومات لجذب السياح واستضافة أهم المعارض والفعاليات الإقليمية والدولية. ومن جهة ثانية علق السيد صعب على الأهمية الكبرى التي توليها الدولة وبخاصة إمارة دبي لتطبيق مبدأ السياحة المستدامة والحفاظ على البيئة ترسيخاً لموقع الدولة كأحدى الوجهات السياحية المستدامة في العالم، مشيراً إلى أن الفندق ملتزم بهذه المبادرات ويعمل وفق خطة تخضع لرقابة دائرة السياحة. أما في ما يتعلق بنشاطه خلال الأشهر الأولى من هذا العام فأفاد صعب أنها تعد من الأفضل منذ سنوات عدة وفاقته نسب الإشغال التوقعات، ويتوقع أن تحقق الفترة المتبقية حتى نهاية العام أرقاماً إيجابية وذلك لكثافة المعارض والمنتديات التي ستستضيفها الإمارة.

وأخيراً ذكر أن الفندق دخل في عملية تجديد شاملة للمرافق والغرف ونظراً للطلب المتزايد على عقد الاجتماعات ضمن بيئة ملائمة تعمل إدارة الفندق على تحويل طابق كامل إلى قاعات للاجتماعات مزودة بأحدث التقنيات.

■ ■ ■ الأشهر الأولى من العام ٢٠٢٣ هي الأفضل مع بلوغ معدلات إشغال مرتفعة جداً ■ ■ ■

العامين المقبلين ستكون دولة الإمارات والقطاع السياحي من الأكثر التزاماً بالمعايير البيئية.

معدلات الإشغال مرتفعة جداً خلال الأشهر الأولى من العام

■ كيف تقوّمون نشاطكم خلال الأشهر الأولى من العام الحالي وما هي توقعاتكم من ناحية معدلات الإشغال؟

– في ما يتعلق بفندقنا، تعد الأشهر الأولى من العام ٢٠٢٣ من الأفضل خلال السنوات العشر الماضية، حيث بلغت معدلات الإشغال نسباً مرتفعة جداً فاقته التوقعات والموضوعية حيث شهدت الإمارة حركة سياحية نشطة طوال الأشهر الأولى من السنة وحتى خلال شهر رمضان سجل الفندق نسب ربحية جيدة وللمرة الأولى خلال حلول الشهر الفضيل. بالإضافة إلى أن الأعداد الكثيرة للمعارض والمؤتمرات التي استضافتها دبي ساهمت إلى حد كبير في زيادة عدد الوافدين محققين بذلك زيادة بلغت مئة في المئة عن الميزانية الموضوعة لهذه الفترة.

وبالتالي، من المتوقع تحقيق أرقام إيجابية جداً خلال الأشهر الثلاثة الأخيرة من العام ٢٠٢٣ وذلك يعود إلى كثافة المعارض والفعاليات التي ستستضيفها إمارة دبي، في حين أن الموقع الاستراتيجي للفندق في شارع الشيخ زايد يجذب المشاركين وزوار هذه الفعاليات الكبرى.

عملية تجديد متكاملة

■ هل من مشروعات جديدة ضمن الاستراتيجية الموضوعة للفندق؟

– دخل الفندق في عملية تجديد متكاملة لمختلف المرافق والغرف، وبالتالي أنجزنا ما نسبته ٧٥٪ من خطة إعادة التجديد الموضوعة. ونحن الآن في صد تحويل طابق بأكمله إلى قاعات اجتماعات ضخمة مزودة بأحدث التقنيات تماشياً مع الطلب المتزايد على عقد الاجتماعات

ضمن بيئة ملائمة. ■



جهاز فتوح وندى خليل داخل جناح RESIDENCE INN - BY MARRIOTT



■ في رأيكم، ما هي أبرز المقومات السياحية لدولة الإمارات اليوم؟

– يحظى القطاع السياحي في دولة الإمارات بأهمية قصوى باعتباره محورياً أساسياً لدعم عملية التنمية الشاملة، ومن هنا تقوم الدولة باستثمارات ضخمة لتطوير هذا القطاع وإبراز أهميته في ظل ما تتمتع به البلاد من مقومات جذب بحكم البنية التحتية المتطورة، الأمن والأمان، الاستقرار الاقتصادي واستضافة أهم المعارض والفعاليات الإقليمية والعالمية.

في حين أن التدابير الاحترازية التي بادرت دولة الإمارات باتخاذها خلال تفشي جائحة «كوفيد-١٩»، ساهمت إلى حد كبير في تسريع عملية التعافي وباتت الإمارات مثلاً في التعامل مع الأزمات ومن أسرع الوجهات تعافياً من الأزمة الصحية وعودة الحياة إلى طبيعتها.

القطاع السياحي في دولة الإمارات من الأكثر التزاماً بالمعايير البيئية

■ تبدي دولة الإمارات اهتماماً واضحاً في تطبيق مبدأ «السياحة المستدامة» والحفاظ على البيئة، ما هي الإجراءات المتخذة من جانبكم لتطبيق هذه المعايير ضمن نطاق عملكم؟

– تبذل دولة الإمارات عموماً وإمارة دبي على وجه الخصوص جهوداً حثيثة للحفاظ على البيئة ودعم أهداف التنمية المستدامة ترسيخاً لمكانة الإمارة كأحدى وجهات السياحة المستدامة الرائدة عالمياً. كما بدأت دولة

الإمارات العمل على هذا الموضوع منذ سنوات عديدة. ونحن في فندق RESIDENCE INN BY MARRIOTT جزءاً من هذه المبادرات التي تعمل عليها الدولة وفي صد تطبيق القوانين والإجراءات الصادرة عن دائرة السياحة والهيئة التي تعنى بالقضايا البيئية. فضلاً عن أننا نعمل وفق خطة تخضع لرقابة دائرة السياحة ويتم تطبيقها على مراحل متتالية. وبالتالي، من المتوقع أنه خلال



SUSTAINABLE LUXURY: OUR HOTEL'S GREEN COMMITMENT

At Residence Inn by Marriott Sheikh Zayed Road, Dubai, we take great pride in our commitment to sustainability and environmentally responsible practices. We strive to create a positive impact on both our guests' experiences and the planet. From the moment you step into our eco-friendly establishment, you'll notice our dedication to reducing our carbon footprint. We have implemented numerous sustainable initiatives, such as energy-efficient lighting, water conservation systems, and the use of environmentally friendly cleaning products.

In addition to our mobile key services, we have eliminated the need for traditional room keys, minimizing key consumption and waste. By using your smartphone as a convenient and secure room key, we embrace cutting-edge technology while reducing our environmental impact. Our efforts extend beyond the physical infrastructure, as we actively engage with our guests to promote responsible consumption and recycling practices. By staying with us, you contribute to our collective endeavor to protect and preserve our beautiful planet. Discover the perfect balance between luxury and sustainability at our hotel, where your comfort aligns seamlessly with a greener future.

Residence INN.
BY MARRIOTT

Residence Inn by Marriott® Sheikh Zayed Road, DIFC Area
Marriott.com/DXBSZ

Elias Chakhtoura

(General Manager - Fairmont Bab Al Bahr)

Fairmont Bab Al Bahr aims to move towards a better, greener and more sustainable environment for the hotel industry

Elias Chakhtoura, General Manager of Fairmont Bab Al Bahr, is one of the most committed leaders in the hospitality sector. Meticulous to details, committed and with a lot of ambition to do more in life, Mr. Chakhtoura has always displayed great professionalism and a good understanding of what was required to complete a certain task. His command over his subject matter, confidence and assertion are the 3 things which make him a great resource. He is an asset to which ever team he is part of. Al Bayan Magazine met Mr. Chakhtoura during the Arabian Travel Market and conducted an interview in which he expressed his point of view regarding the main theme of the show, evaluating the hospitality sector for 2023, talking about sustainability, giving us an idea about the main characteristics and features that differentiate Fairmont Bab Al Bahr from other properties, and shedding light on their strategy for 2023. Following is the Q & A.



LOUISE DESFRENNE & ELIAS CHAKHTOURA

• **The main theme for ATM 2023 is "Working Towards Net Zero". What is your comment?**

- At Fairmont Bab Al Bahr, we take this theme very seriously because as hoteliers we have big responsibility towards sustainability especially that we generate a lot of waste and carbon footprint. Thus, as a hotel, we have already eliminated all single-use plastic as of last month, among other initiatives that we do in terms of food waste, water and energy reductions. It is absolutely crucial today to start working towards net zero and Abu Dhabi has led the way in setting really high expectations and targets for everybody, it is great to see that everybody is aligning into this vision and strategy and we are almost there.

• **How do you evaluate the hospitality sector for 2023?**

Since the start of the year, we have seen one of a record years. The first quarter of the year has been absolutely phenomenal for the city of Abu Dhabi, it is generating a lot of interest from international leisure travel as well as local staycations. It has been also very popular with mice and corporate so it is really great to see that the work which the city has done in the last couple of years is paying off and after two years and a half of Covid and strict restrictions, we can see that the market has bounced back very well.

• **Lately, we are talking about "Future of Sustainable Tourism". What do you think about it?**

- Sustainability will be an important element and a key factor for corporate to decide on a destination. Corporate will only travel to sustainable destinations and thus sustainability will be increasing in terms of importance and selection criteria for the destination on a corporate and personal levels. The population around the world is becoming more educated about sustainability. Overall, it is essential not only from a responsibility aspect but also from an attractivity side. As Fairmont brand, we are taking this topic very seriously and we are leaders in that field along with the city of Abu Dhabi. And as 2023 marks the year of sustainability, Fairmont Bab Al Bahr will complete its commitment to replace or remove all plastic items, from toiletries to water bottles. We announced the launch of water-from-air bottling plant, allowing for the substitution of plastic water bottles. The plant will use advanced technology to produce water from air. This air-to-water process utilizes Atmospheric Water Generator, an innovative solution developed by Eshara Water. Once produced, the water will be filtered and mineralized, and then filled into reusable, encapsulated glass bottles. The plant will produce a total of 4000 liters of water per day. Pushing forward in line with the meaningful innovation, Fairmont Bab Al Bahr aims to continue to moving towards a better, greener and more sustainable environment for the hotel industry.

• **What makes your property different from others?**

- At Fairmont Bab Al Bahr, what sets us apart from others is the unique combination of two key factors: our exceptional location at the gateway of the city and our stunning beachfront setting, which truly distinguishes us as a city resort. Being situated at the entrance of the city provides unparalleled convenience for our guests, allowing easy access to Abu Dhabi's vibrant attractions and cultural landmarks. Moreover, our beachfront location offers a serene and picturesque oasis, where guests can enjoy the best of both worlds—a tranquil escape by the sea, while still being within reach of the city's offerings. This perfect blend of urban accessibility and a beachside retreat creates an extraordinary experience that sets Fairmont Bab Al Bahr apart from other properties in the region. Guests can also enjoy world class onsite amenities, including private sandy beaches, an Olympic-length swimming pool, covered children's pool, separate ladies' and mixed-use gyms, business services and modern conference facilities. Add to this, an awarding-winning portfolio of eight dining options, all delivered with genuine Arabic hospitality. Thus, the result is certain to exceed every guest's highest expectation.

Fairmont Monte Carlo making 2023 memorable!

The season is starting in Monaco, and the Fairmont Monte Carlo is proud to present its novelties: brand new rooms inspired by the Riviera, kids club and new pool; thus the hotel is pulling out all the stops this year to make it memorable.

2023 will definitely rhyme with surprises. Must-see destination for the biggest events of the Principality of Monaco, the Fairmont Monte Carlo takes center stage and is ready to welcome all the guests for this new season. The hotel has started a complete renovation process of all the rooms and suites. The rooms with light beige and blue tones have a chic decoration, elegant furniture, a private terrace with an unrivalled view on the sea, the garden or the famous Hairpin bend. Refined and design bathroom is a common thread to all of these new rooms. Inspired by Monaco's heritage and the French Riviera, these contemporary rooms and suites welcome guests in the best comfort for their stay in the Principality. For families, the new resort suites are the perfect fit: kitchen, separate living room and large terrace with a Jacuzzi, to live the Monaco experience at its best, facing the sea.

This summer, the Fairmont Monte Carlo will complete its offer by opening a new pool, on the rooftop of the hotel in front of the Mediterranean Sea. A few steps away from the casino, Azur Pool & Bar will be dedicated to families staying at the hotel to enjoy a relaxing afternoon. Next to Nikki Beach, this pool will satisfy parents and children alike where they could spend a good time together this summer. Families will also discover the new kids club of the hotel, open all day in July and August. There will be activities for the youngest, based around the values of the Fairmont brand: safety, fun, learning and Corporate Social Responsibility. For lunch, children will enjoy a friendly moment facing the sea, at the restaurant Horizon Rooftop. There will be a combination of cognitive, creative and physical experiences, uniquely structured to create an exclusive experience. Open 6 days a week, the kids club will be available to all little guests between 4 and 12 years old staying at the hotel. Also, guests will enjoy the varied gastronomic experiences on offer at the hotel's many restaurants such as Nobu, the Lobby Lounge, Horizon Rooftop, and Nikki Beach, not forgetting the hotel's wellness facilities that include a swimming pool, a fitness center with a view, and a luxury spa in conjunction with the famous Swiss brand La Vallee Switzerland.

Therefore, visitors of the hotel will live a unique experience and get a chance to create memories as the Fairmont Monte Carlo makes a promise of an incredible stay.



Japan. Endless Discovery.



Japan.
Endless
Discovery.



Japan National
Tourism Organization

Michael Goetz (GM Movenpick Hotel Jumeirah Beach):

**Tourism is a major part of our global culture
and it is greatly enriching all our lives**

Michael Goetz, General Manager of Movenpick Hotel Jumeirah Beach, holds over 20 years of experience in international hospitality. He has worked in Europe, the Middle East, Asia, and Africa and gained extensive operational and commercial experience in resort and city center locations. Together with his incredible team, Mr. Goetz has been able to further enhance the unique Movenpick guest journey, creating memorable moments for the guests, striving for an ongoing focus on sustainability and overseeing all aspects of hotel operations, as well as developing strategic plans to further strengthen the hotel's positioning in Dubai market. Al Bayan Magazine had the privilege to meet Mr. Goetz and following is the interview conducted.



• How do you evaluate the tourism sector in the UAE?

- The outlook for 2023 is clearly very positive. As recently announced, TripAdvisor has just ranked Dubai as the top and the world's most popular travel destination. We have seen in quarter one a very great growth in terms of inbound tourism, Dubai has welcomed 3.1 million overnight visitors to the destination. We have seen a significant growth in source markets in key source markets including GCC countries and Europe and we are also witnessing an increase in the number of tourists arriving in Dubai from India, Brazil, Oman, Australia and Israel, keeping in mind the opening of the Chinese market in the next coming month.

• In your opinion, why do people like to visit UAE and specifically Dubai to this extent?

- Dubai has developed incredibly over the last few years to become one of the world's best destination for tourism, attracting tourists from all over the world. The country is doing an excellent job in terms of destination management. We are extremely proud and happy to be a part of the tourism ecosystem here in Dubai to offer memorable experiences to all the travelers. While Dubai is home to the most luxurious hotels offering top-notch experiences to their guests, it is also the safest city with breath-taking beaches and expansive deserts all in the same place. Also, not to forget the shopping experience that Dubai has to offer, from the biggest malls to traditional souks, you can experience it all in the same place.

Protecting the environment is part of our DNA

• Lately, we have noticed that the sustainability concept in tourism is becoming very demanded. How do you think we can apply this concept in the tourism sector?

- Tourism is a major part of our global culture and it is greatly enriching all our lives. It brings a lot of benefits to travelers and communities as well as to our lives. In an effort to be environmentally sustainable, we as Movenpick Hotel Jumeirah Beach, are well aligned with the UAE vision. In 2022, we have eliminated all single-use plastic from guest facing areas, having implemented for example refillable soap dispensers in all our guest rooms and public areas of the hotel. Moreover, we have installed water filters and water bottling plants in the hotel, eliminating all plastic bottles at the hotel. We have a very strong culture of protecting the environment, it is very close to our hearts and part of our DNA so that whatever we do has to be sustainable. Furthermore, in line with Accor's Net Zero Carbon roadmap and our action plans, the hotel is already linked to the DTCM Carbon Calculator tool, and we already are reporting our consumptions.

We have also implemented the Net Zero Carbon Calculator Tool for B2B guests allowing to be mindful of carbon emissions during meetings & events. Currently, we are piloting a food waste reduction management tool and we are working on Food & Beverage concepts, with food waste minimization targets (without impacting guest experience). Guests today want to know, what their hotel company is doing to protect the environment and they want to travel and be socially responsible and contribute to communities, and this is good. Another important aspect of sustainable tourism (most important aspect) are our team members and our future personnel. Millennials, Generation X and Generation Y are very educated and very sensitive when it comes to sustainability, and they want to identify themselves fully with their employers and their organizations. They expect full alignment when it comes to personal values and organizational values. If they cannot identify themselves with what you do, they will not work for you. And we clearly see this at Accor – we have always been best in class when it comes to sustainability and it is something that helps us to attract and maintain top talent, giving us this competitive edge – not only when it

comes to guests, but also when it comes to talent. To conclude this question I would like to add - Sustainability is no more an option, it is a must. If we do not operate responsibly and sustainably, the industry will neither find guests, nor future employees to serve our guests.

• Further than your experience, what did you bring to Movenpick?

- I was a part of the Movenpick family for 10 years, hence the brand, with its core values plus believes are very close to my heart and I am truly delighted to take the helm of Movenpick Hotel Jumeirah Beach. I look forward to continuing the brand's legacy and serving exceptional experiences while showcasing everything that makes the brand very special. I believe in a people-oriented approach which helps us as team to create more personalized experiences.

• What will be your upcoming plans?

- Moving forward I am working very closely with all the departments in the hotel, from the commercial to the operations team, to ensure the highest standards are being met. As a leader I want my team to reach new heights in their pursuit for excellence. Every day we are working towards creating everlasting guest experiences through our offerings ranging from the arrival experiences to the dining experiences. We are also working on uplifting the look of the entire hotel with some cosmetic changes in the public areas as well as the guest rooms. Where Food & Beverage offerings are concerned, which is also a core pillar of Movenpick, I am working very closely with our talented culinary team to enhance the offerings at the 6 different restaurants you can find in the hotel, and collaborating with local suppliers sourcing locally produced fresh ingredients. While we work on the betterment of the guest experiences, we also pay great attention to functioning sustainably and motto is "Less Is More."

• What are your expectations for 2023? What is your strategy to always have a positive occupancy rate?

- We have a very positive outlook on 2023.

Our three key strategies are:

People:

* Our key asset are our people. Key focus is therefore the wellbeing, health and quality of life of our team members. We continuously enhance our team experience, looking at

high quality living, healthy eating, and the offering of sports activities. We recognize the individual and their contribution. We reward and recognize and focus on developing our colleagues, creating a prosperous future for both - our employees and our company.

Quality:

* We fully focus on top quality, personalized service, constantly improving the guest experience, from the arrival experience, to the culinary experience, until the check-out and departure. This dedication to personalized service drives loyalty, return business and drives team member satisfaction and loyalty too.

Sustainability:

* The third pillar is sustainability, based on zero plastic and net zero Carbon. In 2022, we have eliminated all single-use plastic from guest facing areas in our hotel. Recently, we installed our own water bottling plant in the hotel, eliminating any bottled water and CO₂, a world-wide Accor initiative.

* In Food and beverage, we are continuously sourcing locally-grown, organic produce, which are of impressive quality.

* Last but not least, we recently signed a long-term (8-year) partnership with one of the world leaders in energy savings. Investments have been made and continue to be made over the years, reducing emissions double-digit, year-over year, as we path our way towards net zero carbon.



explore

Experience Dubai's most dynamic and lively seaside district. Few steps from the stunning Jumeirah Beach located on The Walk, Jumeirah Beach Residence.



MÖVENPICK
HOTEL JUMEIRAH BEACH

باسل طلال

(المدير الإقليمي لمجموعة فنادق راديسون (RHG) في المملكة العربية السعودية، الكويت ومنطقة المشرق العربي):

معظم فنادق العالم تعمل على تطبيق سياسة «صافي صفر انبعاثات» حيث باتت توجهاً عالمياً ومطلباً أساسياً



تعزز مجموعة فنادق راديسون وجودها في منطقة الشرق الأوسط والخليج العربي كواحدة من أكبر مجموعات الفنادق العالمية فيها، كما أنها تملك محفظة متنامية تتألف من ٧٧ فندقاً قيد التشغيل والتطوير، وهي تخطط للتوسع في المنطقة عبر إضافة أكثر من ٥ آلاف غرفة خلال السنوات الخمس المقبلة.

وتعليقاً على المشاركة في المعارض والفعاليات الإقليمية والعالمية، قال باسل طلال المدير الإقليمي لمجموعة الفنادق في السعودية، الكويت ومنطقة المشرق العربي في حديث لمجلة «البيان الاقتصادية» إن معرض سوق السفر العربي هو حدث ضخم ويشكل منصة لتطوير أعمال المجموعة من خلال الاستفادة من الفرص المتاحة وسبل التعاون مع شركاء جدد. ومن جهة ثانية أفاد طلال بأنها تبنت مبادرة الوصول إلى صافي صفر انبعاثات في ٢٠٥٠ في جميع فنادقها، إضافة إلى القيام بمبادرات لدعم الجمعيات، كذلك بحملات التبرع لدعم المجتمعات والحفاظ على بيئة نظيفة، كما أنها حصدت جوائز عدة تقديراً لعطاءاتها في هذا المجال. وفي سياق منفصل ذكر طلال أن فنادق راديسون حققت معدلات إشغال مرتفعة خاصة بعد انحسار جائحة «كورونا»، أما في ما يتعلق بمميزات علامة راديسون فتكمن برؤيتها المستقبلية وخبرة فريق العمل في تذليل العقبات التي تعترض عمله، ما يتيح الفرصة لتطوير العلامة واكتسابها سمعة حسنة وتقديم أفضل الخدمات للضيوف وتلبية جميع احتياجاتهم.

وأضاف طلال أن المجموعة تعمل لافتتاح فندق ضمن فئة LIFE STYLE HOTEL نظراً للطلب الكبير على هذه الفئة من الفنادق. وأخيراً لفت إلى أن لكل بلد استراتيجية خاصة به إذ يجب التكيف معها وإعطاء طابع خاص للفندق الموجود فيه.

رؤيتنا المستقبلية والعمل وفق أسس واضحة هما الركيزة الأساس

لتطور العلامة واكتسابها سمعة حسنة

طوال فترة الجائحة والإغلاقات الناجمة عنها كانت هناك مجموعة من الخطط والمشروعات لافتتاح عدد من الفنادق الجديدة والاستفادة من الفرص المتاحة بحيث أن الاستثمارات الجديدة تحقق عوائد مربحة.

الرؤية المستقبلية والعمل وفق أسس واضحة

■ ما الذي يميزكم عن باقي العلامات التجارية؟

– أكثر ما يميز علامة راديسون رؤيتها المستقبلية والعمل وفق أسس واضحة، إلى جانب تكامل فريق العمل والسعي دائماً لإيجاد الحلول المناسبة لأي مشكلة نواجهها وهذا يعد الركيزة الأساس لتطور العلامة واكتسابها سمعة حسنة نظراً لحرصنا الكبير على خدمة الضيوف وتلبية احتياجاتهم والتعامل بمرونة كبيرة بحسب متطلبات كل من المدن والمجتمعات التي نوجد فيها.

■ هل لديكم النية لافتتاح فنادق جديدة؟

– نظراً للطلب الكبير على فنادق "LIFE STYLE HOTEL" لدى المجموعة خطة لافتتاح فندق ضمن هذه الفئة، وسيتم الإعلان عن هذه الخطوة في الوقت المناسب.

لكل بلد استراتيجية خاصة به

■ لدى المجموعة حضور في أسواق مختلفة منها المستقر ومنها غير المستقر، كيف تتمكنون من خلق التوازن للحفاظ على ديمومة عملكم في منطقة تشهد الكثير من التقلبات؟

– في الحقيقة تختلف طبيعة العمل ضمن البلد الواحد، ففي المملكة العربية السعودية تختلف طبيعة العمل بين المنطقة الشرقية والغربية على سبيل المثال. ومن هنا نؤكد أن لكل بلد استراتيجية خاصة به يجب التكيف معها وإعطاء طابع خاص للفندق والخدمات التي يقدمها للزلاء. أما بالنسبة للبنان فالظروف الاستثنائية التي يمر بها دفعتنا إلى إدخال تعديلات على طريقة العمل بهدف ضمان استمرارية عمل الموظفين والحفاظ عليهم. وبالتالي، يتوجب علينا التأقلم مع الظروف الطارئة لكل بلد نوجد فيه. ■

البيان ■ ما القيمة المضافة من مشاركتكم في المعارض والفعاليات الإقليمية والعالمية؟

– أضحت مشاركتنا في الفعاليات العالمية المتخصصة في السياحة والسفر عرفاً سنوياً وتحديداً سوق السفر العربي نظراً لحضورنا القوي في دولة الإمارات وفي المملكة العربية السعودية منذ سنوات عديدة. وبالتالي، بات هذا الحدث منصة مهمة وأساسية لتطوير أعمالنا وعقد لقاءات مع الأطراف الأخرى للاستفادة من الفرص المتاحة وفتح آفاق التعاون مع شركاء جدد وعرض آخر التطورات التي شهدتها مجموعة فنادق راديسون.

تطبيق مبادرة الوصول إلى صافي صفر انبعاثات

■ باتت «السياحة المستدامة» مطلباً عالمياً، كيف تطبقون معايير الاستدامة في منشآتكم؟

– اتخذنا على عاتقنا تطبيق مبادرة الوصول إلى صافي صفر انبعاثات خلال عام ٢٠٥٠ في جميع فنادقنا على الرغم من اعتباره تعهداً مليئاً بالتحديات، إلا أنه يُعتبر توجهاً عالمياً ومطلباً أساسياً تعمل على تطبيقه معظم فنادق العالم.

ويضاف إلى ذلك، لدينا مجموعة من المبادرات الهادفة لدعم الجمعيات وتحديداً التي تعنى بالأطفال، بالإضافة إلى حملات التبرع الخيرية والأنشطة المتنوعة وذلك حرصاً منا على دعم المجتمعات والحفاظ على البيئة، حيث نالت مجموعة فنادق راديسون العديد من الجوائز تقديراً لجهودها في تطبيق مبادئ الاستدامة.

هناك مجموعة من الخطط والمشروعات لافتتاح عدد من الفنادق الجديدة

■ كم يبلغ عدد الفنادق التي تقومون بإدارتها؟

– يصل عدد الفنادق إلى حوالي ٣١ فندقاً تتوزع بين الكويت، المملكة العربية السعودية ولبنان، في حين شهدت معظم الأسواق التي لدينا وجود فيها تعافياً بعد انحسار الجائحة والتخفيف من القيود المفروضة ما ساهم في ارتفاع معدلات الإشغال. وبالنسبة إلينا تمكنا من تحقيق نسب إشغال مرتفعة وعوائد ربحية جيدة. في حين أنه

Sara Barraaj

(Radisson Blu Hotel, Ajman):

We are optimistic for 2023

Radisson Blu Hotel Ajman has always strived to be the first choice in the mind of guests, owners and talents. In its journey to achieve this, it has practiced strong beliefs and actions that respect the diversity of people, the community, ethics and the planet. Radisson Blu Hotel Ajman's team is committed to extra thoughtful care and is passionate about delivering an amazing hotel experience. While each of the team members plays a unique role, they all serve as brand ambassadors working to deliver memorable moments and turn guests into passionate brand advocates. Al Bayan Magazine met Sara Barraaj, who is handling the Marketing department at Radisson Blu Hotel Ajman, on the sidelines of the Arabian Travel market, and following is the interview conducted.



• What is the importance behind your participation at the Arabian Travel Market?

- Arabian Travel Market provides the opportunity for national and international exhibitors from the tourism industry to showcase their latest products and services. Our main goals are to make new contacts in tourism, conduct business, gain industry knowledge, and learn innovations. Personally, I have already connected with corporate companies, International bloggers and people from all over the world where we shared mutual benefits and discussed fruitful future collaborations.

• How do you evaluate the hospitality sector for 2023?

- As you know, the global pandemic has affected the hospitality sector, although in 2021, Ajman has recorded the emirate with highest hotel occupancy in UAE. 2023 has started on a very positive note as it is considered the "recovery" year after pandemic. We are so happy to see people have missed to travel and are coming back to the country and exploring every bit of the world. In Ajman, we can see visitors coming to the emirate whether for family staycation, business trips or for leisure purposes. Thus, we are optimistic and positive for the upcoming months during 2023.

• What are your expectations for 2023 and what is your strategy to always have a positive occupancy rate?

- Now that summer is around the corner, we expect people would come to UAE and especially to Ajman and benefit from Summer deals and offers. However, to maintain a positive high occupancy, our commercial team has lined up tactical sales strategies to follow.

For instance, focusing on local and International market, always aiming to satisfy our guests, considering hotel sanitation, capitalizing on regular and repeated guests, as well as getting new leads and welcoming new guests.

• What differentiates your property from others?

- Radisson Blu Hotel Ajman combines hospitality and elegance with exceptional service. The only five stars city hotel in Ajman, offering 148 stylish rooms with modern recreational facilities. "Feel the Difference" is our brand's tag line. Our talented team not only keep an eye on each and every detail, but also trained to be your best guide. Our objective is one: Give customers an innovative experience. Proudly, our guests always mention that they feel like home, surrounded by a team who is more like a family. In short, Radisson Blu Hotel Ajman is so much more than sumptuous bedrooms. It's the exceptional experiences, unique ambience and memorable moments that make us truly unique.

Talha Iqbal

(Radisson Blu Hotel, Convention & Exhibition Center):

Hospitality is an evolving and promising sector in Saudi Arabia

Talha Iqbal, Director of Sales & Marketing at Radisson Blu Hotel, Convention & Exhibition Center, is a High-energy administration and management professional with an extensive background and excellent interpersonal skills with comprehensive knowledge of Front Office Management, Guest Services, Sales & Marketing, and Revenue Management. Mr. Iqbal was among the prominent people who participated at the Arabian Travel Market held in Dubai along with several of his colleagues. In a Q & A with Al Bayan Magazine on the sidelines of the event, Mr. Iqbal gave us an idea about the hotel, evaluating the hospitality sector in Saudi Arabia, and expressing his expectations for 2023. Following is an extract from the interview.



• Can you give us an idea about the hotel?

- Radisson Blu is a new state-of-the-art hotel that falls in King Salman Park which by itself is a huge project and comes along with vision 2030. The hotel will be the first to fall next to Riyadh Convention and Exhibition Center, and thus we will be in the priority to provide all the conventions happening in Riyadh with all the accommodation. The hotel has 223 rooms, out of that are 23 suites and 200 rooms. We have ten room categories, 7 categories of different suites and 3 categories of room which are Standard, Superior and Executive. The hotel is ideal for anyone attending an event or in town for visiting for business, and it offers two food and beverage venues on-site, the Al Diriyah restaurant, which is open all day, and The Terrace, located on the second floor so that guests can simultaneously enjoy the surrounding cityscape. Whether wanting to try the local flavors or prefer an international mix, our dining venues cater to a range of tastes. Moreover, with nine meeting rooms, including the spacious Najd Event Hall, and a professional, dedicated team ready to help, Radisson Blu ensures that all special occasions are a success.

• How do you evaluate the hospitality sector in Saudi Arabia?

- Hospitality is an evolving and promising sector in the Kingdom in light with the Vision 2030. Two hundred thousand Saudi students have been sent for training all over the world especially in UK, Spain and Switzerland in order to cater the sector, and 48 hotels are coming in Riyadh within two years, out of which 38 are in Diriyah Gate including Radisson RED, Armani, JW, Four Seasons, Ritz Carlton, etc... Thus, the potential is huge in Saudi Arabia.

• What are your expectations for 2023?

- As a hotel, the business is still much more than the supply. The demand is huge in Saudi Arabia, and Radisson itself is opening nine new hotels within the next three years. The vision of HRH Saudi Crown Prince Mohamed bin Salman is fantastic for all sectors especially hospitality sector.





روبير الخوري

(نائب رئيس قسم المبيعات والتسويق في JA RESORTS & HOTELS)؛

أضحت علامتنا أكثر شهرة وازداد الطلب على منتجاتنا بوتيرة متسارعة

تمثل جبهه ايه للمنتجات والفنادق JA RESORTS & HOTELS العلامة العريضة التي حققت منذ نشأتها تقدماً ملموساً في مكانتها وتميزها في مجال إدارة وتشغيل الفنادق والمنتجات الحائزة على جوائز عالمية.

وفي حوار خاص مع نائب رئيس قسم المبيعات والتسويق السيد روبر الخوري، لفت إلى مرحلة الازدهار التي يمر بها القطاع السياحي في دولة الإمارات والحركة السياحية غير المسبوقة. وفي ما يتعلق بموضوع الاستدامة أشار أن المجموعة تعمل على تطبيق مفهوم «السياحة المستدامة» منذ ما يزيد عن ١٥ عاماً، والتي تعد جزءاً أساسياً من الاستراتيجية، وتتوجاً للمبادرات التي تقوم بها المجموعة نالت جائزة أفضل شركة تطبيق معايير الاستدامة على مستوى الشرق الأوسط من هيئة دبي للسياحة. ومن جهته أكد السيد الخوري وضع خطط توسعية نحو أسواق جديدة تأتي في طليعتها المملكة العربية السعودية والمحيط الهندي لطبع بصمة خاصة بها حيث أضحت العلامة أكثر شهرة وازداد الطلب على منتجاتها بوتيرة متسارعة.

■ ■ ■ ■ بدأت مجموعتنا منذ ما يزيد عن ١٥ عاماً تطبيق مفهوم «السياحة المستدامة»

التي تعد جزءاً أساسياً من استراتيجيتنا ■ ■ ■ ■

مستوى الشرق الأوسط وهذه الجائزة تأتي تنوياً للمبادرات والإجراءات التي نطبقها في جميع منتجاتنا مثل عدم استخدام المواد البلاستيكية المضرّة بالبيئة، كما نقوم بعملية إنتاج ومعالجة المياه داخل فنادقنا.

ويضاف إلى ذلك، أطلقنا حديثاً مبادرات أكثر ابتكاراً تساهم في تعزيز مبدأ الاستدامة في قطاع السياحة والسفر للحفاظ على ريادةنا في مجال السياحة المستدامة وتماشياً مع رؤية الدولة في تكريس عام ٢٠٢٣ للاستدامة للحفاظ على البيئة واستدامة مواردها من خلال تبني أفكار جديدة ومبادرات نوعية تجسد الوجه الحضاري لدولة الإمارات.

خطط توسعية نحو أسواق جديدة

■ هل لديكم النية لتطبيق أي خطة توسعية نحو أسواق جديدة؟

– بعد أن أضحت علامتنا أكثر شهرة وازداد الطلب على منتجاتنا بوتيرة متسارعة تم وضع خطط توسعية نحو أسواق جديدة تأتي في طليعتها المملكة العربية السعودية والمحيط الهندي لطبع بصمة خاصة بنا وتوفير خدمات متميزة لمختلف شرائح المجتمع منها على سبيل المثال بالي، سريلانكا وزانزيبار. وفي حال تمكنا من استغلال الفرص المناسبة من المحتمل الإعلان عن مشروع جديد خلال العام ٢٠٢٣.

■ هل تقدمون لعملائكم «برنامج ولاء»؟

– نحن جزء من مجموعة "GLOBAL HOTEL ALLIANCE" العالمية التي تضم تحت مظلتها ٤٠ علامة تجارية ويتم تقديم مميزات للضيوف تقديراً لولائهم.

نتوقع صيفاً واعداً في الإمارات هذا العام

■ ما هي توقعاتكم لعام ٢٠٢٣؟

– سجلت علامتنا التجارية أداءً متميزاً فاق التوقعات الموضوعية، ومن المتوقع الاستثمار بالنهج نفسه حيث تشير الاجتماعات واللقاءات التي عقدت خلال هذا المعرض إلى استقطاب الدولة أعداداً كبيرة من السياح الأوروبيين. ومن هنا نتوقع صيفاً واعداً في الإمارات هذا العام حيث ستجذب الأنظار نحونا مع ما تقدمه الدولة من مميزات سياحية. ■



لنا جائزة أفضل شركة تطبيق

معايير الاستدامة

■ يتوافق المشروع الجديد مع مبدأ «السياحة المستدامة» الذي يتم الحديث عنه مؤخراً؟

– بدأت المجموعة منذ ما يزيد عن ١٥ عاماً تطبيق مفهوم «السياحة المستدامة» التي تعد جزءاً أساسياً من الاستراتيجية. ومنذ حوالي الأربعة أشهر منحتنا هيئة دبي للسياحة جائزة أفضل شركة تطبيق معايير الاستدامة على

Nile Air



النيل للطيران



A SAFE AND ENJOYABLE JOURNEY
whilst experiencing the best of true
EGYPTIAN HOSPITALITY

www.nileair.com

أنس عبدالله

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



تعدّد الوجهات السياحية الجديدة في المملكة يساهم في تعزيز مكانتها على الخريطة السياحية

يقع فندق حياة بلايس HYATT PLACE الأنيق المحاط بالمطاعم والمتاجر في منطقة السليمانية في وسط الرياض بالقرب من شارع التحلية، يتميز الفندق بغرفته العصرية المريحة مع إطلالات رائعة على وسط المدينة، كما يوفر أماكن استضافة الفعاليات الأكثر كفاءة في الرياض.

ولدى لقائنا مع السيد أنس عبدالله المدير العام للفندق تحدث عما تمثله المملكة العربية السعودية على الصعيد السياحي فهي رمز التنوع بكافة أشكاله وهي مركز جذب للسياحة بكافة أنواعها سواء دينية أو ثقافية أو سياحة مؤتمرات أو ترفيهية طوال العام، فالسياحة تلقى الاهتمام الكبير والدعم اللازم من قبل الحكومة مما يساهم في تنشيط الحركة الاقتصادية وبالتالي زيادة الناتج القومي، إضافة إلى منح التسهيلات في إصدار تأشيرات الدخول رفع أعداد الوافدين إلى المملكة. وفي سياق آخر، أورد السيد عبدالله أن إدارة الفندق تتبنى المبادرات المتعلقة بالاستدامة والمحافظة على بيئة نظيفة وخالية من السموم والملوثات حيث يضم الفندق محطة تحلية للمياه مع استخدام المياه الجوفية، وكذلك اعتماد طرق معينة لترشيد استهلاك الطاقة واتباع عملية إعادة تدوير النفايات والمخلفات العضوية.

وأخيراً تطرق إلى النتائج الجيدة التي حققها الفندق خلال الربع الأول من هذا العام مشيراً إلى معدلات إشغال وصلت إلى حدود الـ ٨٤٪.

■ ■ ■ حققنا نتائج ممتازة خلال الربع الأول من ٢٠٣٠ ووصلت معدلات الإشغال إلى حدود الـ ٨٤٪ ■ ■ ■

الجودة للنزلاء، كما يلبي احتياجات الزوار المتنوعة سواء بهدف العمل أو الترفيه. ويضم الفندق حالياً ٨٨ غرفة ولكننا في صدد الدخول في مشروع توسعة سيتم الإعلان عنه قريباً.

نتبنى العديد من المبادرات المتعلقة بالاستدامة

■ كيف تواكبون في عملكم مبادئ الاستدامة والمحافظة على البيئة؟

– نتبنى العديد من المبادرات المتعلقة بالاستدامة، حيث يضم الفندق محطة تحلية خاصة به لتكرير المياه مع استخدام المياه الجوفية. بالإضافة إلى ذلك، التصميم الهندسي للفندق يسمح بدخول أشعة الشمس لفترات طويلة خلال النهار وهذا يقلص من استخدام الطاقة بنسب مرتفعة. إلى جانب تدريب الموظفين على اعتماد طرق لترشيد استهلاك الطاقة والقيام بعمليات إعادة تدوير للمخلفات والنفايات.

سجلنا نتائج ممتازة خلال الربع الأول من العام الحالي

■ كيف تقوّمون معدلات الإشغال خلال الأشهر الأولى من عام ٢٠٢٣، وما هي توقعاتكم للمرحلة المقبلة؟

– سجل الفندق نتائج ممتازة خلال الربع الأول من العام الحالي حيث وصلت معدلات الإشغال إلى حدود الـ ٨٤٪. وخلال موسم الصيف ستراجع هذه النسب لتعاود الارتفاع في الربع الأخير مع توقعات بوصولها إلى أكثر من ٨٠٪. ■



موقع استراتيجي

■ ما الذي يميز حياة بلايس عن مثيلاته من الفنادق؟

– يتميز الفندق بموقعه الاستراتيجي في وسط الرياض وقربه من شارع التحلية الذي يضم أعداداً كبيرة من المقاهي والمطاعم وأماكن التسوق. وانطلاقاً من كونه تابعاً لسلسلة فنادق حياة العالمية يوفر خدمات عالية



ANANTARA
THE PALM-DUBAI
RESIDENCES



DUKES



MÖVENPICK
Hotel Ibtisam
Dubai



DUKES

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


SEVEN TIDES
HOSPITALITY

 [seventidesinternational](https://www.facebook.com/seventidesinternational)

 [@seven_tides](https://twitter.com/@seven_tides)

 [@seventides](https://www.instagram.com/@seventides)

www.seventides.com

كريستيان الخوري (مدير عام THE RITZ - CARLTON DIFC DUBAI):

مقومات الجذب السياحي لإمارة دبي تجعلها في صدارة الوجهات السياحية في العالم



يتميز فندق THE RITZ - CARLTON DIFC DUBAI بطابع فريد من نوعه، ما يجعله مركز جذب للزوار من مختلف دول العالم.

وفي حديث خاص أفاد السيد كريستيان الخوري مدير عام الفندق أن النشاط السياحي هذا العام يشهد فورة في عدد الوافدين إلى دولة الإمارات وهذا يعود إلى مقومات الجذب السياحي للدولة، كما أن مؤتمر المناخ «كوب ٢٨» الذي ستستضيفه دولة الإمارات سيبشر بمرحلة إيجابية وطفرة سياحية غير مسبوقة نظراً للأعداد المشاركة في هذه القمة، ما سيزيد نسب الإشغال في الفنادق. ومن جهة ثانية ذكر السيد كريستيان الخوري أن أهداف استراتيجية الفندق للعام الحالي تتركز في تنمية سياحة الترفيه واستقطاب أسواق أجنبية من ضمن عملية التوسع التي يتبعها ريتز كارلتون دبي.

البيان

■ كيف تقومون النشاط السياحي في دولة الإمارات؟

– شهدت دولة الإمارات حركة سياحية ناشطة خلال العام ٢٠٢٢، ولكننا نتوقع أداءً أفضل خلال العام الحالي، حيث تشير الأرقام إلى زيادة مطردة في أعداد الوافدين، وذلك يعود إلى مقومات الجذب السياحي لإمارة دبي ما يجعلها في صدارة الوجهات السياحية في العالم.

كما أن استضافة الإمارات لمؤتمر المناخ «كوب ٢٨» سيرفع من معدلات الاشغال في الفنادق نظراً للأعداد الكبيرة المشاركة في هذه القمة، وبالتالي من المتوقع أننا مقبلون على مرحلة

إيجابية وطفرة سياحية غير مسبوقة. إلى جانب الاستثمارات الضخمة لتطوير فنادق جديدة.

مقومات عديدة تجذب السياح لفندق الريتز كارلتون

■ ما الذي يميز فندق ريتز كارلتون عن مثيلاته في إمارة دبي؟

– الموقع الاستراتيجي لفندق الريتز كارلتون – مركز دبي المالي العالمي

يميزه عن باقي الفنادق في الإمارة كونه يتمركز في وسط المدينة ويحيط به مجموعة من المطاعم الراقية التي يعمل بها أشهر الطهاة العالميين، بالإضافة إلى تقديم مجموعة مميزة من الخدمات الفندقية ووسائل الاستجمام مثل حوض السباحة على السطح ومركز اللياقة البدنية. كما تتميز جميع الغرف بتصاميم داخلية أنيقة وعصرية، في حين أن الفندق على بعد مسافة قصيرة عن دبي مول وبرج خليفة ومتحف المستقبل والعديد من أماكن الجذب السياحي في المدينة.

تنمية سياحة الترفيه

■ ما هي توقعاتكم للعام ٢٠٢٣، وما هي الاستراتيجية الموضوعة لتحقيق معدلات إشغال إيجابية دائماً؟

– تتركز أبرز أهداف استراتيجيتنا للعام ٢٠٢٣ في تنمية سياحة الترفيه بشكل أكبر واستقطاب أسواق جديدة مثل فرنسا، سويسرا، إسبانيا من خلال حملات تسويقية لجذب هذه الجنسيات بنسب أعلى. ■



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

Jean-Francois Durand

(General Manager of Hyatt Regency Aqaba Ayla Resort)

Sustainable tourism is crucial for the long-term success of the industry

Hyatt Regency Ayla Resort, a 5-star resort in Aqaba, offers matchless lifestyle and Epicurean experiences with its extraordinary setting, spacious rooms, signature suites and pools. Throughout his exciting journey with the Hyatt family around the globe over the past 30 years, Jean-Francois Durand, General Manager of Hyatt Regency Aqaba Ayla Resort, has worked hard to set new milestones for this amazing property, relying on his experience, skills, vision, and deep-seated knowledge. His dedication to his work has made him a prolific hotelier who redefined the hotel industry, and he continues to elevate the resort to the next level. In a Q & A with Al Bayan Magazine, Mr. Durand evaluated the hospitality sector in Jordan for 2023, stating the main characteristics and features which differentiate their property from other similar hotels, talking about the future of sustainable tourism, and shedding light on their strategy to always have a positive occupancy rate. Following is an account from the interview.



“The total number of tourists visiting Jordan during 2023 will exceed six million”

• How do you evaluate the hospitality sector in Jordan for 2023?

- According to sector representatives, the number of tourists visiting Jordan during the first two months of 2023 has surged to unprecedented levels. Over 940,000 tourists visited the country between January and February, indicating a substantial increase of 135.5% compared to the same period in 2022. The Ministry of Tourism and Antiquities is hopeful that the total number of visitors this year will exceed six million. The surge in tourism is attributed to various factors, including international promotional campaigns by the Jordan Tourism Board, public-private partnerships, and the operation of low-cost carriers. The goal is to make tourism a year-round activity, and the government is being urged to encourage investment, streamline procedures, and support vocational training programs to help grow the tourism sector.

*** Lately, we are talking about “Future of sustainable tourism? What do you think about it?”**

- As a hotel general manager, I believe that sustainable tourism is crucial for the long-term success of the industry. To reduce our environmental impact and provide a memorable guest experience, we must prioritize environmentally friendly practices. By implementing initiatives such as energy-efficient systems, reducing single-use plastics, and supporting local communities, we can attract environmentally conscious travelers and have a positive impact on the planet. Adopting sustainable practices is not only ethical but also a smart business decision.

• What makes your property different from others?

- Hyatt Regency Aqaba Ayla Resort is a luxurious hotel located in Aqaba, Jordan, with modern design and stunning views of the Red Sea. The hotel offers a wide range of facilities and amenities, including an infinity pool, fitness center, spa, and multiple dining options. One of the resort's main attractions is the Ayla Golf Club, an 18-hole championship



golf course. Guests can also enjoy various water activities like diving, snorkeling, and kayaking. Located within the Ayla Oasis, Hyatt Regency Aqaba Ayla Resort is committed to sustainability and has implemented eco-friendly initiatives such as water and energy conservation. The hotel is also known for its exceptional service, with a focus on providing personalized attention to ensure that each guest has a memorable stay. In addition to its luxurious amenities and eco-friendly initiatives, Hyatt Regency Aqaba Ayla Resort has made efforts to create a safe and welcoming environment for guests with autism and cognitive disorders. The sensory-friendly Kids Club is inclusive of all children, providing a secure and enjoyable environment with sensory-friendly toys, equipment, and games. All staff members have undergone specialized training through the IBCCES organization to understand the needs of guests with sensory sensitivities, creating an all-encompassing environment that promotes both social and environmental sustainability.

• What are your expectations for 2023 & what is your strategy to have always a positive occupancy rate?

- Develop and maintain a strong online presence through social media, email marketing, and search engine optimization to increase visibility and attract potential guests.
- Offer competitive pricing and promotions to incentivize bookings, especially during low-demand periods.

- Invest in guest experience and satisfaction by providing excellent service, amenities, and personalized touches that make guests feel valued and eager to return.

- Foster relationships with local businesses and organizations to encourage tourism and build a sense of community.

- Continuously monitor and analyze occupancy rates, market trends, and guest feedback to make informed decisions and adjust strategies as needed.



**HYATT
REGENCY™**

AQABA AYLA RESORT

فندق حياة ريجنسي
العقبة أيلة



Hyatt Regency Aqaba Ayla Resort is a 5-star hotel that provides guests with a genuine oasis experience, surrounded by the Red Sea, sandy beaches, mountains, and the vibrant Ayla Oasis.

The hotel provides spacious rooms, signature suites, and pools to enhance the overall experience.

The resort offers a wide range of exceptional dining and lifestyle experiences, such as outdoor pools, a private beach, a 600-square-meter Aqua Spa, and unique restaurants and bars headed by an extraordinary culinary team.

Embark on an unforgettable journey of excitement and serenity at the Hyatt Regency Aqaba Ayla Resort. Unleash your adventurous spirit at the thrilling RISE adventure Park, make a splash at the one-of-a-kind Waterpark, and luxuriate in the scenic retreat surrounded by majestic mountains, glistening lagoons, and the lush fairways of the Ayla Golf Club.

Whether seeking adrenaline-pumping activities or tranquil relaxation, this resort offers endless options for an extraordinary getaway.

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

Don't miss a moment of our exclusive events, unique experiences, and stunning views. Follow us on Facebook and Instagram.



موسى الحايك (الرئيس التنفيذي للعمليات في مركز ورزیدنس البستان):

حصلنا على تقدير جيد جداً من دائرة السياحة والتسويق التجاري في دبي



يتمتع مركز ورزیدنس البستان الفاخر بموقع مميز واستراتيجي في دبي وبالقرب من الشارقة ويتصل الفندق بمول البستان للتسوق. كما يتمتع بخبرة في عالم الضيافة تصل إلى ٢٥ سنة.

وفي مقابلة خاصة مع السيد موسى الحايك الرئيس التنفيذي للعمليات في الفندق، ذكر بأهمية «معرض سوق السفر العربي» باعتباره منصة لتلاقي الشركاء والعاملين في القطاع السياحي في معظم الأسواق العربية والإقليمية والدولية. فمن جهة أكد الحايك أن إمارة دبي كانت أول من وضع خطة للتعافي من آثار الجائحة وتقليل تداعياتها على الاقتصاد، كما أشار إلى دور هيئة السياحة الفاعل في تنشيط القطاع وفي التسويق للإمارة كوجهة سياحية واعتماد برامج مختلفة لجذب السياح بالإضافة إلى تسليط الضوء على قضايا اجتماعية مهمة إلى جانب جذب الفعاليات مثل معرض سوق السفر العربي وغيرها من المبادرات. وفي سياق آخر، لفت السيد الحايك النظر إلى الثقة الكبرى بالفندق من قبل نزلائه نظراً لجودة الخدمات وتنوعها بما يلبي احتياجاتهم وهذا ما يميزه عن غيره. وبناءً على ذلك حصل الفندق على تقدير من دائرة السياحة باعتباره من أولى الفنادق في إمارة دبي.

نتجه إلى الالتزام بمبادرات الاستدامة البيئية

وهو «دور القطاع في تحقيق الاستدامة وإطلاق مبادرات تساهم في تقليص الانبعاثات السامة». ونحن بدورنا نولي أهمية لهذا الجانب ونعمل على إطلاق العديد من المبادرات منها تقليص استخدام الورق والإرشاد في استخدام الطاقة داخل المنشأة والغرف.

ثقة النزلاء بالخدمات التي نقدمها

■ ما الذي يميز فندق البستان عن مثيلاته في السوق؟

– احتفلنا مؤخراً بمرور ٢٥ عاماً على افتتاح الفندق ما يؤكد ثقة النزلاء بالخدمات التي نقدمها. ونظراً للظروف الصعبة والتحديات التي شهدها القطاع خلال الفترة الماضية اعتمدنا استراتيجية خاصة بنا تتمثل في تقديم خدمات خاصة تلبي احتياجات العملاء ضمن أعلى المستويات في ظل الأعداد الكبيرة من الفنادق والتي تقدم بدورها خدمات مميزة.

كما حصل الفندق على تقدير جيد جداً (٩٢٪) من قبل دائرة السياحة في دبي فيما يتعلق بالسمعة الرفيعة لنزلاء الفندق لعام ٢٠٢٢.

بالإضافة إلى ذلك، تم وضع خطة لإعادة ترميم وتأهيل الغرف وبعض المرافق الداخلية خلال العام الحالي كما سيتم الإعلان عن الخطة بطريقة مفصلة.

وإلى جانب الخدمات المميزة يتميز الفندق بموقع استراتيجي بين إمارة دبي والشارقة ودبي وعلى مقربة من المطار ومحطة المترو، كما يتألف الفندق من ٦٤٠ غرفة وجناحاً.

معدلات إشغال مرتفعة

■ كم تبلغ معدلات الإشغال؟

– متوسط إشغال الفندق يبلغ حدود ٧٠٪ ومن المتوقع تحقيق زيادة بحدود ١٥ - ٢٠٪ حتى نهاية العام الحالي. ■



APRIL BOADO وياسر موسى

■ بات «معرض سوق السفر العربي» محطة أساسية لقطاع الضيافة، ما مدى أهمية هذا الحدث بالنسبة إليكم؟

– نشارك بصورة دورية في هذا المعرض منذ انطلاقة كونه منصة ذات أهمية لتلاقي الشركاء والعاملين في القطاع السياحي في مختلف الأسواق الإقليمية والعالمية. ويشكل محطة أساسية بالنسبة إلينا لتبادل الأفكار والآراء. واللافت في الدورة الثلاثين لهذا المعرض التعافي الكامل من تداعيات الجائحة نظراً لكثافة الزوار والعارضين والتي تخطت الأرقام المحققة خلال العام ٢٠١٨.

دبي من أوائل الوجهات التي تعافت من الجائحة

■ كيف تقوّمون القطاع السياحي في دولة الإمارات وإمارة دبي بصورة خاصة؟

– تعد إمارة دبي من أوائل الوجهات التي نجحت في التعافي من الآثار السلبية للجائحة وتمكنت من إعادة استقبال السياح نتيجة وضع خطة لاحتواء الوباء وتقليص التداعيات السلبية على الاقتصاد الوطني.

هيئة السياحة تجذب السياح وتطلق مبادرات البيئة المستدامة

■ كيف تقوّمون الدور الذي تلعبه هيئة السياحة في تنشيط القطاع؟

– تلعب دائرة السياحة والتسويق التجاري في دبي دوراً محورياً في التسويق للإمارة كوجهة سياحية مثالية للترفيه والاستجمام وإدخال برامج متنوعة لجذب المزيد من السياح، الأمر الذي انعكس بصورة إيجابية على قطاع الضيافة. والنقطة الأهم في الموضوع تسليط المعنيين الضوء على قضايا ذات أهمية وأبعاد اجتماعية منها على سبيل المثال عنوان معرض «سوق السفر العربي» ألا

Carlo Javakhia (General Manager The Ritz-Carlton, Doha):

We are in a business where we sell experience and our target is to continue delivering a product that exceeds guests' expectations

With a career spanning over 20 years including Michelin star restaurants, multinationals, regional chains and start-ups, Carlo Javakhia, General Manager of The Ritz-Carlton, Doha, has held a number of senior leadership roles including Group F&B and supply chain director for 13 hotels and resorts. With a proven ability to increase revenues by introducing new business lines, through operational excellence and innovative marketing campaigns, Javakhia is experienced in developing brands, managing key client relationships and company turnarounds.

Al Bayan Magazine had the opportunity to meet Mr. Javakhia and conducted the following interview.



• Qatar has become a destination after the FIFA World Cup. What changes did you witness as the Ritz-Carlton as a result of that?

- For The Ritz-Carlton, Doha hotel, we started seeing arrivals from new destinations. In January and February, we've seen leisure business coming from different parts of the world that was not the market which we have seen in the past. We've seen young Indian travelers, couples and families coming for leisure trips. We've also seen from China and some European markets that weren't the case in the past. Thus, we've seen more diversification in terms of tourism than in the past. People are now coming for business and leisure or purely for leisure. The awareness about Qatar is higher worldwide.

• How are you improving yourselves as a hotel in the market to face the big competition?

- Competition is very healthy especially that the brands which have entered the market will be very helpful for the entire market to raise the awareness because they have shown presence worldwide. At the same time, for existing players like us who have been in the market for more than twenty years, we already have an established clientele. The strength of our brand awareness worldwide is very big that everyone knows what to expect from The Ritz-Carlton in terms of services and products, in addition to our strong relationships with our business partners with whom we are running the business for many years.

They are coming on a yearly basis and staying in the hotel, and we see a lot of repeat business which constitutes a very high percentage of our business. On another hand, we as a hotel are looking into adjusting to the current trends, what people are looking for as international travelers, what the local market is looking for, etc... and we have achieved very healthy blend between all these by modernizing and upgrading the facilities. We have just renovated Habanos which is our Latin American inspired venue, we are renovating now the all-day dining restaurant The Lagoon. We also have state-of-the-art gym facility with indoor tennis courts and the beach was a great addition to our property. There is nothing that our product is missing in order to meet the needs and requirements of the luxury travelers.

• In your opinion, how did the inflation affect the hospitality sector especially in Qatar?

- We are all affected by what is happening worldwide and at the same time we are impacting others. Definitely, all the

industries will be affected if there is an inflation. Nevertheless, the US and European markets are doing better than the predictions when it comes to inflation and job market. A lot of people are asking if the rates are increasing in our industry. We believe that the definition of expensive is quite vague. If one is paying a certain amount of money and at the same time getting services for that amount which meets or even exceeds his expectations, then the price cannot be really considered high. If the costs rise worldwide, then we will adjust our operations and rate strategy accordingly.

• How much is your occupancy?

- We are running a very healthy occupancy.

• What any visitor can do when he comes to Doha?

- In Doha, there are plenty of things that can be done. The country has many cultural elements that one can experience as an international traveler especially the dining scene. It includes cuisines from all over the world and the quality of food that one gets in Doha is extremely high. Moreover, there is the amazing desert safari and places like Al Wakrah which is a fantastic place for tourists to discover. There is also Souq Waqif, Museum of Islamic Art, and the Whale Sharks experience that's one of a kind. People are very hospitable in Qatar, this is one of the elements that really plays role for the tourism, keeping in mind that Qatar is one of the safest places in the world.

• How are Qatar Tourism Authority and Qatar Airways supporting the hospitality sector?

- We are working very closely with all the entities. We work with Qatar Airways, Qatar Tourism, Discover Qatar, etc... and we definitely see the support and collaboration. From my perspective, they are doing everything they can to support the hospitality and tourism sector. They are exposing the product to the international travelers and doing a lot of FAM Trips.

• What was the impact of FIFA World Cup on Qatar?

- It has had a great impact on the country and awareness, we see a lot of people having a better understanding about the country and its offerings. Moreover, there are myriad of events announced throughout the year and we even see the demand for 2024, so we are very optimistic and positive.



شيخة ناصر النويس

(نائب الرئيس في إدارة علاقات الملاك في شركة روتانا لإدارة الفنادق):

الاستدامة من القضايا الأساسية التي يجب التركيز عليها



تعد روتانا لإدارة الفنادق من الشركات الرائدة التي حددت أهدافها للرفع من معايير الصناعة الفندقية في المنطقة وذلك من خلال سعيها لتحقيق نمو وانتشار واسعين بغرض الاستفادة من الفرص الكبيرة المتاحة حالياً.

في إطار معرض سوق السفر العربي، أجرت «البيان الاقتصادية» حواراً مع شيخة ناصر النويس، نائبة الرئيس في إدارة علاقات الملاك في الشركة، حيث أعربت شيخة عن رأيها في أهمية المشاركة في هذا المعرض كونه من أكثر المعارض تأثيراً في عالمنا العربي. وفيما يتعلق بقضية التغير المناخي ومبدأ المحافظة على

البيئة في قطاع السياحة، ذكرت النويس أن روتانا تعتبر من أوائل الشركات التي أولت اهتماماً كبيراً بالمبادرات المتعلقة بالاستدامة والممارسات الصديقة للبيئة، ومن بين هذه المبادرات تبرز مبادرة «حفظ النعمة» التي أطلقها سمو الشيخ محمد بن زايد. إضافة إلى ذلك فقد أولت روتانا اهتماماً كبيراً على ترشيد استهلاك المياه والطاقة، واعتماد نظام الطاقة البديلة نظراً لأهميته وانعكاساته في الحفاظ على البيئة.

نحرص على ترشيد استهلاك الطاقة والمياه

■ سلط المعرض الضوء على دور القطاع السياحي في معالجة ظاهرة تغير المناخ ما هو تعليقكم؟

– لا شك أن روتانا تعتبر من أوائل الشركات الداعمة والمشاركة في مختلف المبادرات المتعلقة بالاستدامة والحفاظ على البيئة منها على سبيل المثال مبادرة حح حفظ النعمة التي أطلقها سمو الشيخ محمد بن زايد، حيث تعتبر من المشاركين الرئيسيين في هذه المبادرة، وذلك من خلال تقديمنا كافة المعلومات والخبرات المتعلقة بكيفية التخلص من النفايات والمخلفات بطريقة صديقة للبيئة إضافة إلى حرصنا على إجراء تعديلات على موضوع استهلاك المياه والطاقة من خلال اعتماد نظام ترشيد الاستهلاك والاستعانة بالطاقة البديلة، وذلك من خلال فريق عمل متخصص للإشراف على عملية التطبيق في جميع المنشآت والفنادق التابعة لعلامة روتانا. وبالتالي فقد أضحت الاستدامة من القضايا الأساسية التي يجب التركيز عليها في مختلف الأنشطة والقطاعات الاقتصادية ومنها قطاع الضيافة الذي يستهلك بصورة كبيرة العديد من الموارد الطبيعية وهنا يكمن دوره الفاعل في ترشيد الاستهلاك والحفاظ على البيئة والمساهمة في معالجة ظاهرة تغير المناخ التي تحمل تداعيات سلبية على السكان في حال عدم معالجتها.

تمتلك المجموعة تحت مظلتها العديد من العلامات التجارية

■ هل لديكم النية لإطلاق علامة فندقية جديدة؟

– في الوقت الحالي ليست لدينا خطة في هذا الصدد، حيث تمتلك المجموعة تحت مظلتها العديد من العلامات التجارية منها روتانا الفنادق والمنتجعات، فنادق سنتر من روتانا، فنادق ومنتجعات ريجان من روتانا، أرجان للشقق الفندقية من روتانا، إيدج من روتانا، وريزيدنس من روتانا. ولكن خلال مشاركتنا ضمن فعاليات هذا المعرض وقعت المجموعة اتفاقية للتوسع نحو أسواق أوروبية وتحديداً في لندن حيث نفتتح فندقين تحت علامة «سنتر من روتانا» تماشياً مع الخطة التوسعية للمجموعة.

النجاح.. التواضع والمثابرة

■ كيف تصفين تجربتك كامرأة في عالم الضيافة؟

– تمكنت من النجاح في هذا القطاع بفضل إيماني بالعاملين معي وحبتي الكبير للناس والمجتمع من حولي. كما أن أهم صفة أعطاني إياها الوالد هي التواضع والمثابرة في العمل ■

مكرم الزير

(نائب رئيس التطوير في مجموعة روتانا ROTANA):

تعتبر ROTANA من كبرى الشركات في المنطقة

في قطاع الضيافة وتمتلك خبرة طويلة في مجالها



أورد السيد مكرم الزير، نائب رئيس التطوير في مجموعة روتانا ROTANA في مقابلة لمجلة «البيان الاقتصادية» أهمية المشاركة في الفعاليات والمعارض السياحية سواء كان ذلك محلياً أو عالمياً، وخاصة معرض سوق السفر العربي الذي يُثبت وجودها كلاعب أساسي وفاعل في المنطقة، كما تعمل

المجموعة على توقيع اتفاقيات جديدة لافتتاح فنادق في مناطق مختلفة وذلك ضمن خطتها التوسعية نحو أسواق استراتيجية مثل الشرق الأوسط والقارة الأفريقية علماً أن المجموعة قد أطلقت علامة إيدج من روتانا العام الفائت وافتتحت ٥ فنادق، إضافة إلى ذلك تطمح روتانا لافتتاح ستة فنادق جديدة في المملكة العربية السعودية نتيجة للنجاح الباهر الذي حققته، ويعزو السيد الزير السر وراء ذلك إلى تخصيص الوقت اللازم لكل منشأة وإدارتها بالطريقة السليمة لتحقيق عوائد استثمارية وضمن استدامة نشاطها، فضلاً عن توقيع اتفاقية لافتتاح فندقين في المملكة المتحدة.

■ ما مدى أهمية مشاركتكم المستمرة في الفعاليات والمعارض السياحية محلياً وعالمياً؟

– باعتبارنا من كبرى الشركات العاملة في قطاع الضيافة وامتلاكنا خبرة طويلة في هذا المجال نحرص على المشاركة في الفعاليات على مستوى المنطقة إلى جانب المشاركين الآخرين من علامات فندقية وشركات طيران والعديد من العاملين في القطاع السياحي وأصحاب المصلحة حيث تساهم هذه المشاركة في إثبات وجودنا كلاعب ومشغل رئيسي في المنطقة.

■ ما هي أهم مميزات علامة روتانا التي تمكنت من طبع بصمتها في ظل المنافسة التي يشهدها قطاع الضيافة؟

– نجحت المجموعة في تعزيز وجودها على المستويين الإقليمي والعالمي وأصبحت حالياً تدير ١٠٠ فندقاً. يعود الفضل في ذلك إلى الركيزة الأساس لتحقيقنا هذا النجاح في ظل المنافسة القوية وانتشار عدد كبير من العلامات الفندقية وهي تخصيص الوقت الكافي لكل منشأة وإدارتها بالطريقة الصحيحة لتحقيق عوائد استثمارية وضمن استمرارية نشاطنا.

■ هل لديكم خطط توسعية نحو القارة الأوروبية؟

– بدأت المجموعة منذ خمس سنوات باعتماد نموذج مختلف في خطتها التوسعية، حيث أضحي مفهوم FRANCHISE أو حق الامتياز أفضل الطرق للتوسع نحو الأسواق الأوروبية.

وخلال مشاركتنا في المعرض وقعت شركة روتانا لإدارة الفنادق اتفاقية لافتتاح فندقين في المملكة المتحدة «سنتر نيومالدين» و«سنتر كينغستون» في عامي ٢٠٢٣ و٢٠٢٤، كما نطمح لدخول وجهات ومدن رئيسية في أوروبا وأسواق أخرى في المستقبل القريب. ■



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

Rene Egle

(Area General Manager - Shangri - La Barr Al Jissah Resort & Spa, Muscat)

We will continue to differentiate ourselves through experiences and sustainability

Rene Egle, Area General Manager at Shangri-La Barr Al Jissah Resort & Spa, Muscat, has a demonstrated history of running successful International high end hotel operations. He is an excellent communicator who enjoys being part of a successful team, with strong commercial skills that balance the drive for revenue maximization and expense management whilst at the same time creating unique and innovative guest experiences. Mr. Egle is passionate about digital marketing trends with a proven track record of creating innovative content driven online campaigns. In a Q & A with Al Bayan Magazine, Mr. Egle talked about the importance behind their participation at the Arabian Travel Market, evaluating the hospitality sector in Muscat during 2023, expressing his point of view regarding Sustainable Tourism, and shedding light on the main features and characteristics of their property. Below is an account of the interview.



• What is the importance behind your participation at the Arabian Travel Market?

- The ATM this year focuses on working towards net zero, and this initiative is basically the objective of every hotel. Travel partners and tour operators are also concerned about getting details regarding what all hotels are doing in terms of sustainability. As Shangri-La Hotels & Resorts, we will continue focusing on our carbon footprint which we are in the process of reducing as well as the sustainability efforts that we are doing at the moment.

• How do you evaluate the hospitality sector in Muscat for 2023?

- Muscat has been expanding quite a bit since 2019 and by the end of this year, we will be having two new hotels in it. The demand for Oman is definitely on the rise especially from Saudi Arabia and Russia. There is also some great interest from India which is good for us because it is a market which we had been focusing on. Thus, the outlook for Oman looks very positive.

• Lately, we are talking about the "Future of Sustainable Tourism". What are you doing in this regard?

- Sustainable Tourism is something that has become more and more important and it is here to stay. I have recently interacted with media representatives from Dubai and Doha, and what I found interesting is that these journalists live and breathe sustainability. They choose hotels based on the efforts done in terms of sustainability, and this is something of big focus and importance for all hotels and for us as Shangri-La.

• What are your expectations for 2023?

- Our expectations for 2023 are very simple, we expect a full recovery; meaning to go back to where we were in 2019 when it comes to tourism arrivals and occupancy rates. We will continue to differentiate ourselves through experiences, activities and sustainability.

• What are the main characteristics and features of your property?

- Overlooking 500-metres of stunning coastline, Shangri-La Barr Al Jissah Resort & Spa is spread across 2 distinct wings that are connected in their Arabian spirit of hospitality: Al Waha, "The Oasis" and Al Bandar, "The Town". While Al Waha is ideal for families, Al Bandar is the heart of the resort, catering to business and leisure travelers alike. A wide array of amenities makes for an unforgettable stay, from thrilling watersports to a lazy river and kids club, a secluded spa and diverse dining options. 460 rooms and suites in 2 distinct wings, 15 restaurants & bars, 6 swimming pools, a variety of watersports and a lazy river attraction makes for an unforgettable stay. Moreover, by the end of May, we will be completely single-use plastic free and there will be no more plastic in the hotel. We have replaced water bottles with dispensers and glass bottles. Also, we are focusing very much on turtles, we have turtles spreading on the beach and we have a turtle ranger who is actively involved in protecting the eggs. Moreover, we have a helicopter landing pad in the resort. Every two weeks, we have a helicopter base in the hotel for one entire day where guests can book a sight-seeing flight. In addition, we have a museum of cars including 40 different classic cars which guests can rent, and we have a frankincense plantation.

الياس البحري (مدير إدارة المبيعات والتسويق - شانغريلا جدة):

شانغريلا جدة - مزيج بين الضيافة الآسيوية والثقافة العربية



يتميز شانغريلا جدة بموقع ممتاز وجاذب للزائرين. وبمناسبة المشاركة ضمن فعاليات معرض سوق السفر العربي ٢٠٢٣ في الجناح السعودي، حاورنا الياس البحري، مدير إدارة المبيعات والتسويق في الفندق، فأشار إلى أن جناح المملكة العربية السعودية أقيم لتسليط الضوء على التجارب والفرص الاستثمارية في المملكة وذلك لخدمة أهداف «رؤية المملكة ٢٠٣٠».

وبالحديث عن الفندق، أعرب البحري أنه تم افتتاح الفندق تزامناً مع الاحتفالية الأولى بذكرى يوم التأسيس في ٢٢ من فبراير ٢٠٢٢. يشهد الفندق ومرفقه إقبالاً غير مسبوق حيث أصبح مقصداً للسياح من مختلف الأذواق كما أعرب البحري أن شانغريلا يجمع بين الضيافة الآسيوية النابعة من القلب والثقافة العربية المحلية للمملكة.

والثقافة المحلية للمملكة. وأكثر ما يميز الفندق أن حوالي ٥٠٪ من الموظفين هم سعوديين حيث نعمل على تدريبهم وصقل مهاراتهم للتألق في عالم الضيافة تماشياً مع أهداف الدولة لتطوير هذا القطاع وإحداث نقلة نوعية غير مسبوقة.

■ كيف تصفون معدلات الإشغال المحققة منذ افتتاح الفندق؟

منذ الافتتاح، سجل الفندق معدلات إشغال استثنائية. نحن متفائلون بالرحلة المقبلة مع تسجيل معدلات إشغال جيدة في ظل الخطوات والمبادرات التي تقوم بها المملكة في قطاع السياحة، حيث أضحت المملكة وجهة مثالية لكبار المستثمرين في هذا القطاع وحققت نجاحاً لا مثيل له في استضافة الفعاليات والمهرجانات العالمية الكبرى، وهذا مما لا شك فيه، سيزيد من أعداد السياح من مختلف الجنسيات. ■

■ ما مدى أهمية مشاركتكم ضمن فعاليات معرض سوق السفر العربي ٢٠٢٣ ضمن الجناح السعودي؟

تأتي مشاركتنا هذا العام تحت مظلة الهيئة السعودية للسياحة لتسليط الضوء على الوجهات والتجارب والمنتجات والفرص الاستثمارية للمملكة وتعزيز مكانتها على خارطة السياحة العالمية تماشياً مع أهداف «رؤية ٢٠٣٠».

يعدّ شانغريلا جدة أول فندق من علامة شانغريلا في المملكة العربية السعودية والتي تشهد إقبالاً سياحياً غير مسبوق بعد أن أصبحت من الوجهات المميزة ومقصداً سياحياً مختلف الأنواع.

■ ما الذي يميز فندق شانغريلا عن مثيلاته؟

يتميز الفندق بموقعه الاستراتيجي وخدماته الراقية كما يضيف لسوق المملكة طابعاً جديداً من الفخامة العصرية ويجمع بين الضيافة الآسيوية



شانغريلا الحصن، مسقط
SHANGRI-LA
AL HUSN
MUSCAT

A PRIVATE CLIFFTOP CASTLE

The resort's dramatic Omani architecture and spectacular natural setting provide the perfect backdrops for relaxation and adventure. From lounging on the secluded private beach to discovering the rich traditions of Oman, this is a place with a wealth of luxurious and immersive experiences available to guests aged 16 and over.



Shangri-La Al Husn, Muscat | P.O Box 644, Muscat | Postal Code 100 | Sultanate of Oman
T : (968) 2477 6666 | www.shangri-la.com/alhusn | E: reservations.slmh@shangri-la.com

سينتيا فلوطي (مديرة التسويق والمبيعات في فندق فينيسيا - بيروت):

القطاع السياحي الركيزة الأساس لصمود لبنان
ووجهه الحضاري

يُعد فندق فينيسيا من أفضل فنادق بيروت من فئة خمس نجوم حيث الإقامة المفضلة لدى الزوار والإطلالة المميزة على مرسى بيروت، كما أنه كان محط أنظار الشرق والغرب وما زال فقد استضاف أسماء لامعة في عالم السياسة والفن والإعلام وشهد مؤتمرات وقممًا عربية وعالمية. أوضحت سينتيا فلوطي مديرة التسويق والمبيعات في الفندق خلال مقابلة مع «البيان الاقتصادية» حرص وكالات السفر والفنادق على المشاركة في معرض سوق السفر في دبي بمبادرة فردية نظراً لعدم قدرة الجهات المعنية اللبنانية على تأمين الكلفة المالية للمشاركة وعدم بذل الحكومة أي جهد لدعم القطاع السياحي رغم أن السياحة تُدخل إيرادات ضخمة إلى خزينة الدولة. وعن العروض والخدمات المقدمة خلال هذا الصيف، سيقدم فندق فينيسيا أرقى الخدمات بما يتلاءم مع احتياجات الزوار. وأخيراً لفتت السيدة فلوطي إلى أن القطاع السياحي يبقى الركيزة الأساسية للاقتصاد الوطني وصمود الدولة في وجه الأزمات داعية السلطة إلى تسليط الضوء على هذا القطاع وتقديم الدعم له لأنه يشكل الوجه الحضاري للبنان.



■ كيف تقوّمين فعاليات معرض سوق السفر العربي ٢٠٢٣؟

– يُعد هذا المعرض حدثاً دولياً بارزاً في مجال السفر والسياحة، ويتيح إمكانات اقتصادية وفرصاً واعدة للعاملين في قطاع السياحة في الشرق الأوسط. وخلال مشاركتنا لمسنا إقبالاً كبيراً على مدينة بيروت، حيث يمكننا وصف هذه التجربة بالنجاحة جداً وتحديدًا في ظل المؤشرات الإيجابية لعودة السياح الخليجيين وعلى رأسهم الجنسية السعودية. وبالتالي، من الواضح أن المواطن السعودي ينتظر الضوء الأخضر من السلطات السعودية للعودة إلى لبنان والاستمتاع بعطلته. ومن المتوقع أن تستقبل بيروت أعداداً كبيرة من السعوديين هذا الصيف. بالإضافة إلى ذلك، استعادت بيروت موقعها الريادي في سياحة الأعمال والمؤتمرات في ظل الإقبال الكبير على هذا النوع من السياحة. ■ ما هي أكثر الجنسيات التي دخلت لبنان مؤخراً؟

– تتصدر الجنسية العراقية أعداد الوافدين إلى لبنان. أما بالنسبة لفندق فينيسيا لا تزال الجنسيات الكويتية والقطرية في صدارة نزلاء الفندق وتليهما الجنسيات الأوروبية ودول أميركا اللاتينية كالبرازيل والمكسيك، بالإضافة إلى اللبنانيين المغتربين الذين يتوافدون بأعداد كبيرة جداً. كما نلاحظ أيضاً إقبالاً كبيراً من الأردنيين.

تسليط الضوء على القطاع السياحي وتقديم الدعم

■ ما هي مطالبكم من الوزارات والجهات المعنية التي تعد شبه غائبة عن القيام بدورها؟

– في الحقيقة حضور الوفد اللبناني والفنادق المشاركة عبارة عن جهود فردية، حيث بذلنا جهداً كبيراً للمشاركة في هذا المعرض والتسويق للخدمات والمقومات السياحية للبنان. ونظراً لانعدام القدرات والإمكانات المالية للدولة والجهات المعنية اتخذنا المبادرة كفنادق ووكالات سياحية للمشاركة معاً ضمن جناح لبنان وعلى نفقتنا الخاصة.

ومن جهة أخرى، لمسنا حرص الفنادق ووكالات السفر على الوجود في هذا الحدث

الضخم نظراً للإقبال الكبير على لبنان خلال موسم الصيف. مع العلم أن السياحة تدخل إيرادات ضخمة لخزينة الدولة إلا أنها بالمقابل لا تبذل أي جهود لدعم هذا القطاع.

سيندل ما بوسعنا للارتقاء بخدماتنا بما يتلاءم مع احتياجات الزوار

■ هل ستقدمون عروضاً أو خدمات معينة خلال موسم الصيف؟

– نحاول الاستفادة من الإقبال الكبير خلال موسم الصيف باعتباره فصل الذروة، وبالتالي ليست لدينا أي عروض خلال هذه الفترة. في حين أن القطاع الفندقية يعوّل على فصل الصيف حيث تشير الأرقام أنها ستكون نسبة واعدة للقطاع السياحي لذلك نبذل كل ما بوسعنا للارتقاء بخدماتنا بما يتلاءم مع احتياجات الزوار.

نحرص على توظيف أصحاب الاختصاص والخبرات

■ هل تواجهون أي عراقيل فيما يتعلق بالكوادر البشرية المتخصصة؟

– في الواقع بات من الصعب إيجاد كوادر بشرية متخصصة في قطاع الضيافة نتيجة هجرة العدد الأكبر منهم بسبب الأزمة الاقتصادية والظروف المعيشية الصعبة. كما أن هذه المعضلة تنسحب على مجمل القطاع السياحي ووكالات السفر أيضاً حيث يواجهون صعوبة في إيجاد الكفاءات وأصحاب المهارات. ونحن بصفتنا علامة تجارية بارزة نحرص على توظيف أصحاب الاختصاص والخبرات بما يتوافق مع تطلعات العملاء والحفاظ على مستويات معينة من الخدمة وفق المعايير العالمية.

تسليط الضوء... وتقديم الدعم

■ كلمة أخيرة؟

– يعد القطاع السياحي الركيزة الأساس لصمود لبنان في ظل المشاكل التي يغرق بها منذ بداية الأزمة. لذلك كل ما نطلبه من المعنيين تسليط الضوء على هذا القطاع وتقديم الدعم رغم الإمكانات المحدودة للدولة. بحيث أنه لا يمكننا الأخذ على عاتقنا التسويق للبنان على نطاق كبير ولعب الدور الذي يعد من مسؤولية الدولة وتقع هذه المهمة على عاتقها. ■





LET US PLAN YOUR NEXT EVENT!

HERBIE THE VAN

WHAT WE DO?

- WEDDINGS
- BIRTHDAYS
- FESTIVALS
- CAMPING
- FOOD CORNER

AND MORE!

MORE INFO!

+ 03 604 315



Herbie the Bartender



فارس يقطين

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



نثني على جهود القيمين في وزارة السياحة لتسويق مملكة البحرين كوجهة سياحية مفضلة

نوه مدير عام فندق الخليج البحرين ونائب الرئيس لمنطقة الشرق الأوسط وأفريقيا في GULF HOTELS GROUP السيد فارس يقطين بالحضور المميز لوزارة البحرين في مختلف المعارض والمؤتمرات على الصعيدين الإقليمي والعالمي، مؤكداً تعاونهم الوثيق معها والمشاركة جنباً إلى جنب في الفعاليات لتسويق البحرين كوجهة سياحية مفضلة في المنطقة.

وعلى مستوى الفنادق التي تتولى المجموعة إدارتها وتشغيلها لفت السيد يقطين أن الاستدامة تمثل جزءاً أساسياً من استراتيجية المجموعة من خلال تبنيها العديد من الإجراءات التي ستعمل على تطويرها وإدخال إضافات عليها على مدار العام.

وفي ما يخص تواجدهم في السوق الإماراتي، أشاد بالدور الريادي للدولة في تنظيم الفعاليات السياحية مشيراً أنها باتت من أهم الوجهات السياحية العالمية التي تضاهي أهم العواصم العالمية، مضيفاً أن المملكة العربية السعودية ستأتي على رأس القائمة في خطة مجموعتهم التوسعية محاولين الاستفادة من الفرص المتاحة بالتعاون مع مجموعة من الشركاء السعوديين.

تمثل الاستدامة جزءاً أساسياً من استراتيجية المجموعة

والترشيد في استهلاك الطاقة، وكل ذلك وفق خطة مدروسة نحدد من خلالها التقدم الذي تم تحقيقه على صعيد تطبيق معايير الاستدامة.

ويضاف إلى ذلك، يتم العمل أيضاً على مجموعة من الحلول في مجال تقليص مخلفات الطعام مما يساهم في الحفاظ على البيئة والتخفيف من حدة التلوث وذلك بالتعاون مع شركة عالمية متخصصة في هذا المجال تعتمد بشكل كبير على الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيات المتقدمة بهدف تحديد أماكن الهدر والقضاء عليها خلال تحضير الأطعمة. كما أنه خلال شهر رمضان الفضيل، جمعنا تعاون وثيق مع بنوك الطعام بهدف إرسال ما تبقى من أطباق إلى عوائل وجهات محتاجة مما يشكل جزءاً مهماً من المبادرات المتعلقة بالاستدامة، كما أن ضمن خطتنا المستقبلية المزيد من المشاريع الهادفة المرتبطة بالطاقة الخضراء وترشيد استهلاك المياه عن طريق إعادة تكريرها واستخدامها في ري المزروعات.

وجودنا من الأمور الأساسية

■ كيف تقومون تواجدهم في السوق الإماراتي وهل من نية للتوسع في المملكة العربية السعودية؟

– التواجد في دولة الإمارات من الأمور الأساسية كونها سباقة في تنظيم الفعاليات وتحديد السياح منها، حيث باتت من أهم الوجهات السياحية العالمية التي تضاهي أهم العواصم العالمية. ومن ضمن خطتنا التوسعية تأتي المملكة العربية السعودية في رأس القائمة حيث نحاول الاستفادة من الفرص المتاحة بالتعاون مع مجموعة من الشركاء السعوديين. ■



فارس يقطين محاطاً بفريق عمل مجموعة فنادق الخليج – البحرين

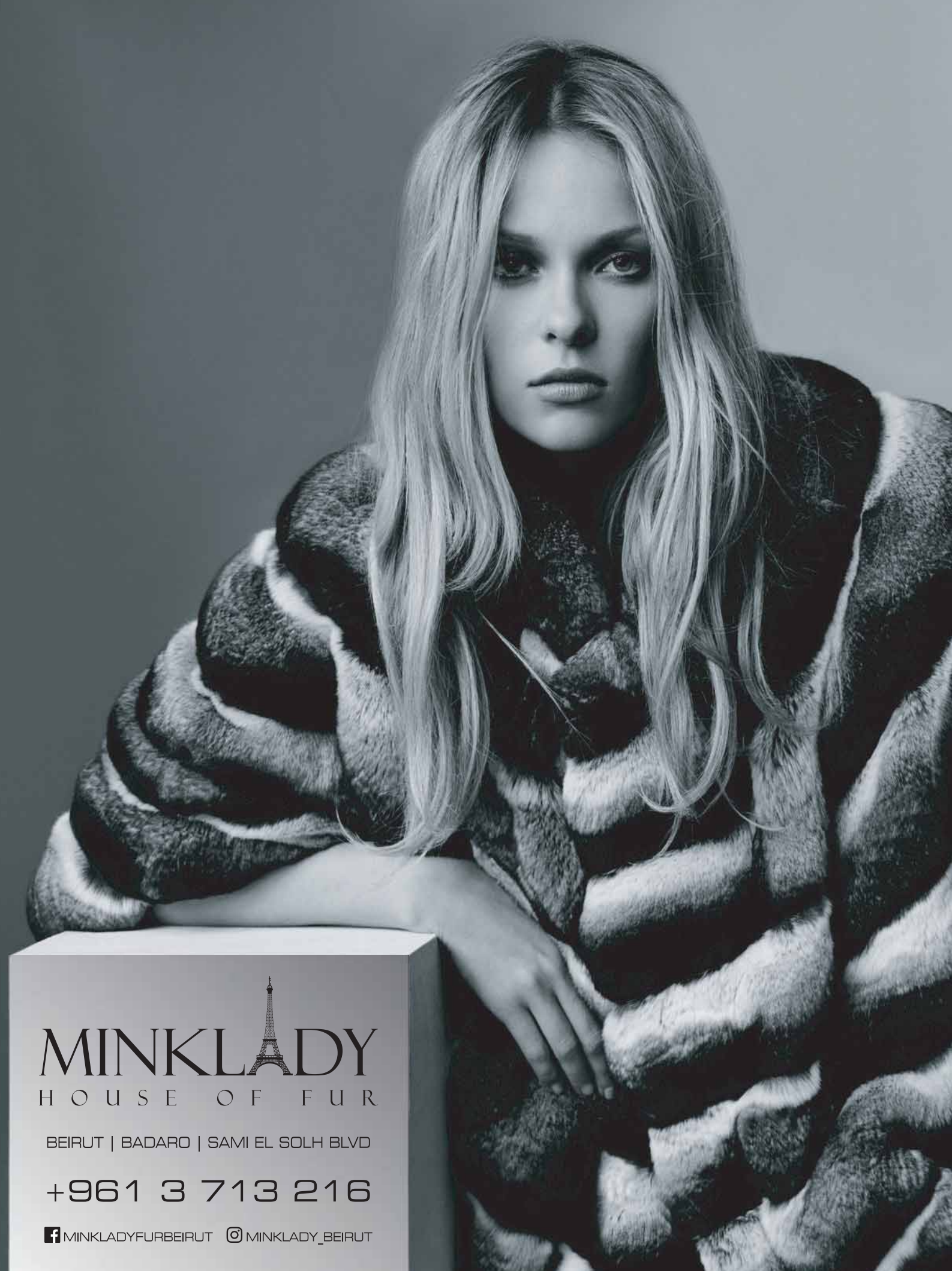
■ من الملاحظ أن مملكة البحرين تولي أهمية كبرى للتواجد الدائم في الفعاليات الإقليمية والعالمية، ما الدور الذي تلعبه وزارة السياحة لدعم قطاع الضيافة؟

– لدى وزارة السياحة البحرينية حضور مميز في مختلف المعارض والمؤتمرات على الصعيدين الإقليمي والعالمي، ونحن على تعاون وثيق مع الوزارة ونشارك جنباً إلى جنب في الفعاليات المتخصصة في الجانب السياحي كما نثني على جهود القيمين والعاملين في وزارة السياحة لتسويق البحرين كوجهة سياحية مفضلة في المنطقة. كما تحمل مشاركتنا في هذا المعرض إلى جانب العديد من الفنادق الأخرى أهمية كبرى وذلك بهدف دعم النشاط السياحي في مملكة البحرين وتعزيز وجودنا للتسويق للبلد كأجمل وجهات الخليج.

تطبيق معايير الاستدامة

■ كيف تتابعون مسار تطبيق معايير الاستدامة في الفنادق التي تمتلكونها وتلك التي تقومون بتشغيلها؟

– على مستوى الفنادق التي نقوم بتشغيلها، تمثل الاستدامة جزءاً أساسياً من استراتيجية المجموعة حيث تم طرح العديد من الإجراءات التي سنعمل على تطويرها وإدخال إضافات عليها على مدار العام الحالي. منها على سبيل المثال التوقف عن استخدام المنتجات البلاستيكية في مختلف أقسام الفنادق والغرف واستبدالها بالزجاج الذي يمكن إعادة تدويره، بالإضافة إلى العمل على تقليص انبعاثات ثاني أكسيد الكربون



MINKLADY
HOUSE OF FUR

BEIRUT | BADARO | SAMI EL SOLH BLVD

+961 3 713 216

 MINKLADYFURBEIRUT  MINKLADY_BEIRUT

عبدالله الزهراني (RED SEA GLOBAL):

مشروع البحر الأحمر وجهة سياحية عالمية تضم طبيعة خلابة ومجموعة من الجزر البكر



تُعد البحر الأحمر الدولية RED SEA GLOBAL واحدة من أكثر شركات التطوير العقاري طموحاً في العالم، فهي تتبنى نموذج أعمال جديداً للتنمية المستدامة يضع الإنسان والطبيعة في المقام الأول وفقاً لأرقى معايير حماية البيئة والتجديد، فضلاً عن الابتكار التكنولوجي والبنية التحتية الرقمية بهدف إحداث تغيير إيجابي في المجتمعات وبيئات العمل وقطاع الضيافة والفندقة.

اعتبر السيد عبدالله الزهراني المدير الأول لإدارة التسويق والهوية في الشركة أن النسخة الأولى من معرض السياحة السعودي جاءت لإظهار أوجه السياحة في المملكة فسيتم خلال هذا العام افتتاح وجهات جديدة عدة أمام الزوار وبخاصة البحر الأحمر، حيث ستشهد انطلاقاً منتجات عدة بالإضافة إلى المطار الذي سيُخصص لاستقبال الزوار فقط، ومشاريع أخرى متنوعة حيث ستصل القدرة الاستيعابية إلى ثلاثة آلاف غرفة فندقية. ثم أضاف الزهراني أن المملكة ستقدم تجربة سياحية فريدة من نوعها وفي ما يختص بمشروع البحر الأحمر فجاءت عملية بنائه استكمالاً لوجود الموارد الطبيعية اللافتة والثقافات والتقاليد المميزة في المملكة. ومن ناحية أخرى، توقع الزهراني استقطاب ٣٠٠ ألف زائر سنوياً وسيصل العدد إلى المليون زائر بحلول العام ٢٠٣٠.



■ كيف تقوّمون النسخة الأولى من معرض السياحة السعودي؟

– في البداية أود أن أتوجه بالتهنئة إلى كل من وزارة السياحة والهيئة العامة للسياحة على تنظيم هذا المعرض الذي يعد خطوة مهمة لإبراز أوجه السياحة في المملكة كما أثبتت كل من وزارة السياحة في المملكة.

كما أثبتت كل من وزارة السياحة والهيئة العامة حضور المملكة في جميع المعارض والملقيات الدولية، وأجد أنه حان الوقت ليكون لدينا معرض سعودي متخصص في القطاع السياحي. في حين أن عام ٢٠٢٣ سيكون مختلفاً بالنسبة للسياحة المحلية، حيث سيتم افتتاح العديد من الوجهات الجديدة أمام الزوار وعلى رأسها البحر الأحمر التي ستشهد هذا العام افتتاحاً لثلاثة منتجعات SIX SENSES، RITZ-CARLTON RESERVE و ST REGIS، بالإضافة إلى المطار الذي سيكون مخصصاً فقط لزوار الوجهة. وفي نهاية العام المقبل سنستكمل عملية الافتتاح الكامل للمرحلة الأولى والتي ستشتمل على ١٦ منتجعاً تتوزع بين منتجعات جبلية وصحرائية وأخرى على الجزر. حيث ستصل القدرة الاستيعابية للزوار إلى ثلاثة آلاف غرفة فندقية مدعومة بخبرات من شركات تم تأسيسها بغرض تقديم خبرات في مجال الأنشطة البحرية والأنشطة الترفيهية الأخرى.

تجربة فريدة من نوعها ومزيجاً من سياحة الاستجمام والترفيه

■ في رأيكم ما هي المقومات السياحية التي تتمتع بها المملكة لجذب الزوار؟

– ستقدم المملكة العربية السعودية للزوار تجربة فريدة من نوعها ومزيجاً من سياحة الاستجمام والترفيه واكتشاف ثقافات جديدة. أما على صعيد مشروع البحر الأحمر تُعد وجهة سياحية عالمية تضم طبيعة خلابة ومجموعة من الجزر البكر، إلى جانب الوجهات الجبلية والصحرائية. كما أن عملية بناء هذا المشروع أتت بطريقة متكاملة مع الطبيعة والتقاليد والثقافات التي تتميز بها المملكة العربية السعودية. وانطلاقاً من توفير تجربة بحرية لا مثيل لها لزوار البحر الأحمر أسسنا شركات هدفها توفير تجارب غير مسبقة تحاكي توقعات السياح.

نستهدف خلال ٢٠٣٠ جذب مليون زائر

■ كم سيبلغ عدد زوار البحر الأحمر بحسب توقعاتكم؟

– من المتوقع استقطاب ٣٠٠ ألف زائر للوجهة سنوياً كما نستهدف خلال ٢٠٣٠ جذب مليون زائر كحد أقصى وذلك حفاظاً على الطبيعة والمواقع الموجودة داخل المشروع. ■

د. عادل عزت (الرئيس التنفيذي لشركة إيلاف ELAF):

تكامل وتنوع بين الوجهات السياحية الجديدة في المملكة



من اليسار: د. عادل عزت وأحمد العزوني

تستثمر شركة إيلاف ELAF في قطاع الضيافة والسياحة حيث تتميز بمسيرة رائدة تتجاوز الأربعين عاماً وهي معروفة على مستوى المملكة بفنادقها الحائزة على جوائز عدة فضلاً عن تقديمها خدمات السفر والسياحة للأفراد والشركات. وفي حديث خاص مع د. عادل عزت الرئيس التنفيذي للشركة، أشار على أهمية «رؤية المملكة ٢٠٣٠» في دعم القطاع وإظهار وجه المملكة السياحي للعالم، والتحضير لمرحلة مشرقة تعتمد على المرافق الحيوية ذات البنية التحتية المميزة. من جهة أخرى، لفت د. عزت إلى خطة المجموعة في زيادة عدد فنادقها إلى ٢٥ فندقاً خلال السنوات الثلاث القادمة تنتشر في الرياض وجدة والدمام ضمن علاماتها التجارية: إيلاف للفنادق وغاليريا وجوديان.

استراتيجية سياحية متكاملة

■ تماشياً مع «رؤية المملكة ٢٠٣٠» تعمل الحكومة على تسويق وجهات سياحية جديدة وجذب المزيد من السياح. هل يشمل هذا الدعم قطاع الضيافة والفندقة؟

– ينبثق عن «رؤية المملكة ٢٠٣٠» استراتيجية سياحية متكاملة تركز على تعزيز دور المملكة ووضعها في المكان الأمثل كوجهة سياحية رائدة وجديدة.

في حين أن المشروعات الضخمة القائمة من شأنها تسليط الضوء على وجهات وأماكن سياحية جديدة وفريدة من نوعها كالبحر الأحمر، نيوم والقرية والدريّة والكثير غيرها. كما بات هناك تكامل وتنوع بين الوجهات السياحية الجديدة وما تقدمه من خدمات مميزة للوافدين، إلى جانب وجود تطور غير مسبوق في المرافق العامة والطرق والبنية التحتية لاستيعاب المرحلة الجديدة والمستقبل المشرق الذي ستشهده المملكة خلال المرحلة المقبلة.

تسعة فنادق تتركز في الأماكن المقدسة

■ كم بلغ عدد الفنادق العاملة تحت مظلة مجموعة إيلاف؟

– تضم المجموعة حالياً تسعة فنادق والتي تتركز في معظمها في الأماكن المقدسة، إلى جانب الرياض وجدة. كما وضعت المجموعة خطة لزيادة عدد فنادقها إلى ٢٥ فندقاً خلال السنوات الثلاث القادمة عن طريق تعزيز وجودها في الأماكن الدينية وزيادة عدد الفنادق في الرياض، جدة والدمام. بالإضافة إلى دراسة إمكانية التوسع نحو العلا والبحر الأحمر، وستتوزع تحت علامات تجارية مختلفة منها إيلاف للفنادق وعلامتا غاليريا "GALLERIA" وجوديان "JUDYAN". ■



Cristal Amaken Hotel, Riyadh

Book your next stay in
Riyadh, Erbil, and Abu Dhabi
directly through
cristalhospitality.com



هشام بن عمر

(ST. REGIS MARSA ARABIA ISLAND - THE PEARL QATAR THE RESIDENCES)



دولة قطر الوجهة الأسرع نمواً في المنطقة

يعتبر منتجع سانت ريجيس جزيرة مرسى عربية اللؤلؤة إضافة جديدة لمجموعة فنادق ومنتجعات سانت ريجيس العالمية، وهو وجهة مثالية للمسافرين والضيوف الباحثين عن التميز والفخامة ويمتاز بتصميمه الداخلية المستوحاة من أسلوب العمارة الأندلسية بقصر الحمراء بغرناطة، كما أنه يلتزم بتقديم تجارب ضيافة رائعة.

في حوار خاص لمجلة «البيان الاقتصادية» مع السيد هشام بن عمر المدير العام للمنتجع أفاد بأن دولة قطر تمكنت من ترسيخ مكانتها كوجهة سياحية مميزة وأحدثت نقلة نوعية على عدة مستويات. ولابد من الإشارة إلى ما حققته استضافة بطولة كأس العالم ٢٠٢٢ من قيمة استراتيجية وتأثير ذلك على القطاع السياحي لناحية استقطاب السياح من العالم اجمع. كما أوضح أن منتجع سانت ريجيس جزيرة مرسى عربية اللؤلؤة يضم ١٩٣ جناحاً مخصصة للإقامة القصيرة وطويلة الأمد بالإضافة إلى المسبح الخارجي والنادي الرياضي والمطاعم إلى جانب إمكانية استخدام الشاطئ والاستفادة من تجربة الإبحار المميزة. وفي سياق مختلف، أكد السيد بن عمر حرص الفندق على تطبيق معايير الاستدامة وترشيد استهلاك الطاقة والمياه، كما أنه في طور الامتثال لمعايير "GREEN KEY CERTIFICATION".

■ ■ ■ مقبلون على مرحلة إيجابية جداً وتحقيق معدلات إشغال مرتفعة مع نهاية العام الحالي ■ ■ ■

الخصوصية للقطاع السياحي الذي بات أكثر استقطاباً للعائلات والأفراد الباحثين عن تجربة أصيلة وفريدة من نوعها.

وعلى الرغم من التطورات السياحية المتسارعة والطفرة الهائلة في مشهد الترفيه والضيافة حرص المعنيون على الدمج ما بين السياحة العصرية والحفاظ على التقاليد والأصالة للهوية القطرية. وإلى جانب ذلك تميزت الدولة باستقطاب سياحة الأعمال والشركات نظراً للخيارات المتعددة المتاحة أمام الوافدين الأمر الذي ساهم إلى حد كبير في استضافة أهم الفعاليات والمؤتمرات المتخصصة، وأصبحت قطر خياراً مثالياً للسياح من جميع الفئات وبانت مهياً تماماً لتحقيق هدفها المتمثل في استقبال المزيد من الزوار سنوياً ما يجعلها الوجهة الأسرع نمواً في المنطقة.



■ ما هي أبرز المقومات السياحية لدولة قطر؟
- تقدم قطر لزوارها تجربة سفر آمنة، الأمر الذي ساهم في ترسيخ مكانتها كوجهة سياحية بارزة. كما نجحت البلاد في إحداث نقلة نوعية ونهضة عمرانية ضخمة عبر تأسيس بنية تحتية متينة بالإضافة إلى المطارات والموانئ والخدمات المتنوعة وصولاً إلى استهداف قطاعات أساسية كالتعليم والصحة عبر ضخ استثمارات كبيرة في هذا الجانب.

ومما لا شك فيه، مثلت استضافة بطولة كأس العالم FIFA قطر ٢٠٢٢ نقطة تحول جوهريّة للبلاد لما يحمل المونديال من قيمة استراتيجية ستظهر نتائجها أكثر على المدى الطويل، كما ستضفي المزيد من



إلى جانب إمكانية الاستفادة من الشاطئ في فندق سانت ريجيس الدوحة. وسنقدم حديثاً جولات في البحر للراغبين بخوض هذه التجربة المميزة.

نحرص على تطبيق معايير الاستدامة

■ كثر الحديث في الآونة الأخيرة عن «السياحة المستدامة»، ما الدور الذي تلعبونه لتعزيز دور قطاع الضيافة في المساهمة في تفعيل مبدأ الاستدامة؟
- يعتبر الفندق حديث العهد، ومنذ البداية كان هناك اهتمام وحرص كبيرين على تطبيق معايير الاستدامة في التصميم وصولاً إلى أصغر التفاصيل والخدمات المقدمة للعملاء كترشيد استهلاك المياه والطاقة والقيام بعمليات فرز وإعادة تدوير للبلاستيك والكرتون.

ونحن بدورنا كفندق وعلامة

ماريوت في سعي دائم لتبني المبادرات والبرامج الطموحة التي تساهم في تفعيل مبادئ الاستدامة ضمن القطاع السياحي والفندقي ولعب دور بارز في هذا الجانب، كما وصلنا إلى المراحل النهائية المطلوبة للامتثال لمعايير "GREEN KEY CERTIFICATION".

وبالتالي، من الواضح أن قطاع الضيافة اتخذ منحى مختلفاً في الحفاظ على البيئة والمساهمة

في تحقيق الاستدامة للأجيال القادمة وذلك من خلال إيجاد العديد من البدائل والسياسات الجديدة لتخفيض نسب التلوث وضمان بيئة مستدامة.

خطة عمل واضحة

■ ما هي الإجراءات المتخذة من جانبكم للحفاظ على معدلات إشغال مرتفعة؟
- نقوم بتطبيق خطة عمل واضحة تتركز على الحفلات والأعراس والاجتماعات المتنوعة. وفي ما يتعلق بمعدلات الإشغال يسجل الفندق ارتفاعات متتالية حيث ترتفع النسب ١٠٪ شهراً بعد آخر، ومن المتوقع أننا مقبلون على مرحلة إيجابية جداً وتحقيق معدلات إشغال مرتفعة مع نهاية العام الحالي لما توفره المنشأة من خدمات راقية وتجربة إقامة استثنائية على المستويات كافة. ■



تجربة فريدة من نوعها

■ ما هي أبرز مميزات الفندق وخصائصه؟

- يتميز الفندق بالتصميم المستوحى من «قصر الحمراء» في غرناطة إسبانيا، حيث تضم الجزيرة تسعة مباني، أربعة منها تمثل الفندق والخمسة الأخرى تمثل شققاً فندقية خاصة يمكن لأي شخص التملك والعيش فيها لمدى الحياة، بالإضافة إلى عشرة مطاعم لأهم وأشهر المطابخ العالمية إلى جانب "CLINIQUE LA PRAIRIE" الذي يوفر للضيوف تجربة فريدة من نوعها لتطوير الحياة.

وبالتالي، الموقع الاستراتيجي للفندق ضمن جزيرة اللؤلؤ يعزز من قدرته على المنافسة في السوق

ويقدم تجربة مميزة في قلب المدينة وفي الوقت نفسه يضمن أعلى درجات الخصوصية.

جميع الشقق السكنية متاحة للتملك الحر

■ هل الشقق السكنية التابعة للفندق متاحة للتملك الحر؟

- نعم، جميعها متاحة للتملك الحر ومدارة من قبل سانت ريجيس التابعة لعلامة ماريوت، كما توفر هذه الشقق

جميع الخدمات الفندقية التي يحتاجها المقيم، في حين أن عملية التملك هي من جنسيات مختلفة سواء عربية أو أجنبية كما يمكنهم الاستفادة من المميزات التي يوفرها "MARRIOTT BONVOY MEMBERSHIP".

١٩٣ جناحاً مخصصاً للإقامات القصيرة والطويلة الأمد

■ كم يبلغ عدد الغرف الفندقية؟

- يضم المنتجع ١٩٣ جناحاً تتوزع مساحتها بين ١٢٠ و ٢٨٣ متراً مربعاً مخصصة للإقامات القصيرة وطويلة الأمد، في حين تختلف هذه الأجنحة من حيث التصميم والمساحة والإضافات الأخرى كالحدائق والتيراس الخارجي ومنها أجنحة دوبلكس. كما يمكن للضيوف الاستفادة من الخدمات والمرافق المتنوعة كالمسبح الخارجي والنادي الرياضي والسبا بالإضافة إلى مجموعة متنوعة من الأطباق والمأكولات العالمية



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

Our strategy is to promote the genuine Emirati hospitality

Erth, means “legacy” in Arabic, a modern oasis of bespoke Emirati hospitality, cuisine and recreation that builds upon the enduring legacy of the founding father of the UAE, His Highness Shaikh Zayed bin Sultan Al Nahyan. In a Q & A with Amit Arora, Chief Operating Officer of Erth – Abu Dhabi, he evaluated the hospitality sector for 2023, shedding light on their latest realizations, talking about the features and characteristics that differentiate Erth from other similar properties, and expressing his point of view regarding sustainability. The hospitality industry veteran, who holds over 20 years of experience, also gave us an idea about their summer packages, as well as his expectations for 2023. Below is an account of the interview.



■ ■ ■ We are a home grown brand ■ ■ ■

• How do you evaluate the hospitality sector for 2023?

- The hospitality sector has been really quick to bounce back after the pandemic, we are very delighted to be here at the Arabian Travel Market, our stand is very busy and there is a lot of interest in our destination and product. It is good to have these meetings again in person, meet our partners and reconnect with them.

Erth is really a leisure destination

• What are the latest realizations of Erth?

- Since the last ATM, we have completed phase one of our renovation works, we have opened the Erth hotel in Abu Dhabi and added 110 brand new rooms to our inventory as well as 13 luxurious beach villas with private pools. Along with that, we've opened the resort pool which is Al Waryah Pool & Beach. Erth is really a leisure destination, we have genuine Emirati hospitality and our whole values are based on Emirati heritage and culture. Our product is now open and live so we would love our guests to come and experience it.

We have so many stories to tell in our hotel

• What makes your property different from others?

- Our strategy is to really promote the genuine Emirati hospitality. There are so many offerings in the UAE but you will not find a true Emirati hotel. We are paying tribute to the Emirati culture and heritage and this has been missing in the market, so all our experiences are built around the Emirati culture. The hospitality is deeply rooted in the Emirates and we celebrate that. We really value the Emirati culture and we reflect that in our operation, we have so many stories to tell in our hotel. We have a very large garden called Al Fayy and it has so many plants and trees, there is a story behind the UAE trees and thus the Ghaf tree which is the national tree of the UAE can be seen and experienced in our hotel. The welcome drink that we serve is actually made out of Ghaf. This cannot be found anywhere else in the UAE.

Support the local businesses as part of our strategy

• Lately, we are talking about Future of Sustainable Tourism. What do you think about it?

- We are a very sustainable brand; we want to protect the environment. We have implemented many SOPs to streamline our operation and reduce waste. We contribute to all wastage programs in the UAE including supporting Red Crescent. We have just signed off a new water distribution for our all-day dining so we have our own plant which will go online very soon, that means we will be consuming less plastic and in this way we will be reducing the carbon footprint. Also, all the materials used in our hotel are locally sourced; we are trying to prevent importing things and instead buying from the local market to support the local businesses as part of our strategy.

Staycation package

• Are you offering any summer packages?

- We have a staycation package for the UAE and GCC residents. This package is for our villas, we have a great family product in our beach, pool, with genuine Emirati hospitality that we offer. The package is called the UAE Staycation package, bookable online or through our travel partners.

We would really welcome the people to come and experience us

• What are your expectations for 2023?

- 2023 will be our first year of operation with the new product, we want to be known more in the market because we are a young brand. I think in 2024 we will be fully established because the remaining rooms will come on line and we will finish our enhancements and then we can move forward and really showcase our values and cultures in the

best possible way. The outlook is very positive and we are very excited, we are working very closely with the Department of Culture and Tourism as an independent and homegrown brand, we would really welcome the people to come and experience our hospitality.

• Any last word?

- We have opened a standalone restaurant in Qasr Al Hosn called Erth Restaurant, it also pays homage to the Emirati heritage. Anyone coming to Abu Dhabi should really visit Qasr Al Hosn and experience this new product. The restaurant is located in the heart of Abu Dhabi, offering delicious food so residents and tourists should not miss out.

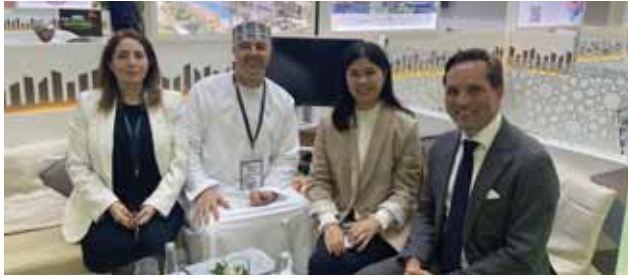
LOEWE

راحة الأرياءه الطابق الأرضي
دبي مول

تشكيله خريف وشتاء 2022
بعمدة ديفيد سيمز



Carsten Wiegandt (General Manager Kempinski Muscat) The hospitality sector is still in the recovery period



Nestled within the community of Al Mouj, Kempinski Hotel Muscat offers an unparalleled luxury destination in the capital of Oman. The hotel features 310 comfortable rooms and suites, modern meetings and events facilities, a business centre and an executive lounge. It also boasts eleven world-class restaurants and bars, consisting of two internationally award winning outlets, which provide remarkable dining experiences. Carsten Wiegandt, General Manager of Kempinski Muscat, has always managed to lead his team to continue providing excellent guest experiences at a world-class level. In a Q & A, he evaluated the hospitality sector for 2023, talking about the importance behind their participation at the Arabian Travel Market, shedding light on the characteristics that differentiate their property from others.

• How do you evaluate the hospitality sector for 2023?

- The hospitality sector, specifically in this region, is still in the recovery period but we are starting to see big demand although some flights aren't fully brought back yet. Nevertheless, the outlook is quite promising.

• What is the added value behind your participation at ATM?

- ATM is important for the sector as well as for Kempinski specifically after Covid-19. If you compare it to last year, you can see the interest and good vibes, and the numbers of visitors are increasing. Thus, it is a great platform to catchup with partners, showcase products and services, and make deals.

• What new facilities are you offering at Kempinski Muscat?

- After Covid-19, we have adjusted the offerings a little bit, we have increased our offerings for the local guest because we figured it is good to have a balance between domestic, regional and international travelers so we are focusing in our property on several pillars. We have increased the activities for young families with one or two children specifically from Europe, and on the other hand we have restructured and refocused on the growing demand in MICE and international conferences which are picking up after Corona.

• Have the occupancy rates been increasing year-on-year after Covid-19?

- The occupancy rates are increasing after Covid-19 because Oman was one of the last countries to allow reopening of businesses after the government announced the lifting of all Covid-19 restrictions, so after this we saw a big rebound of the traditional markets like the UK, Germany, Italy, Switzerland, Austria, and France. Additionally, we see a very strong increase compared to pre-Covid from regional travelers especially from UAE, Saudi Arabia, and Qatar.

Markus W. Iseli

General Manager – Kempinski Summerland Hotel & Resort – Beirut

Recruiting and retaining talent that is educated and has the sense of hospitality has become a problem

A passionate leader, Markus W. Iseli, General Manager at Kempinski Summerland Hotel & Resort – Beirut, boasts more than three decades of high-level hospitality expertise, which have seen him graduate from service and guest relations positions, to the most senior levels of hotel management, with internationally renowned hotel groups such as Hilton, Intercontinental, Four Seasons and Shangri-La. His life in hotels has taken him across the globe, spanning countries including Germany, Kenya, Sudan, the United Arab Emirates, Turkey, Portugal, Syria, the Seychelles, South-East Asia, Switzerland, Italy, Oman, Saudi Arabia, Maldives and finally China. Over the years, this has given him an unparalleled understanding of the needs and expectations of travelers from countless cultural backgrounds, and has helped him establish and develop talents from different parts of the world. In a Q & A with Al Bayan Magazine, Mr. Iseli stated that the Arabian Travel Market is an important platform providing the opportunity for national and international exhibitors from the tourism industry to showcase their latest products and services, unlocking business potential within the Middle East for inbound and outbound tourism professionals and playing a significant role in promoting sustainable tourism. He further declared that the hospitality sector has bounced back from Covid-19, mentioning that they are the only 5-star luxury hotel that has a beach access and a resort of that scale compared to other brands in the city and in Lebanon, assuring that Kempinski Summerland is an ideal getaway for creating memories worth a lifetime. Moreover, Mr. Iseli said that one of the main challenges they are currently facing is recruitment and retaining well-educated talent. He also noted that other difficulties include the ever changing law, taxation, the rate of exchange and the supply chain. Mr. Iseli mentioned that the Lebanese market is not as sensitive to sustainability as yet like Europe or the US, revealing that they have installed solar panels on their roofs, and are preparing their own water treatment plants as well as installing airflow systems to their shower bathtubs to reduce water consumption. Finally, he announced that they have been recognized for the second time in a row among the top three best employers in the travel and leisure industry on the prestigious Forbes World's Best Employers List. "We constantly evolve and strive to create a workplace where talents can develop their crafts and refine their skills while sharing a great sense of community and belonging. Being named as an industry leading employer is excellent news and demonstrates Kempinski hotel's dedication to its employees. It's crucial to us to make Kempinski a place where every colleague feels welcome. We are also looking forward to a summer season that seems to be very promising and for the market to rebound and stability to return back to Lebanon and particularly Beirut which is well deserved".



حفيظ المرابطي (شبكة فنادق أسكوت الدولية ASCOTT):

تطلق مجموعة فنادق أسكوت العديد من المبادرات للحفاظ على البيئة وتقليل الانبعاثات الكربونية بهدف الوصول إلى عالم أفضل للأجيال القادمة



تعتبر شركة أسكوت الدولية للفنادق "ASCOTT" أكبر مالك ومشغل للشقق الفندقية على مستوى العالم، وهي تتخذ من دبي مقراً إقليمياً لها، وكانت قد استحوذت في العام الماضي على شركة أوكود الدولية ونتيجة ذلك تمت إضافة ٨١ فندقاً ونحو ١٥ ألف شقة فندقية إلى محفظة "أسكوت" العالمية.

وللمعلومات عن شبكة فنادق "أسكوت الدولية"، حاورت «البيان الاقتصادية» حفيظ المرابطي مدير إدارة تطوير الأعمال في الشرق الأوسط وأفريقيا وتركيا فيها، فأفاد بأن المجموعة تطلق مبادرات عدة تصب ضمن تطلعات وأهداف معرض سوق السفر العربي، ومنها ما يتعلق بالمحافظة على البيئة وتخفيف الانبعاثات السامة، وخلال حديثه تطرق إلى مسألة الإقبال الكبير على الشقق الفندقية التابعة للمجموعة وبالتالي إلى نسبة الإشغال المرتفعة في هذه الفترة، ما يدل على نمو حركة السفر في المنطقة وفي العالم أجمع.

وفي سياق آخر، أوضح المرابطي أن خطة التوسع هي ضمن استراتيجية المجموعة وبخاصة السوق المغربي في الدار البيضاء، بالإضافة إلى دخول أسواق الخليج حيث تعتبر المملكة العربية السعودية من الدول التي تشهد طفرة سياحية جاذبة، مشيراً أيضاً إلى شهرة العلامة في مجال الإقامة الطويلة الأجل وما تقدمه من خدمات مميزة للنزلاء، وأخيراً أكد أن النتائج المحققة جيدة وهناك توقعات بمستقبل أفضل في السنوات الآتية.



A magical

GLAMPING DESTINATION



SCAN TO EXPLORE
LONGBEACH
CAMPGROUND



Victor Chalfoun (General Manager – Waldorf Astoria DIFC)

Excellent service is the key to the success of any hospitality property

Victor Chalfoun, General Manager at Waldorf Astoria DIFC, is a passionate results-driven hotelier who helps businesses unlock unrealized potential and reach optimum performance. He is a firm believer that leadership is not about a title or a designation but it's about impact, influence, and inspiration. It is a great platform to change lives around us. In his more than 20 years' experience in 5 countries in 3 continents, nothing was more rewarding to Mr. Chalfoun than enabling people to dazzle and reach new horizons. He doesn't build strong teams but rather build cohesive families and that is his competitive edge. In a Q & A with Al Bayan Magazine, Mr. Chalfoun evaluated the hospitality sector in UAE for 2023, shedding light on the characteristics that differentiate their property from others, talking about the future of sustainable tourism, and expressing his thoughts & expectations for 2023. Below is an account of the interview.



• How do you evaluate the hospitality sector in UAE for 2023?

- I believe that the hospitality sector in the UAE is poised for further growth and development in 2023. As a result, visitors will have access to a range of new and exciting experiences. The country's unique cultural attractions, natural beauty, and ambitious infrastructure projects place it in an ideal position to continue to capitalize on its tourism potential. I am fortunate to be in Dubai, where there are abundant opportunities and a promising lineup of events scheduled for next year. As the host of COP28 in 2023, the UAE is expected to benefit greatly from unparalleled opportunities, both for the country and the tourism industry. I share the sentiment of Chris Nasetta, CEO of Hilton Worldwide, that we are at the beginning of a new "Golden Age of Travel."

• Lately, we are talking about "Future of sustainable tourism? What do you think about it?"

- I firmly believe sustainable tourism is an increasingly important part of the hospitality industry, and we believe it is critical for the sector's future success. We are committed to reducing the environmental impact of our operations, and we take steps to ensure that our hotel activities are sustainable. We are also investing in initiatives that benefit local communities, such as providing jobs and supporting local businesses. Building on our existing pillars, guided by our purpose to fill the earth with the light and warmth of hospitality. The biggest sense of pride for the team this year has been our commitment to 2022 for 2022 pledge. A strategy that redefines and advances sustainable travel globally. As part of this strategy, we have committed

to increasing our social impact and significantly reducing our environmental impact by 2030. Committing to these 22 major pledges enrich our purpose paving the way to Hiltons 2030 goals coinciding with Dubai's very own 2050 vision.

• What makes your property different from others?

- I truly believe that excellent service is the key to the success of any hospitality property, and our team is at the heart of this philosophy. The team never wavers from providing our guests with the very best in quality and service. Their innovation initiative and excelling at delivering the brands promise to our guests, providing effortless luxury rooted in elegant service to deliver unforgettable experiences. It drives all that we do.

• What are your expectations for 2023 & what is your strategy to have always a positive occupancy rate?

- Our strategy for maintaining a positive occupancy rate is to focus on providing the highest quality of service and facilities, and to continue to innovate and adapt to the changing needs of our guests. To do this, we are focusing on creating unique and specialized experiences, offering customized packages and continuing to provide unparalleled services, and expanding our digital presence to ensure that we reach a wider audience. Additionally, we are leveraging the latest technology to optimize operations and improve customer experiences. I have no doubt that the year 2023 is going to be an exciting year of continuous innovation and drive by Dubai's leadership. That is already evident in latest innovations and trends and we look forward to being a part of a resilient, inclusive and sustainable culture of global tourism.

وضّاح الدباس (المدير التجاري لفندق هيلتون - عمّان):

هيلتون - عمّان أحد المعالم الرئيسية لسياحة الأعمال وقطاع الشركات

بعد ١٠٥ أعوام على تأسيس علامة هيلتون، تفتتح أول فندق لها في عمّان. وهيلتون عمّان هو فندق متميز يتألف من ١٧٣ غرفة مصممة بشكل فريد، ويقع في قلب العاصمة ويوفر للنزلاء مساحة من الراحة سواء لغرض العمل أو الترفيه، وتتميز غرفه بديكور أنيق وتجهيزات عملية تخلق جوّاً ترحيبياً بالإضافة إلى الإطلالة الخلابة التي يتميز بها الفندق لمدينة عمان.

وفي لقاء خاص مع وضّاح الدباس المدير التجاري للفندق، ذكر أبرز المميزات السياحية التي تتحلّى بها المملكة الأردنية الهاشمية، وذلك لوجود المعالم التاريخية والثقافية المتنوعة مثل مدينة البتراء والبحر الميت، إضافة إلى أنها مركز جذب للفعاليات على كل الأصعدة، هذا ويتميز الشعب الأردني بصفات رائعة كالكرم وحسن الضيافة، علاوة على الاستقرار الأمني والمناخ المعتدل الذي يعتبر جاذباً حقيقياً للسياح من مختلف الجنسيات والأقطاب. كما أفاد الدباس أن الفندق يقدم خدمات رائعة بحسب تقييم النزلاء.



– يسجل الفندق معدلات إشغال مرتفعة والأعلى في فئته بفضل جودة الخدمات وتنوعها. وهذا ما يدفع الزوار لتكرار زيارتهم كوننا نوفر خدمات عالية المستوى حسب تقييم النزلاء والاحصاءات السياحية حيث وبكل فخر، نحن نستقر بأعلى القائمة على فنادق عمان المصنفة ضمن قائمة الخمس نجوم.

■ ما هي تطلعاتكم للعام ٢٠٢٣؟

– تتركز أبرز مهامنا في التعريف أكثر بعلامة هيلتون في الأردن والتسويق لخدماتنا المتميزة. كما أنه في محفظة الفندق مجموعة من المشاريع لاثراء اقامة النزلاء وسياحة المؤتمرات ناهيك عن المحافظة على مركزنا الأول بين فنادق عمان. ■

التقنيات. كما نجح هيلتون - عمّان في الحفاظ على مستويات عالية الجودة من الخدمة ما جعله يكتسب سمعة حسنة على الرغم من أنه لم يضي عام على افتتاحه.

ومن المميزات أيضاً، تقديم تجربة ثقافات متعددة في ظل وجود مجموعة من المطاعم العربية والعالمية منها مطعم نسمة اللبناني كما سيكون هناك افتتاح قريب لـ FUMA LOUNGE ومطعم فريد من نوعه يقدم الأطباق العالمية.

معدلات إشغال مرتفعة

■ هل أنتم راضون عن معدلات الإشغال المحققة إلى اليوم؟

■ ما هي خصائص ومميزات فندق هيلتون - عمّان؟

– يُعد أول فندق لعلامة هيلتون في عمّان بعد ١٠٥ سنوات على تأسيس العلامة التجارية، وبالتالي سيشكل أحد المعالم الرئيسية لسياحة الأعمال وقطاع الشركات فضلاً عن سياحة الترفيه والاستجمام.

ويقع فندق هيلتون - عمّان ذو التصميم العصري في منطقة الشميساني للأعمال وعلى مقربة من مراكز التسوق والمواقع الأثرية، وتتميز جميع الغرف بديكور عصري وإطلالات على المدينة بالإضافة إلى وجود ١٣ قاعة اجتماعات تتناسب مع جميع المتطلبات وتتميز باحتوائها على أعلى

Hany Ahmed

(General Manager of DoubleTree by Hilton Hotel Group Dubai - Business Bay and Hommage Hotel Dubai JBR, Tapestry Collection by Hilton):

We are optimistic about a new year of growth and development, thanks to the positive performance

DoubleTree by Hilton Hotel, located in Downtown Dubai, blends a modern exterior design with traditional interior décor, embodying Dubai's history and present, and is an ideal venue for business events. On the occasion of participating in the "Arab Travel Market" exhibition, Al-Bayan Economic Magazine had an interview with Hani Ahmed, the hotel's general manager. He commented on the importance of holding such events and exhibitions as they give the travel and tourism sector a push forward and provide opportunities for growth and progress, and thus marketing the hotel's services.



■ ■ ■ Our distinction simulates the vibrant heart of Dubai ■ ■ ■

• How do you evaluate the 30th session of the "Arabian Travel Market 2023" exhibition?

The Arabian Travel Market is a leading global event that brings together the leaders of the travel sector under its umbrella. Whereas, the current session shed light on prominent issues, including drawing features of the future of the sector and exploring new directions and opportunities for growth and innovation. Based on the importance of this event, we are keen to participate permanently in the marketing of our services.

The Hilton brand is a leader in sustainability

• The exhibition sheds light on the principle of sustainability. What steps does the Hilton Worldwide brand follow to implement these requirements?

- Hilton is committed towards sustainability and each hotel contributes to this goal of Hilton Worldwide. DoubleTree by Hilton Business Bay has implemented a

number of sustainability initiatives that have been successful and continue to be implemented in operation, such as electric car charging stations, the elimination of single-use plastic, the partnership with

Waste Lab to repurpose food waste in our dining outlets, and a recent mangrove plantation project, where Hany and his team planted 100 mangrove saplings with Emirates Marine Environmental Group to create a valuable marine ecosystem. The hotel has also successfully installed solar panel at the roof to produce renewable energy that is being used to run partial hotel operations.

• What are the most prominent features of the DoubleTree by Hilton Hotel - Business Bay?

- The hotel is strategically located in the heart of Dubai and close to the emirate's best attractions such as Burj Khalifa Airport, the Bolivar and Dubai



World Trade Center.

All rooms feature a unique design that simulates modern life, with a careful selection of furniture that inspires warmth and relaxation. The hotel also provides a variety of international dishes for breakfast, and it has four restaurants that provide guests with a menu of distinctive foods.

• What are your expectations for the year 2023?

- It is certainly a year full of achievements in light of the great demand for the UAE and its hosting of the most important international events, foremost of which is "Expo 2020". Business Bay Area experienced a boost in business demand thanks to its optimal location near Dubai World Trade Centre, which was further supported by popular events such as Gulf Food, Arab Health, MedLab, Dubai Derma, and Gitex.



من اليمين: هازم عواد، أحمد مسعود، هاني أحمد ومحمد القيعي

داني دمرجيان

(المدير العام لفندق INTERCONTINENTAL ABU DHABI وفندق INTERCONTINENTAL RESIDENCES ABU DHABI)؛



فندق إنتركونتيننتال أبوظبي هو واحد من أبرز معالم الإمارة ويحتل موقعا متميزاً على الشاطئ

يعد فندق INTERCONTINENTAL ABU DHABI من أبرز معالم مدينة أبوظبي، ويحتل مركزاً مهماً على الشاطئ، وهذا ما يجعله الموقع الأفضل لرجال الأعمال ولإجازاتهم الخاصة والعائلية. أما إنتركونتيننتال ريزيدنس أبوظبي للشقق الفندقية INTERCONTINENTAL RESIDENCES ABU DHABI فهي مفروشة بالكامل وتم تجهيزها بوسائل الراحة الحديثة، ويمكن للضيوف الاختيار بين استديوهات وشقق بداية من غرفة وصالة، غرفتين وصالة وثلاث غرف وصالة.

وفي مقابلة لمجلة «البيان الاقتصادية» مع السيد داني دمرجيان المدير العام للفندقين استعرض التحديات القائمة في وجه قطاع الضيافة، وأكد من جهة أخرى على الجهود الجبارة التي تبذلها المجموعة للمحافظة على موقع فنادقها الريادي وبخاصة علامة إنتركونتيننتال المشهورة، بالإضافة إلى مجموعة العروض المقدمة لاستقطاب مزيداً من الزوار، فضلاً عن افتتاح فندق INTERCONTINENTAL RESIDENCES الذي يتيح الإقامة لمدة تتراوح بين ستة أشهر وسنة كاملة مع تأمين كافة سبل الراحة. ولناحية موضوع السفر المستدام فله أهمية كبيرة لدى مجموعة IHG للفنادق والمنتجات من خلال إطلاق مجموعة من المبادرات المتعلقة بالاستدامة. وأخيراً ذكر السيد داني دمرجيان، وهو من المدراء المميزين وأصحاب الخبرة، أهمية المشاركة في المعارض وبخاصة معرض سوق السفر العربي ٢٠٢٣ لما يشهده من إقبال كبير بنسخته الحالية، كما ولقي رواجاً إقليمياً وعالمياً.

١٣٠ شقة فندقية بأحجام مختلفة ويتيح للزائر الإقامة لمدة تتراوح بين ثلاثة أشهر وسنة كاملة، يحصل خلالها على الخدمات والامتيازات التي يقدمها الفندق للاستفادة من إقامة مميزة وجميع سبل الراحة المتاحة.

تطلق المجموعة العديد من المبادرات المتعلقة بالاستدامة

■ انعقد المعرض تحت شعار «العمل نحو الوصول إلى صافي الصفر». ما هي الخطوات التي تقومون بها لضمان السفر المستدام للأجيال القادمة؟
– يحظى هذا الموضوع باهتمام كبير من جانب مجموعة فنادق ومنتجعات إنتركونتيننتال العالمية التي تطلق العديد من المبادرات المتعلقة بالاستدامة مثل التخلص التدريجي من العبوات البلاستيكية، والتعاون مع مزارع محلية للحصول على الخضار والفواكه بدلاً من استيرادها. كما تحرص إمارة أبوظبي للاستفادة من الفرص المتاحة لتطبيق مبدأ الاستدامة واعتماد هذا التوجه.

إقبال كبير

■ كيف تقومون النسخة الثلاثين لمعرض «سوق السفر العربي ٢٠٢٣»؟

– تحظى النسخة الحالية من المعرض بإقبال كبير على مستوى المشاركين والزوار مقارنة بالدورات السابقة. كما تُعد الإمارات من الدول الرائدة في عالم الضيافة مع تقديمها دعماً غير مسبوق لقطاع الضيافة ما جعلها من أكثر المدن جذباً للسياح على مستوى المنطقة، ونحن سعداء بمشاركتنا ضمن فعاليات هذا المعرض الذي يلقي رواجاً على الصعيدين الإقليمي والعالمي. ■



داني دمرجيان مع فريق عمل INTERCONTINENTAL ABU DHABI

■ كيف تقومون قطاع الضيافة في إمارة أبوظبي في ظل التحديات القائمة والحرب الروسية - الأوكرانية؟

– بدأنا نلاحظ تحسناً واضحاً في النشاط السياحي في الإمارة مع ارتفاع كبير في نسب الإشغال وأعداد الوافدين إلى إمارة أبوظبي مقارنة بالعام الماضي.

أما في ما يتعلق بالتأثير السلبي للحرب على القطاع الفندقي كانت هناك بعض التداعيات السلبية على عمليات التشغيل نتيجة الارتفاعات المتسارعة للمواد الأولية وأسعار الطاقة بسبب الضغوط التضخمية التي تعاني منها مجمل الاقتصادات حول العالم، وهذا ما دفع بالكثير من السياح إلى ترشيد الإنفاق خلال جولاتهم السياحية. ولكن رغم كل ذلك تبقى الأرقام جيدة بعد التعافي من الجائحة وعودة الإقبال على النشاط السياحي.

نسعى دائماً لتقديم الأنضل ونعمل على افتتاح فنادق جديدة

■ ما هي الخطوات المتبعة للحفاظ على الزخم نفسه داخل المجموعة؟

– نبذل جهداً للحفاظ على موقعنا الريادي كعلامة إنتركونتيننتال وتحديداً في إمارة أبوظبي، حيث يُعد الفندق واحداً من أبرز معالمها ويحتل موقعا متميزاً على الشاطئ ما يجعله الموقع الأفضل لرجال الأعمال وللإجازات الخاصة والعائلية. كما يمكن للضيوف الاستمتاع بمجموعة من المطاعم التي تقدم الأطباق العالمية المتنوعة والاستفادة من البارات والمقاهي لاحتساء المشروبات. وإلى جانب ذلك، نقدم مجموعة من العروض لاستقطاب فئات مختلفة من الزوار وتلبية احتياجاتهم وفق أعلى المعايير. ويضاف إلى ذلك، افتتحنا مؤخراً فندق Intercontinental Residences المؤلف من



COLLECTION
Villeret



JB
1735
BLANCPAIN
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

محمد العذل

(الرئيس التنفيذي لشركة أمسا للضيافة AMSA HOSPITALITY)؛

تركز أمسا للضيافة على تجسيد الثقافة والتقاليد العربية الأصيلة



شركة أمسا للخدمات الفندقية AMSA HOSPITALITY هي شركة متخصصة في مجال الاستثمار الخاص بتشغيل الوحدات الفندقية، النزل السياحية ومرافق الإيواء السياحي، وهي مشغل لتطوير فنادق الأعمال في جميع أنحاء العالم وتسعى للتقدم والتوسع في قطاع الفنادق السعودي. وفي لقاء مع السيد محمد العذل الرئيس التنفيذي للشركة، أفاد «البيان الاقتصادي» أنها وقعت اتفاقية شراكة مع مجموعة أكور ACCOR لتطوير ١٨ فندقاً في المملكة بحلول العام ٢٠٣٢، كما أنها ستعمل على تطوير مجموعة من العلامات التجارية المنضوية تحت اسم المجموعة وذلك عبر مدن عدة داخل المملكة، ما سيجعل أمسا تقدم أفضل تجربة ضيافة لكل من المدن المستهدفة. وفي ما يتعلق بمعرض «سوق السفر العربي» أشار العذل إلى أنه يحقق نجاحات باهرة. ومن جهة أخرى أوضح محمد العذل أن شركة أمسا للضيافة تهتم بتجسيد الثقافة والحضارة العربية، إضافة إلى التركيز على العلامة التجارية الخاصة بها والحفاظ على موقع الريادة من ضمن الخطة المستقبلية، كذلك لفت إلى اهتمامها بتدريب الكوادر البشرية المحلية وتطبيق مبدأ السعودية. وفي نطاق آخر تولي الشركة موضوع المسؤولية الاجتماعية أهمية كبرى من خلال العمل على تطبيق الاستدامة واستخدام الطاقة البديلة.

التركيز على العلامة التجارية الخاصة بنا

■ ما الذي يميز أمسا للضيافة عن مثيلاتها، وما هي خططكم المستقبلية للحفاظ على الريادة؟
- تركّز أمسا للضيافة على تجسيد الثقافة والتقاليد العربية الأصيلة، مع الالتزام بدعم أهداف المملكة السياحية. ومن أبرز الخطط المستقبلية التركيز على العلامة التجارية الخاصة بنا مع الحفاظ على موقعنا الريادي في السوق.

اهتمام كبير بتدريب وتعليم الكوادر البشرية المحلية

■ هل لديكم النية لافتتاح أكاديمية لتدريب الكوادر البشرية العاملة في قطاع الضيافة بالتعاون مع مجموعة أكور؟
- لدينا اهتمام كبير بتدريب وتعليم الكوادر البشرية المحلية للارتقاء بقطاع الضيافة في المملكة، إلى جانب التركيز الكبير على موضوع السعودية، بما يتماشى مع أهداف «رؤية ٢٠٣٠».

المسؤولية الاجتماعية جزءاً أساسياً في العمل

■ ما هي المبادرات التي تقومون بها على صعيد «السياحة المستدامة»؟
- نولي أهمية لموضوع المسؤولية الاجتماعية التي تعد جزءاً أساسياً في العمل على تطبيق الاستدامة في مختلف نشاطاتنا اليومية، حيث بدأنا بالاستغناء عن الورق بالإضافة إلى التركيز على حلول الطاقة البديلة في مشروعاتنا القائمة والمستقبلية. ■



■ هل بإمكانكم تزويدنا بمعلومات عن الاتفاقية التي وقعتوها مع مجموعة أكور؟

- وقعنا شراكة استراتيجية مع مجموعة أكور ACCOR لتطوير ١٨ فندقاً في المملكة العربية السعودية بحلول عام ٢٠٣٢، حيث ستعمل شركة أمسا للضيافة بموجب هذه الاتفاقية على تطوير مجموعة من العلامات التجارية ذات الدرجة الاقتصادية والمتوسطة من مجموعة أكور عبر عدة مدن ثانوية داخل المملكة. كما ستوفر هذه الشراكة الطويلة الأمد نوعاً فريداً من الضيافة العصرية الفاخرة التي تشتهر بها شركة أكور جنباً إلى جنب مع التزام أمسا للضيافة باستحضار التقاليد العربية الأصيلة، كما القدرة على توفير تجربة ضيافة مثالية لكل بيئة من المدن المستهدفة.

منصة لتكوين روابط جديدة وعرض الابتكارات

■ كيف تصفون مشاركتكم الأولى في معرض سوق السفر العربي، وهل سيكون لكم حضور في الدورات اللاحقة؟

- يحقق هذا المعرض نجاحات متتالية، إلا أن الدورة الثلاثين منه سجلت زيادة كبيرة في أعداد العارضين من مختلف دول العالم، ما يؤكد أهمية هذا الحدث كمنصة لتكوين روابط جديدة وعرض الابتكارات مع إمكانية تسريع رحلة قطاع السفر العالمي نحو إزالة الكربون. ونحن بدورنا سنحرص على المشاركة بشكل دائم في هذا المعرض لما له من قيمة مضافة على نشاطنا.

Mohammed Iqbal,CHA

(General Manager – Khalidia Palace Hotel Dubai by Mourouj Gloria):

We are committed to achieving net zero emissions by setting ambitious carbon reduction targets

Mohammed Iqbal, General Manager at Khalidia Palace Hotel Dubai by Mourouj Gloria, is an experienced General Manager holding title of Certified Hotel Administrator (CHA) from American Hotel and Lodging Association, with a demonstrated history of working in the hospitality industry. He is skilled in Operations Management and Profit Growth. Moreover, he is a strong operations professional with a proven track record in successfully opening hotels and bringing it to auto pilot for smooth operations. Mr. Iqbal was among the prominent people who participated at the Arabian Travel Market in Dubai. Al Bayan Magazine met him on the sidelines of the event and conducted the following interview.



“ We target niche markets to always have a positive occupancy rate ”

• What is the importance behind your participation at the Arabian Travel Market?

- Looking at the sustainability promotions done by the Dubai government and in particular Dubai Tourism, we have been following similar standards and net zero is a key area that aligns our strategies. We have avoided the use of papers in guest rooms and administration to avoid formation of rubbish, and we are committed to achieving net-zero emissions by setting ambitious carbon reduction targets, ensuring we have consistent, sustainable internal policies that encourages our associates to take actions.

• How do you evaluate the hospitality sector for 2023?

- Dubai lead the world in post covid recovery, and this resulted in a boom within tourism sector. From October 2021, Dubai has not seen occupancies below 80 percent and with the increasing events taking place in the city, I'm certain our buoyant tourism influx will continue.

• Lately, we are talking about the Future of Sustainable Tourism. What are you doing in this regard?

- Sustainable Tourism is one of the leading subjects in hospitality today, and the Dubai government have some excellent initiatives in this area to guide the direction of hotels even further. Our own initiatives have seen a decline by 80% wastage with digital business cards, energy saving lamps and devices to reduce the flow of unrequired water to the property.

• What is your strategy to always have a positive occupancy rate?

- Our sales team has a diverse strategy and focus on niche markets plays a strong role, particularly the markets that are underdeveloped in Dubai, especially through the summer months. Having the ability to accommodate both short staying guests in hotel rooms and longer staying guests in spacious

apartments/suits also offers a blended approach and broader target market that promotes a strong base occupancy.

• What differentiates your property from others?

- Located in the historic district of Deira, Khalidia Palace Hotel Dubai by Mourouj Gloria combines 5-star luxury with elegance and style. It is conveniently situated a few minutes' drive from Dubai International Airport, surrounded by the commercial business hub of Deira, and only a 10-minute drive from The World Trade Centre and Dubai International Financial Centre. It is also situated alongside Dubai Creek and close to some of Dubai's major tourist attractions: the Dubai Frame that borders new Dubai from the view of the hotel, the Museum of the Future with its iconic design, the Deira City Centre and Dubai Mall, and public beaches that combine sun and sand offering several recreational activities. Guests can experience the Khalidia lifestyle with 311 spacious rooms and suites with views of the Burj Khalifa, Dubai Frame, and the Dubai Creek. With extensive services and facilities from the gym, spa, and women's and men's salons to the kids club, games room, and pool, Khalidia Palace is ideal for business or leisure travelers and families, offering an oasis of calm within the bustling city supporting a balanced lifestyle. Moreover, Khalidia Palace Hotel by Mourouj Gloria offers six different Food & Beverage dining choices for our guests' preferences.

From a casual all-day dining option to specialty dinner restaurants or relaxed pool and café alternatives, there are a range of options for dining and socializing at the hotel. Furthermore, we have "Ladies Only" floor to help the ladies, traveling alone for leisure or business, have more comfort and privacy. Also, we do check-ins for our guests directly on the user friendly app while for the groups, we can do check-ins from the airport to the hotel while they are in transport without having to wait at the reception for the check-ins.



شفيق علاء الدين

(المدير الاقليمي لمجموعة الشارقة للفنادق من مسك SHARJAH COLLECTION BY MYSK):



تمكنت منطقة الشرق الأوسط من تخطي تداعيات الأزمة الصحية بسبب مقومات الجذب السياحي المتنوعة التي تقدمها

تعطي مجموعة الشارقة من مسك طابعاً متجدداً لمفهوم الفنادق الراقية، فهي تتجاوز النطاق العملي التقليدي للفنادق لتقدم تجربة متميزة مستمدة في صميمها من طبيعة الحياة العربية الأصيلة. ولدى لقائنا مع السيد شفيق علاء الدين المدير الاقليمي لمجموعة الشارقة للفنادق من مسك استهل حديثه بالكلام عن أهمية معرض «سوق السفر العربي» وما يقدمه من إفادة للقطاع السياحي في دولة الإمارات لناحية تبادل الأفكار والتعريف بمنتجات جميع المشاركين والتسويق لها فضلاً عن الشراكات الجديدة لتطوير الأعمال. وتطرق علاء الدين بعدها إلى ما تشهده المنطقة من تطورات خاصة بعد تخطي التداعيات السلبية للجائحة بحيث استعادت منطقة الشرق الأوسط مقوماتها الجاذبة للسياح وتقديم أفضل الخدمات للزوار واكتشاف وجهات سياحية جديدة تنافس أرقى وأضخم المدن الأوروبية المشهورة. وفي سياق آخر، ذكر شفيق علاء الدين أهمية الاستدامة في الموضوع البيئي والمحافظة على بيئة نظيفة خالية من السموم والتلوث، لذلك تقوم مجموعة الشارقة بتسليط الضوء على القضايا البيئية وتخفيف آثار التغير المناخي ويعتبر فندق MYSK KINGFISHER RETREAT أفضل مثال على ذلك كونه يقع ضمن محمية بيئية. ونظراً للتوجه نحو السياحة المستدامة تولي الأهمية الكبرى لهذا الموضوع من أجل ضمان مستقبل الأجيال القادمة.

” اتخذنا اجراءات للتخفيف من الانبعاثات الكربونية حماية للأجيال القادمة “

تقع معظم فنادقنا في مساحات خضراء وضمن مناطق سياحة بيئية إنطلاقاً من تركيزنا على الأنشطة البيئية والمغامرات في الطبيعة منها على سبيل المثال فندق MYSK KINGFISHER RETREAT الذي يقع ضمن محمية بيئية مصنفة من قبل منظمة اليونسكو.

ويضاف إلى ذلك، لا نستخدم في فنادقنا أي مواد بلاستيكية، كما نقوم بعمليات فرز وإعادة تدوير جميع المخلفات وذلك حفاظاً على البيئة والمجمعات التي نعيش فيها. وإنطلاقاً من الشهرة الواسعة التي اكتسبتها المجموعة في طريقة تعاطيها مع موضوع الاستدامة والإلتزام بالمعايير المحددة كافة تمكنا من جذب المزيد من الزوار وتحديداً المهتمين بالقضايا البيئية، وهذا الأمر يعطينا دافعاً أكبر للاستمرار بهذا النهج وإطلاق المزيد من المبادرات الهادفة. ونظراً للتوجه الكبير نحو السياحة المستدامة بات من الضروري التعاون لاتخاذ إجراءات أكثر فعالية تعزز من قدرة القطاع على المساهمة في تخفيف الانبعاثات الكربونية وتبني مفاهيم أكثر تطوراً وقدرة على ترسيخ التعاون على المدى الطويل لضمان استدامة النمو. علماً أن جميع القطاعات ومنها الضيافة تولي أهمية لهذا الجانب وتتخذ إجراءات ستعطي ثمارها في المستقبل لحماية الأجيال القادمة.

التركيز على الاستدامة وحلول الطاقة البديلة

■ كلمة أخيرة؟

– ستستمر مجموعة الشارقة والشركة الأم «هيئة الشارقة للاستثمار والتطوير» في التركيز على الاستدامة وحلول الطاقة البديلة تحضيراً لمستقبل أفضل على الصعيد كافة. ■

البيان ■ ما مدى أهمية انعقاد معرض «سوق السفر العربي»، وما القيمة المضافة من مشاركتكم؟

– بشكل هذا المعرض فرصة مهمة للاطلاع على تطورات القطاع السياحي كونه يجمع خبراء من جميع أنحاء العالم وتبادل الأفكار لبناء مستقبل أفضل للقطاع السياحي في ظل الأحداث التي يمر بها العالم. كما يتيح هذا المعرض للمشاركين الاستفادة من أفضل الممارسات الموجودة لتسويق منتجاتهم وعقد شراكات جديدة لتطوير أعمالهم.

استعادة قطاع السياحة والسفر ازدهاره

■ كيف تقومون القطاع السياحي بعد انحسار جائحة «كوفيد-19»؟

– إستعادة قطاع السياحة والسفر ازدهاره بعد عودة الحركة ورفع قيود السفر التي فرضتها الجائحة لسنوات. وبالتالي، تمكنت منطقة الشرق الأوسط من تخطي تداعيات الأزمة الصحية واستئناف نشاطها السياحي خلال فترة وجيزة، وذلك يعود إلى مقومات الجذب

السياحي المتنوعة والعروض المميزة التي تقدم للزوار من مختلف الجنسيات ما يجعل من أسواق المنطقة وجهات سياحية بارزة تنافس العديد من المدن الأوروبية.

نسلط الضوء على القضايا البيئية ونلتزم بالمعايير المحددة

■ ما هي الإجراءات التي تقومون بها لتطبيق السياحة المستدامة ضمن نطاق عملكم؟ – بدأنا نلاحظ في الآونة الأخيرة زيادة معدلات الوعي لدى الزوار ومشغلي الفنادق حول القضايا البيئية والاستدامة، نظراً لأهمية الحفاظ على البيئة في ظل أزمة تغير المناخ التي بدأت تنذر بخطر محقق على العالم، وهذا ما دفع بالعديد من الدول والحكومات لعقد المؤتمرات وإطلاق المبادرات لتخفيف الانبعاثات السامة والتلوث. ونحن في مجموعة الشارقة نسلط الضوء على القضايا البيئية حيث



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 

ماهر أبو النصر (مجموعة فنادق ومنتجعات IHG - المملكة العربية السعودية):



المملكة العربية السعودية سوق رئيسي بالنسبة لمجموعة IHG

أشار السيد ماهر أبو النصر نائب الرئيس لشؤون العمليات في مجموعة فنادق IHG في المملكة العربية السعودية إلى ما تشهده المملكة من تغييرات هدفها تنويع الاقتصاد وتوفير العروض السياحية، مؤكداً أن مجموعة IHG وعلاماتها التجارية حققت تقدماً واسعاً وما زالت من خلال تنويع محفظة العلامات التجارية في المملكة وتوسيع نطاق عروضها الرئيسية، فضلاً عن تلبية احتياجات وتوقعات ضيوفها. هذا ما جاء في حوارنا مع السيد ماهر أبو النصر:

والأنظمة الموفرة للطاقة واستراتيجيات الحد من النفقات، في إطار خطط التجديد الخاصة بنا.

جودة ممتلكاتنا

■ ما الذي يميز ممتلكاتكم ويجعلها مختلفة عن غيرها؟

– نجحنا في إنجاز خطوات رئيسية في المملكة العربية السعودية خلال السنوات الأخيرة، سواء كان ذلك على مستوى تحسين جودة ممتلكاتنا الحالية من خلال التصميمات الجديدة ومفاهيم المأكولات والمشروبات والتجديدات. ونحقق في مجموعة فنادق ومنتجعات IHG وعلاماتنا التجارية تقدماً واسعاً، يتجسد ذلك من خلال تنويع محفظة العلامات التجارية في المملكة العربية السعودية عبر توسيع نطاق عروضنا الرئيسية، وتحقيق التحول على مستوى قدراتنا في قطاع الفخامة وأسلوب الحياة، وتوفير خيارات أكبر وأوسع لمواقع المنتجعات والإقامة الشاملة كلياً، وتعزيز قدرتنا على إبرام اتفاقيات تحويل علامات الفنادق.

على مستوى ضيوفنا، يترسخ الحب والثقة من خلال تلبية توقعاتهم باستمرار حول المنتجات والخدمات والنظافة والتوافر والقدرة على تحمل التكاليف. كما تكتسب التصاميم الرائدة، والأطعمة والمشروبات الرائعة وعروض الولاء المتميزة والتكنولوجيا المتطورة، أهمية كبيرة، وكيفية جمع الموظفين لدينا كل هذه الخصائص معاً، لتحقيق تجارب لا تُنسى وبناء علاقات وتواصل دائم.

يتصدر ملاك الفنادق لدينا والنزلاء الأولوية على مستوى تفكيرنا وتطلعاتنا

■ ما هي توقعاتكم لعام ٢٠٢٣ وما هي استراتيجيتكم لتحقيق معدل إشغال إيجابي بوتيرة دائمة؟

– يمكن اعتبار العام ٢٠٢٢، من الأعوام التي حققنا خلالها المزيد من النمو، تزامناً مع العديد من الإتفاقيات التي تم إبرامها وافتتاح عدد كبير من الفنادق، الأمر الذي ساهم في تعزيز بصمة وجود علامتنا التجارية في المنطقة، لا سيما فيما يتعلق بمجالات الرفاهية وأسلوب الحياة. تعتبر المملكة العربية السعودية سوقاً مدفوعاً بالرفاهية، وهذا من شأنه أن يساهم في تواصل الطلب المتزايد على عروض الرفاهية خلال الأعوام القادمة. وتلبي العلامات التجارية المتوافرة ضمن مجموعتنا العالمية هذا الطلب، حيث تضم علامات تجارية فاخرة مثل ريجنت وكيمنتون وإنتركونتيننتال وSix Senses. وشهد العام الماضي، الإعلان عن شراكتنا مع مشروع البحر الأحمر، لبناء منتجع إنتركونتيننتال البحر الأحمر. بالإضافة إلى ذلك، نعمل على افتتاح فندق Six Senses في بوابة الدرعية التي تشهده المزيد من التطور، وبمجرد افتتاحه سنقوم بدعوة الضيوف لإكتشاف تجربة الضيافة السعودية الحقيقية.

لقد نجحنا خلال السنوات الأخيرة في تحقيق خطوات كبيرة ورئيسية، ساهمت في تعزيز النمو من أجل الحاضر والمستقبل. وتأتي علامتنا التجارية في مصمم أعمالنا، في حين يتصدر ملاك الفنادق لدينا والنزلاء والضيوف الأولوية على مستوى تفكيرنا وتطلعاتنا. ■



■ ما هو تقييمكم لقطاع الضيافة في البلاد لعام ٢٠٢٣؟
– تشهده المملكة العربية السعودية حالياً، تغييرات واسعة النطاق، تهدف إلى تنويع الاقتصاد وتوفير عروض سياحية معززة لفئات متعددة من الجمهور العالمي. ويمثل هذا الواقع، فرصة بارزة لقطاع الضيافة، ونحن ملتزمون بتسريع وتيرة نمونا وتوسيع نطاق وجودنا في المملكة لتلبية هذا الطلب المتزايد.

على مستوى المملكة العربية السعودية، نواصل جهودنا الداعمة لتحقيق مستهدفات «رؤية المملكة ٢٠٣٠»، من خلال التوقيع على إتفاقيات جديدة لا سيما في قطاع الرفاهية ونمط الحياة. ونعمل أيضاً على إطلاق علامات تجارية جديدة في المملكة، ويتجسد ذلك من خلال الإطلاق الذي تم مؤخراً لعلامتنا التجارية الفاخرة «كيمبتون» في مركز الملك عبد الله المالي (كافد)، وأيضاً أول فندق في منطقة الشرق الأوسط تحت العلامة التجارية الفاخرة «فينيت كوليكشن» هنا في المملكة. ولقد قمنا مؤخراً بتوقيع اتفاقيات مع عدد من العلامات التجارية، والتي شملت فندق وأجنحة «فوكو» في شمال الرياض، وهوليدي إن إكسبريس الرياض، الفندق الأول من نوعه لعلامتنا التجارية في البلاد، وهوليدي إن نجران، وفندق إنتركونتيننتال شمال الرياض. كما قمنا بتوسيع نطاق محفظتنا الخاصة بأسلوب الحياة في المملكة، من خلال توقيع اتفاقية فندق إنديجو في جدة وآخر في مدينة محمد بن سلمان غير الربحية. وبناءً على هذه المشاريع والتوسعات، مع وجود أكثر من ثلاثين فندقاً تابعاً لمجموعة فنادق ومنتجعات IHG التي من المقرر افتتاحها في المملكة في السنوات القليلة المقبلة، تُعد المملكة العربية السعودية سوقاً رئيسياً بالنسبة لنا.

يقوم قطاع السياحة والضيافة بدور مهم لتحقيق مستقبل مستدام

■ يتم الحديث مؤخراً عن «مستقبل السياحة المستدامة» ما رأيكم في ذلك؟

– يولي المسافرون أكثر من أي وقت مضى، المزيد من الاهتمام فيما يتعلق بتأثير البصمة التي يخلفونها في الوجهات التي يوجدون فيها، في حين نشهد أن عدداً متزايداً من الضيوف، بات يرتبط قرارهم بحجز إقامتهم في الفندق، بناءً على البصمة الكربونية للفندق والممارسات المستدامة.

وانطلاقاً من البصمة الهائلة التي يتمتع بها قطاع السياحة والضيافة في جميع أنحاء العالم، يتميز هذا القطاع بدور مهم وفعال نحو تحقيق مستقبل مستدام. وبصفتنا كأحد الشركات الفندقية الرائدة في العالم، نحرص على تحمل مسؤوليتنا واغتمام الفرصة لإحداث تغيير إيجابي والمساعدة في تشكيل مستقبل السفر المسؤول. وفي إطار التزامنا هذا، أطلقنا في العام ٢٠٢١ خطة عمل تمتد لمدة ١٠ سنوات تحمل شعار «رحلة إلى الغد» والتي من شأنها أن تساهم في تمكين عملائنا من اتخاذ خيارات مدروسة حول كيفية دعم البيئة والمجتمعات المحيطة بممتلكاتنا.

كما نستفيد من أحدث التقنيات ومفاهيم التصميم، لضمان تعزيز دور مشاريع التجديد التي نقوم بها، والتي تهدف إلى تحسين تجربة النزلاء وتقليل أيضاً من بصمتنا البيئية. كما نواصل العمل على استكشاف طرق جديدة، تتيح لنا دمج المواد المستدامة

تامارا صالحا

(المديرة العامة لفندق كراون بلازا دبي مارينا CROWNE PLAZA DUBAI MARINA):



نتمتع بموقع استراتيجي وسمعة حسنة ما جعل الفندق الخيار الأمثل لسياحة الأعمال والترفيه

يقع فندق كراون بلازا دبي مارينا CROWNE PLAZA DUBAI MARINA في منطقة مرسى دبي العالمية بجوار دبي مارينا مول. هو فندق مثالي للأعمال التجارية ووقت الفراغ الممتع، كما يضم ٢٧٣ غرفة أنيقة، وعدداً كبيراً من مرافق الاجتماعات والفعاليات المثالية للمسافرين.

وفي حوار خاص مع السيدة تامارا صالحا المديرة العامة للفندق أشارت إلى أنه استقطب أعداداً كبيرة من السياح ما جعله يحقق نسبة إشغال مرتفعة وعوائد ربحية جيدة وذلك قبل حلول شهر رمضان المبارك، علاوة على موقعه المميز وقربه من مقر معرض «أكسبو ٢٠٢٠»، ما جعله الخيار الأمثل لسياحة الأعمال والترفيه في الوقت نفسه. كما أكدت صالحا أن الاستقطاب الكبير الذي تشهده إمارة دبي للأعداد الوافرة من السياح من كافة دول العالم يقلل من حدة المنافسة بين فنادق المارينا، مشيرة إلى السمعة الحسنة التي يتمتع بها الفندق وموقعه ومواصفاته العالمية الجاذبة للسياحة الترفيهية. أما في ما يتعلق بالتطلعات للمستقبل القريب، أعربت السيدة صالحا عن تفاؤلها نظراً لما تستضيفه دبي من فعاليات ومنها قمة المناخ «كوب ٢٨» والتي ستساهم في تعزيز السياحة وتدفعها.

يقلص من حدة المنافسة بين الفنادق الموجودة في المارينا، كما حققنا نجاحاً في كسب ثقة العملاء نظراً للسمعة الحسنة التي تتميز بها علامتنا التجارية تحت مظلة IHG والخدمات الراقية التي نوفرها لنزلائنا، فضلاً عن أن الموقع الاستراتيجي للفندق عزز من



■ كيف تقوّمون عودة النشاط السياحي لدولة الإمارات بعد انحسار تداعيات الجائحة؟

— ساهم موقع الفندق في دبي مارينا وقربه من معرض «أكسبو ٢٠٢٠» في تحقيق معدلات إشغال مرتفعة وعوائد ربحية جيدة. بالإضافة إلى ذلك، شهدت المرحلة ما قبل حلول شهر رمضان المبارك

مكانتنا في السوق بين المنافسين الآخرين نظراً لقربه من المركز التجاري وعلى مسافة قريبة من ممشى مارينا والمطاعم والمقاهي، كما يستمتع الضيوف بخمسة مطاعم، مع مطعم تايلاندي متخصص يجذب المارة والسياح.

■ متفائلون ومستعدون دائماً

■ ما هي تطلعاتكم للمرحلة المقبلة؟

— نحن متفائلون دائماً وخصوصاً بعد عودة النشاط السياحي والفعاليات المتنوعة التي ستستضيفها إمارة دبي، ومنها قمة المناخ «كوب ٢٨» التي بدورها ستساهم في تدفق السياحة لأهداف

■ متعددة.



تدفع كبير لسياحة الأعمال والشركات في ظل انعقاد العديد من المؤتمرات والفعاليات الكبرى في مجالات متعددة. فضلاً عن استقطاب إمارة دبي أعداداً كبيرة من السياح بهدف التسلية والترفيه، وهذا ما جعل الفندق الخيار

الأمثل لسياحة الأعمال والترفيه على حد سواء وبالتالي تمكنا من استقطاب نزلاء من جنسيات متعددة مثل أميركا اللاتينية وروسيا والصين.

■ الطلب الكبير على إمارة دبي يقلص

من حدة المنافسة

■ في رأيكم، ألا يشكل العدد الكبير من الفنادق الموجودة في دبي مارينا منافسة شرسة؟

— الطلب الكبير الذي تشهده إمارة دبي

هازم عواد

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

توقعاتنا إيجابية للمرحلة المقبلة مع معدلات إشغال ستخطى الـ ٩٠٪ خلال شهر يوليو



يُعتبر فندق هيلتون لندن متروبول HILTON LONDON METROPOLE من فئة ٤ نجوم من أفضل فنادق لندن إذ يتمتع بموقع مهم وقريب من الأماكن السياحية ومن أماكن التسوق ووسائل النقل العامة.

التقت مجلة «البيان الاقتصادية» السيد هازم عواد مدير إدارة المبيعات والترفيه في الشرق الأوسط في الفندق، فقال إن موضوع الاستدامة اتخذ حيزاً جدياً من قبل معظم الدول وبخاصة الأوروبية ودول مجلس التعاون الخليجي وذلك لأن قضية البيئة هي في صلب اهتمام الحكومات. وبالتالي قام فندق هيلتون لندن متروبول بمبادرات عدة للحفاظ على البيئة وحمايتها، منها المساهمة في زرع الأشجار واستيراد معظم أنواع الأطعمة المستخدمة في الأطباق من أماكن ومدن قريبة بدلاً من شحنها جواً، وبذلك يتم التخفيف من الانبعاثات السامة والمضرة بالبيئة. وبحسب عواد تتضمن استراتيجية الفندق محاور عدة منها المشاركة في الفعاليات والمعارض للتسويق للفندق وبخاصة التسويق الإلكتروني بالإضافة إلى إدخال تعديلات على الأسعار بما يتوافق مع العرض والطلب، كذلك عقد اتفاقيات مع شركات ووكالات سفر لجذب السياح، وأشار السيد عواد إلى إجراء بعض التعديلات في الفندق مثل تجديد الغرف، وإضافة PENTHOUSE لفئة الـ (VIP) كما توقع تحقيق نسب إشغال متزايدة في الفترة المقبلة.



■ كيف تنظرون لموضوع تطبيق القطاع السياحي التنمية المستدامة والحفاظ على البيئة، وما هي الخطوات المعتمدة من جانبكم لتطبيقها؟

– أضحى موضوع الاستدامة قضية عالمية بدأت العديد من الدول الأوروبية العمل على تطبيقها منذ فترة، كما بدأت تلحظ اهتماماً واسعاً على مستوى دول مجلس التعاون الخليجي حيث شرعت الحكومات بإطلاق مبادرات عديدة للحفاظ على البيئة وتوفير حياة مستدامة. ونحن بدورنا نعتمد أساليب متنوعة لتطبيق مفهوم الاستدامة منها المساهمة في زرع الأشجار لحماية البيئة، بالإضافة إلى استيراد جميع أنواع الأطعمة المستخدمة في الأطباق من أماكن ومدن مجاورة بدلاً من شحنها جواً للمساهمة في تقليص الانبعاثات السامة والمضرة بالبيئة.

بالإضافة إلى أن اللباس الموحد للموظفين مصنوع من زجاجات البلاستيك التي تم سحبها من البحر وبذلك تمت إعادة تدويرها واستخدامها في صنع الألبسة.

وفي سياق متصل هناك أيضاً مجموعة من المبادرات المتميزة، منها على سبيل المثال إتاحة الفرصة

للنزل في الفندق في مدينة لندن لاستئجار مظلة ويتم جمع المبلغ وتحويله إلى شركة تعنى بالقضايا البيئية ومبادرات غرس الأشجار.

خطة استراتيجية شاملة

■ ما هي الاستراتيجية المعتمدة لإبقاء معدلات الإشغال مرتفعة واستقطاب عملاء جدد؟

– تتبنى الخطة التسويقية الموضوعية المشاركة في

الفعاليات والمعارض للتسويق للفندق، إلى جانب تكثيف الحملات الإعلانية في قلب العاصمة لندن والتركيز بصورة كبيرة على التسويق الإلكتروني والاستعانة بوسائل التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى إدخال تعديلات على الأسعار بطريقة تتناسب مع العرض والطلب، إلى جانب عقد اتفاقيات مع شركات ووكالات سفر لاستقطاب السياح.

تتصدر السعودية لائحة نزلاء الفندق

■ ما هي أبرز الجنسيات الوافدة إلى الفندق؟

– تتصدر المملكة العربية السعودية لائحة نزلاء الفندق وذلك بعد التسهيلات في إصدار التأشيرات السياحية حيث بات بإمكان المواطن السعودي الحصول على التأشيرة قبل ٢٤ ساعة فقط، ومن ثم مواطنو دول مجلس التعاون الخليجي كالإمارات والكويت وقطر ومملكة البحرين.

الانتهاء من عمليات الترميم لجميع الغرف

■ ما هي آخر التعديلات وعمليات التوسعة التي شهدتها فندق HILTON LONDON METROPOLE؟

– تم الانتهاء من عمليات التجديد لجميع الغرف التي يصل عددها إلى ١١٠٠ غرفة، كما أضفنا أيضاً "PENTHOUSE" لفئة الـ (VIP) ولدينا توقعات إيجابية للمرحلة المقبلة حيث بلغت حالياً معدلات الإشغال حدود الـ ٨٠٪، ومن المتوقع أن تتخطى حدود الـ ٩٠٪ خلال شهر يوليو. ■



Ali Al Jani

(Marketing & Communications Manager & Rahil Khan – Director of Sales & Marketing- Anantara Eastern Mangroves Hotel – Abu Dhabi)

We will be the first fully sustainable hotel with zero single plastic use on property

Anantara Eastern Mangroves Hotel in Abu Dhabi is renowned for providing guests with a luxurious and memorable experiences. With its award-winning spa, delectable dining options, and a stunning infinity pool overlooking the iconic Mangroves, this urban resort hotel offers an idyllic escape just a short distance from the bustling Abu Dhabi city centre. Ali Jani, the Marketing & Communications Manager, previously served as the Assistant Marketing & Communications Manager at Anantara Al Jabal and Al Akhdar Resort in Oman. He was even shortlisted for Hotelier Middle East's Marketing & PR Person of the Year Award in 2019. Ali's passion for the brand and career goals make him the perfect fit for implementing the shift in messaging for Anantara Eastern Mangroves. Rahil Khan, the Director of Sales & Marketing, brings 17 years of hospitality experience to the table, including 12 years as a commercial leader in four different Ritz-Carlton properties across the GCC. His exceptional industry knowledge equips him well for the task of repositioning the city hotel as an urban resort. Al Bayan Magazine met with Ali Jani and Rahil Khan on the sidelines of the Arabian Travel Market (ATM) for an interview. Here are the highlights:



FROM LEFT: SANJEEV VASUDEVAN, ALI AL JANI & RAHIL KHAN

• How do you evaluate the tourism sector in the UAE and specifically in Abu Dhabi?

Ali: Abu Dhabi is primarily known as a cultural destination, but it is now focusing heavily on the leisure segment, as well as wellness and medical tourism. In addition to museums, parks, historical sites, and national monuments, we also have a good selection of high-end medical facilities. Abu Dhabi is actively working to promote itself as a medical tourism destination. From our side, we aim to attract more leisure travellers and position ourselves as a wedding destination.

Rahil: Abu Dhabi Tourism has done an excellent job of placing the destination on the global map. This year, with the focus on sustainability in Europe, it presents a fantastic opportunity for the Anantara group. Our property is uniquely situated adjacent to the Mangrove National Park, which is preserved by the government. Weddings are also a key focus for us and the destination. Abu Dhabi Tourism has conducted various roadshows and activations in the Indian market, where Abu Dhabi is quite popular due to the proximity and frequency of flights between the two countries. Another noteworthy initiative by the Tourism Board is the summer activation where kids go free, and we are participating in collaboration with Miral destination and DCT.

• Sustainable tourism is a hot topic these days. What are your thoughts on it?

Rahil: Sustainability has always been one of Anantara's core values, from our Bangkok office to other properties in the region. At our Abu Dhabi property, we have eliminated single-use plastics, including water bottles, straws, and amenities in the rooms. We have shifted to refillable options, even though luxury properties typically don't opt for this approach. Additionally, we have plans to establish our own bottling plant on the property after conducting necessary tests.

Ali: We are proud to be the first fully sustainable hotel in Abu Dhabi, with zero single-use plastic use on the property, achieving this ahead of Abu Dhabi's target for 2026.

• What sets your property apart from others?

Rahil: Unlike most properties in the city, Anantara Eastern Mangroves is spread horizontally, offering a unique layout compared to the usual skyscrapers. All our rooms are junior suites, allowing guests to feel more connected to nature. The hotel is conveniently located just 20 minutes from Abu Dhabi International Airport and a 10-minute drive to the city center. Each of our 222 rooms and suites offers luxury and comfort, complemented by breathtaking views of the mangrove lagoon or Abu Dhabi city. Our spacious rooms and suites combine rich Arabian heritage with modern design elements, creating a serene environment for guests. Furthermore, our two-level lobby lounge provides a cozy retreat with panoramic views of the mangroves, perfect for pre-dinner beverages, afternoon tea, or enjoying the finest Arabian coffees. The hotel's rooftop lounge is also a hidden gem, offering impressive views of the mangrove park and Abu Dhabi's skyline.

• What is your marketing strategy?

Rahil: When I joined seven months ago, we noticed some disconnect with our partners and international tour operators, so our first focus was to streamline our markets. Currently, we are concentrating on key markets such as France, Italy, Spain, Germany, and the UK. The GCC is also a crucial focus, along with Israel, India, and China. Abu Dhabi has always been a popular destination for Chinese travelers, and we want to capitalize on that trend.

Ahmed Anis (General Manager-Copthorne Lakeview Dubai)

We have always been best in class when it comes to sustainability

Ahmed Anis, General Manager at Copthorne Lakeview Dubai, holds 32 years of experience in hospitality business, 20 years' experience of executive management experience out of which 18 years as General Manager. His multicultural, strong leadership and skills, helped him handle pressure and excel the challenge of new opening and projects along with his diversified experience in city hotels and resorts, luxury and upper midscale, single and multiunit experience. Al Bayan Magazine met Mr. Anis during the Arabian Travel Market held in Dubai and conducted the following interview.

• How do you evaluate the tourism sector in UAE?

- UAE and specifically Dubai has been always witnessing significant growth. Dubai is booming everywhere and every time of the year, and during this ATM we can see clearly the huge number of participants, attendees and visitors. It is much more than last year and as you know, the Arabian Travel Market is the largest travel and tourism event in the Middle East, bringing together leading travel industry professionals from around the world to showcase their latest products and services. This event provides us with an excellent opportunity to showcase our hotel to a global audience and to demonstrate the outstanding level of service and hospitality that our guests have come to expect from us. Moreover, the government and Dubai's Department of Economy and Tourism are giving the right support to the hospitality sector with all the means and ways to reach the main target and objective.

• What makes your property different from others?

- Copthorne Lakeview Hotel is a distinctive symphony of location, aesthetics, and exemplary service nestled within the heart of the dynamic Dubai Investment Park. What truly sets our hotel apart is its stunning lakeside location. Overlooking the tranquil waters of the lake, our hotel offers a unique charm that is rare in an urban



metropolis like Dubai. The sweeping views of the serene lake make every stay an unforgettable experience.

We have exciting plans in the pipeline to curate activities centered around the lake such as boat tours, ensuring our guests can engage with this stunning locale in diverse and meaningful ways.

Of course, our holistic hospitality approach extends beyond the lake. We offer our guests a balance between leisure and fitness, with amenities such as our idyllic outdoor pool and fitness center. Additionally, we are set to embark on a significant renovation that aligns our offerings with the evolving needs of our guests, aiming for readiness ahead of global events like COP28.

• Lately, we are talking about future of sustainable tourism. What do you think about it?

- The whole world nowadays is focusing on sustainability, so we started to run a program for sustainability like recycling the plastics and eliminating all plastic bottles at the hotel as well as minimizing the food wastage without compromising on the guest experience. Therefore, we have always been best in class when it comes to sustainability, giving us the competitive edge and helping us to attract more guests.

أحمد جرّكس

(مدير إدارة المبيعات والتسويق لمجموعة NORDIC HOLDING البحرين):

إضافة لمجموعة فنادقنا المميزة سنفتح "NORDIC GARDENS" الفريد من نوعه



NORDIC HOLDING هي مجموعة من الفنادق تشكّل قاعدة مثالية للعائلات والأفراد، فيتميز كل منها بتصميم داخلي أنيق كما يعمل بشكل متواصل مع خدمة مميزة. وفي لقاء خاص مع السيد أحمد جرّكس مدير إدارة المبيعات والتسويق في المجموعة أعلن أن مملكة البحرين تعتبر مركز جذب للسياح من دول مجلس التعاون الخليجي، مضيفاً أن المجموعة ستعمل على افتتاح فندق NORDIC GARDENS الجديد يضم ٦٠ فيلا مميزة وستكون فريدة. أما بالنسبة إلى خطة التوسع فستكون ذات وجهتين: الأولى داخل مملكة البحرين، والثانية في دول الخليج والسعودية حيث يعتبر سوقها من الأسواق الرئيسية لاستراتيجية المجموعة التوسعية. وتطرق السيد جرّكس إلى نتائج المجموعة المحققة عن العام الماضي موضحاً أنها كانت إيجابية وأملاً بتسجيل معدلات إشغال جيدة خلال العام الحالي، وعما حققه القطاع الفندقي في مملكة البحرين فيشير إلى أداء ممتاز خلال الربع الأول من العام ٢٠٢٣، أما للاحية العروض المقدمة من قبل المجموعة مع بداية الصيف أورد جرّكس أن المملكة تشهد نشاطاً سياحياً لافتاً ما سينعكس بالإيجاب على أداء الفنادق.

■ ■ ■ حقق القطاع الفندقي في مملكة البحرين أداءً متميزاً خلال الربع الأول من العام ٢٠٢٣ ■ ■ ■

طموحة للتوسع داخل مملكة البحرين وفي دول مجلس التعاون الخليجي، حيث تعد المملكة العربية السعودية من الأسواق الرئيسية للاستراتيجية التوسعية التي ستعمل عليها المجموعة.

عدد الوافدين السعوديين إلى مملكة البحرين سجل ٢٥٪

■ في رأيكم هل النشاط السياحي الذي تشهده السعودية انعكس سلباً على مملكة البحرين؟

– تشير التقارير الرسمية أن الربع الأول من العام الحالي سجل زيادة في أعداد الوافدين السعوديين بنسبة ٢٥٪ مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي، ما يؤكد مكانة البحرين لدى السعوديين والمقومات السياحية التي توفرها للعائلات والأفراد. وبالتالي، لن يكون لازدهار السياحة في السعودية أي انعكاسات سلبية على السوق البحريني.

نتائج إيجابية

■ كيف تقوّمون نتائج مجموعة NORDIC HOLDING خلال العام الماضي؟
– سجلت المجموعة نتائج إيجابية عام ٢٠٢٢ مع تسجيل معدلات إشغال مرتفعة خلال الأشهر الأولى من العام الحالي.

في حين حقق القطاع الفندقي في مملكة البحرين أداءً متميزاً خلال الربع الأول من العام ٢٠٢٣.

مجموعة من العروض

■ هل تقدمون أي عروض خلال موسم الصيف؟
– نقدم مجموعة من العروض مع حلول موسم الصيف، إذ إن المملكة تشهد نشاطاً سياحياً لافتاً وتحديداً في عطلة نهاية الأسبوع حيث يتوافد المواطنون إلى المنتجعات والفنادق للاستجمام. ■



■ هل لنا بفكرة عامة عن NORDIC HOLDING وطبيعة عملها؟

– تضم NORDIC HOLDING مجموعة من الفنادق منها فندق من فئة الأربع نجوم في وسط مدينة المنامة يتألف من مئة غرفة وجناح ويضم مجموعة من المرافق والمطاعم وأحواض السباحة وقاعة مخصصة للاجتماعات. كما يتميز بموقعه الاستراتيجي وقربه من المجمعات التجارية. بالإضافة إلى منتجج NORDIC RESORT الواقع في قرية الهملة ويتألف من ٤٥ فيلا كل منها تضم أربع غرف نوم وحوض استحمام ساخنًا (جاكوزي)، ويتميز المشروع بأعلى درجات الخصوصية لكل فيلا. ويضم مكان الإقامة حوضاً للسباحة وأماكن مخصصة لممارسة أنواع متعددة من الأنشطة الرياضية إلى جانب حديقة ألعاب مائية للأطفال، ما يجعله مكان الإقامة الأمثل للعائلات.

سنعمل على تسويق لفندق جديد ومميز

■ ما الهدف من مشاركتكم في معرض «سوق السفر العربي ٢٠٢٣»؟

– تعد مملكة البحرين الوجهة الأبرز للوافدين من دول مجلس التعاون الخليجي، لذلك ومن خلال مشاركتنا في المعرض سنعمل على تسويق فندق جديد ومميز "NORDIC GARDENS"، سيفتتح قريباً وعلى بعد خمس دقائق من وسط العاصمة، وهو عبارة عن ٦٠ فيلا تضم كل منها ثلاث غرف نوم وسيكون مشروعاً فريداً من نوعه.

المملكة العربية السعودية من الأسواق

الرئيسية للاستراتيجية التوسعية

■ هل لديكم النية للتوسع خارج مملكة البحرين؟

– انطلاقاً من تخصصنا في مجال إدارة الفنادق والتطوير العقاري وامتلاكنا الخبرات في هذا المجال نعمل على خطة



STEPHEN KAMAT وأمال أوماس

أمال أوماس (المديرة الإقليمية للتسويق والاتصال في شبكة فنادق ميلينيوم MILLENNIUM):

تنتشر شبكة فنادق ميلينيوم في العالم وحضورها قوي في المنطقة

«مجموعة فنادق ومنتجعات ميلينيوم» MILLENNIUM هي شركة فنادق عالمية ويقع مقرها الأساسي في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في إمارة دبي، كما أن المجموعة تمتلك أكثر من ١٢٠ فندقاً حول العالم وتديرها، ومنها ٣٥ فندقاً في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا مع عدد من الفنادق قيد الإنشاء.

وبالإستناد إلى المشاركة الفاعلة في معرض «سوق السفر العربي ٢٠٢٣»، شرفنا أن نلتقي السيدة أمال أوماس المديرة الإقليمية للتسويق والاتصال في شبكة الفنادق، فأعربت عن سعادتها بهذه المشاركة مع مجموعة كبيرة من الخبراء والعاملين في مجال الضيافة، حيث الإقبال جيد هذا العام وهو دليل على ثقة الناس بالعلامة والخدمات التي توفرها المجموعة، موضحة في سياق متصل الوجود القوي للعلامة في السعودية ودول عربية أخرى، ففي الإمارات مثلاً يُعد فندق ميلينيوم بلازا داون تاون من أضخم المشاريع الأيقونية، كما تم الاستحواذ على فندقين آخرين وضّمهما للعلامة.



■ كيف تقوّمون معرض سوق السفر العربي بنسخته الحالية؟

– يحقق المعرض نجاحات متتالية عاماً بعد آخر، ونحن بدورنا سعداء بالمشاركة إلى جانب أعداد كبيرة من الخبراء والعاملين في مجال الضيافة. وجدير ذكره أن جناح ميلينيوم لقي إقبالاً جيداً وأعلى بكثير من السنوات الماضية وهذا دليل واضح على ثقة الناس بالعلامة والخدمات المميزة التي تقدمها شبكة فنادقنا من حول العالم. كما شكل هذا الحدث فرصة مهمة لعقد الاجتماعات وتبادل الأفكار حول آخر التطورات التي تشهدها صناعة الضيافة خلال المرحلة الماضية.

■ هل لديكم النية للتوسع نحو أسواق جديدة؟

– تنتشر شبكة فنادق ميلينيوم في مختلف دول العالم. أما على صعيد منطقة الشرق الأوسط فالعلامة حضور قوي في إمارتي دبي وأبوظبي، حيث تُعد من أكبر العلامات التجارية التي تمتلك غرفاً فندقية في دولة الإمارات. وللعلامة أيضاً وجود كبير في المملكة العربية السعودية (تبوك، جازان، هائل، مكة المكرمة والمدينة)

إلى جانب وجودنا في قطر، سلطنة عُمان، الكويت، تركيا، جورجيا والعراق. أما على مستوى دولة الإمارات يُعد فندق ميلينيوم بلازا داون تاون من أهم المشاريع الأيقونية في شارع الشيخ زايد، كما افتتحنا حديثاً فندق ميلينيوم بلازا داون تاون أبوظبي وميلينيوم سنترال أبوظبي بعد الاستحواذ عليهما وضّمهما لعلامتنا.

وخلال مشاركتنا في المعرض تم التوقيع على مشروع جديد عبارة عن فندق مميز في إمارة دبي وسيتم الإعلان عنه في الوقت المناسب.

نعمد خطوات جديدة لتحقيق الاستدامة

■ ما هي الخطوات التي تعتمدونها لتحقيق الاستدامة؟

– من اللافت أن يسلط المعرض هذا العام الضوء على موضوع الاستدامة والتغير المناخي، والتي باتت من القضايا الإنسانية في العصر الحديث. ونحن في مجموعة فنادق ميلينيوم نعمد خطوات جديدة في هذا الجانب. ■



834 Shakespeare St., Katara Cultural Village, Doha, Qatar.
For more information, please call +974 4144 7777
or visit www.chedikatara.com

GHM
A STYLE BY REGENED

THE LEADING MASTER
OF THE WORLD



أمين الهندي (مدير المبيعات والتسويق لفنادق ماريوت - الرياض):

تصل نسبة الإشغال في فنادق ماريوت الرياض إلى مئة في المئة

في مقابلة خاصة مع السيد أمين الهندي مدير المبيعات والتسويق لفنادق ماريوت تحدث عن أهمية إقامة المنتديات والمعارض ولا سيما معرض سوق السفر العربي بنسخته الحالية ومدى مساهمته في تشكيل قطاع سفر مستدام يكون فاعلاً اقتصادياً واجتماعياً وبيئياً في المستقبل. ونظراً لما تشهده المملكة العربية السعودية من تقدم بوتيرة متسارعة انعكس إيجاباً على القطاع الفندقى بوجه خاص إذ بلغت معدلات الإشغال في معظم الفنادق ابتداءً من هذا العام لأكثر من ٨٥٪ وقد وصلت إلى حدود المئة في المئة في كثير من الأيام، وأضاف الهندي أن سلسلة فنادق ماريوت الرياض تمتلك ٩٠٠ وحدة موزعة بين شقق وغرف فندقية، منوهاً بجهود هيئة السياحة بالتعاون مع هيئة الترفيه في عملية تنشيط القطاع والمساهمة في جذب السياح من مختلف دول العالم. وتحدث الهندي عن الخطة الاستراتيجية لمجموعة الفنادق بما يتوافق مع أهداف «رؤية ٢٠٣٠»، مشيراً من جهة ثانية إلى أهمية وجود تكامل وتعاون وثيق بين جميع فنادق ماريوت العاملة في أرجاء المملكة وكذلك مع منظمي الفعاليات وقطاع الشركات في شتى المجالات. كما تطرق السيد الهندي إلى موضوع السياحة المستدامة حيث أكد أن علامة ماريوت العالمية تولي هذه المسألة الاهتمام اللازم عبر ترشيد استهلاك الطاقة والاستعانة بالحلول البديلة عن الملوثات كألواح الطاقة الشمسية الصديقة للبيئة، علاوة على إطلاق برامج لحماية البيئة وذلك بهدف الوصول إلى اتجاهات سفر مستدامة ومبتكرة.

■ ■ ■ الخطوات المتسارعة في المملكة العربية السعودية انعكست

بطريقة إيجابية على القطاع الفندقى ■ ■ ■

السياحة وهيئة الترفيه وجهودهم الجبارة في تنشيط القطاع وجذب سياح من مختلف دول العالم.

استقطاب قطاعات جديدة

■ ما هي خططكم للحفاظ على الأداء المتميز ومستويات الإشغال نفسها؟

– تتركز أبرز الأهداف الاستراتيجية بما يتوافق مع «رؤية المملكة ٢٠٣٠» والتي تتمحور حول استقطاب قطاعات جديدة كالرياضة وقطاع الشركات الذين يتهافون بقوة لدخول سوق المملكة وتحديداً العاصمة الرياض. كما أننا نمتلك القدرة على استقطاب هذه الفئات نظراً لوجود قاعات ضخمة ولديها القدرة الاستيعابية.

تكامل وتعاون بين جميع فنادق ماريوت العالمية

■ هل سيكون هناك تكامل بين فنادق ماريوت الرياض وتلك الموجودة في الوجهات السياحية الأخرى؟

– بالتأكيد هناك تكامل وتعاون بين جميع فنادق ماريوت العالمية في مختلف مدن المملكة. ونحن على تواصل مع العديد من وكالات السفر التي تقوم بتنظيم برامج سياحية متنوعة تجمع ما بين السياحة الدينية والترفيهية وبذلك يتم زيارة مختلف مدن المملكة والإقامة في فنادق متعددة.

نطلق العديد من المبادرات الهادفة

■ كثر الحديث في الآونة الأخيرة عن «مستقبل السياحة المستدامة» ما تعليقكم على ذلك؟

– تولي علامة «ماريوت العالمية» أهمية كبرى لتطبيق معايير الاستدامة في مختلف فنادقها، ونحن بدورنا نطلق العديد من المبادرات الهادفة منها على سبيل المثال ترشيد استهلاك الطاقة والاستعانة بالحلول المستدامة والألواح الطاقة الشمسية. وبالتالي، لم يعد من الممكن صرف النظر عن هذه القضية ومن الضروري إطلاق برامج لحماية البيئة وتخفيف الانبعاثات السامة بهدف الوصول إلى اتجاهات سفر مستدامة ومبتكرة. ■



من اليمين: هاشم الجيلاني، نادر إبراهيم وأمين الهندي

■ في رأيكم ما مدى أهمية «معرض سوق السفر العربي» لقطاع الضيافة؟

– يعد سوق السفر العربي من أهم الفعاليات المتخصصة في السياحة، وشهدت النسخة الثلاثين منه حضوراً غير مسبوق، حيث تناول خبراء السفر مجموعة متنوعة من السياسات والتقنيات التي يمكن اتباعها لتشكيل قطاع سفر مستدام اقتصادياً وبيئياً للأجيال القادمة.

وبالتالي، تمكن القطاع السياحي من تخطي تداعيات الجائحة والتعافي بوتيرة أسرع من المتوقع، حيث عادت الحركة إلى طبيعتها وبوتيرة مشابهة للأرقام المحققة عالمياً خلال العام ٢٠١٩. أما بالنسبة للمملكة العربية السعودية تشهد هي الأخيرة نشاطاً سياحياً مميزاً بفضل الانفتاح الكبير على العالم الخارجي وإطلاق مشروعات حيوية تستقطب أعداداً كبيرة من السياح الراغبين في استكشاف المملكة والتعرف على الثقافة والتراث والتطور العمراني الضخم. كما أن الخطوات المتسارعة التي حققتها البلاد انعكست بطريقة إيجابية على القطاع الفندقى حيث بلغت معدلات الإشغال حدود مئة في المئة مدفوعة بسياحة الترفيه وسياحة الأعمال وقطاع الشركات نظراً للاستثمارات والمشروعات الضخمة المقبلون عليها، وهذا من شأنه تسريع وصول المملكة إلى تحقيق أهداف «رؤية ٢٠٣٠». كما أن التوجه الكبير للشركات العالمية لافتتاح مكاتب إقليمية في الرياض من شأنه زيادة الطلب ومعدلات الإشغال بجميع الفنادق العاملة في الرياض.

٩٠٠ وحدة موزعة بين شقق وغرف فندقية وكذلك يوجد قاعات اجتماعات ومركز مؤتمرات

■ كم يبلغ عدد الغرف في فنادق ماريوت الرياض؟

– يصل عدد الوحدات ٩٠٠ وحدة موزعة بين شقق وغرف فندقية وكذلك يوجد قاعات اجتماعات ومركز مؤتمرات. كما أنه في بعض المنشآت تبلغ معدلات الإشغال ما نسبته مئة في المئة.

وعلى الرغم من الأسعار المرتفعة يبقى الطلب كبير على مستوى الحجوزات، وذلك يعود إلى الأداء المتميز لهيئة تنشيط

EVERYWHERE YOU WANT TO BE!

FROM BEACH STAYS TO BURJ KHALIFA VIEWS,
WE'VE GOT IT ALL.



Rove Hotels thrives at the intersection of creativity and community. Enjoy cool co-working locations along with our trademark contemporary interior design, innovative facilities, fuss-free service, and sustainable amenities.

We are honoured to be nominated for three categories at the Business Traveller Middle East Awards 2023:

Best Lifestyle Hotel Brand in Middle East | Best Business Hotel in Dubai – Rove Expo 2020 & Rove Downtown | Best Budget Hotel Brand in the Middle East

For more information, visit rovehotels.com or call us on +971 4 561 9999.

EXPLORING
WITHOUT
BORDERS

[ROVEHOTELS.COM](https://rovehotels.com)

R O V E
H O T E L S

Mohamed Sodki

(General Manager City Seasons Al Hamra Abu Dhabi):

We are creating a sustainable travel experience

Mohamed Sodki, General Manager of City Seasons Al Hamra Abu Dhabi, 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 met Mr. Sodki and conducted the following interview in which he evaluated the tourism sector in UAE, expressing his point of view regarding sustainability, talking about the main features and characteristics that differentiate their property from other similar ones, and shedding light on their occupancy rate. Below is an extract from the interview.



“Our occupancy rate reaches above 80 percent during 2023”

• How do you assess the tourism sector in Abu Dhabi and the UAE?

- After two years of dramatic upheaval due to the pandemic, the tourism sector has experienced significant growth, particularly towards the end of 2022 and the beginning of 2023. The government's initiatives and DCT efforts to attract more visitors to the UAE, especially Abu Dhabi, have been commendable. The contribution of airlines, particularly Etihad & Emirates, in addition to Travel Agents and Tour Operators has also played a major role in boosting hotel occupancy.

• Sustainable tourism is a topic of discussion nowadays. What are your thoughts on this?

- At City Seasons Al Hamra, we prioritize sustainability by implementing green best-practices across our property. We focus on reducing our environmental impact through measures such as waste reduction, energy conservation, and responsible water usage. We have taken steps to eliminate plastic straws and single-use plastics, putting in place Food waste reduction program, Energy-saving guest room controls & ensuring a sustainable travel experience for our guests.

At City Seasons Al Hamra, sustainability is a top priority. We have implemented various green best-practices to minimize our environmental impact, including a comprehensive food waste reduction program, energy-saving guest room controls, water efficiency measures, and eliminating plastic straws & single-use plastics. Our commitment to sustainability sets us apart, providing guests with a sustainable travel experience that doesn't compromise on comfort or quality.

• What sets your property apart from others?

- Situated in Abu Dhabi's bustling commercial business district, City Seasons Al Hamra offers a serene and relaxing atmosphere while providing convenient access to major shopping and leisure centers. Our 4-star hotel boasts 310 elegant and spacious rooms and suites, ranging from Premium Rooms and Junior Suites to Deluxe Family Suites. Guests staying on the club floor enjoy exclusive privileges such as a private check-in/check-out area, access to a business center, and entry to the club lounge. Additionally, we offer complimentary access to a private beach located off-site. Our dedicated spa and gymnasium provide a sanctuary for relaxation and rejuvenation, allowing guests to escape the daily hustle and bustle.

• Are you satisfied with your occupancy rate in 2023?

- We are pleased to share that our occupancy rate has consistently remained above 80 percent throughout 2023, and we are committed to maintaining a positive occupancy rate in the coming months.

د. عمر جايد

(المؤسس والرئيس التنفيذي لمنتج «أطلس كراون»، وشريك «تايم هوتيلز» في المغرب):

أطلس كراون فريد من نوعه

وفكرة جديدة على مستوى السياحة في المغرب



من اليمين: محمد عوض الله ود. عمر جايد

«أطلس كراون» هو منتج سياحي مرموق يقع في منطقة تتميز بمناخ جذاب للاسترخاء في مكان هادئ وسط غابة من الأرز يبلغ عمرها حوالي مئة عام، ما يضفي على الموقع طابعاً فريداً ويمنح النزلاء إقامة خيالية عن طريق الاستمتاع بجمال الطبيعة ومناظرها الخلابة.

ولدى حديثنا مع د. عمر جايد المؤسس والرئيس التنفيذي للمشروع وشريك «تايم للفنادق» في المغرب، أكد أن هذه الشراكة هي الأفضل لتنفيذ هذا المشروع وسيحقق هذا التعاون مزيداً من النجاح والتألق في العالم السياحي، مشيراً إلى أنه سيستغرق ستة أشهر ليصبح قيد العمل، وهو يتألف من أجنحة فاخرة مدعمة بخشب الأرز وأجنحة فندقية ومركز للمؤتمرات بالإضافة إلى المساح الداخلية والخارجية. ثم تطرق جايد إلى ما يوفره هذا المنتج من راحة وتجربة سياحية فريدة لجميع النزلاء حيث سيتاح لهم ممارسة هواية ركوب الخيل والمشي في أحضان الطبيعة وكافة الأنشطة الرياضية.

■ كيف تصفون الشراكة مع «تايم للفنادق» الإماراتية؟

– تربطنا علاقة شراكة مع مجموعة «تايم للفنادق» لإدارة المنتج السياحي «أطلس كراون» الفاخر وهو عبارة عن منتج بيئي يضم ١٧ جناحاً فاخراً ويقدم العديد من الأنشطة في الهواء الطلق. ويوفر المشروع تجربة مختلفة للنزلاء كونه يتألف من مجموعة شاليهات مصنوعة من الحجر الطبيعي وخشب الأرز تماشياً مع المفهوم الأيكولوجي المعتمد في المشروع.

وفي ما يتعلق بالتعاون مع مجموعة «تايم للفنادق» وجدنا أنها الشريك الأفضل في هذا المشروع ذي المفهوم البيئي كونها تولي أهمية للطبيعة وإدخال العناصر البيئية في المشاريع السياحية. وبالتالي، تربطنا علاقة طويلة الأمد نظراً للتشابه الكبير فيما بيننا على مستوى الرؤى الاستراتيجية وطريقة العمل. ومن المتوقع أن يحقق هذا التعاون الكثير من النجاحات والانجازات على المدى الطويل.

■ سيتم افتتاح المنتج البيئي خلال ستة أشهر

■ ما هي الفترة المتوقعة لانتهاء المشروع؟

– بحسب المخطط الموضوع سيتم افتتاح المنتج البيئي خلال ستة أشهر وسيشمل ١٧ جناحاً فاخراً من خشب الأرز، ١٨ جناحاً فندقياً، مركزاً للمؤتمرات، مسجداً خارجياً وداخلياً. بالإضافة إلى بحيرة صناعية، منتج صحي وناوٍ للأطفال إلى جانب تقديم قوائم طعام عضوية. وأكثر ما يميز هذا المشروع أنه فريد من نوعه ويعد فكرة جديدة على مستوى القطاع السياحي في المغرب.

وجدير ذكره، أنه انطلاقاً من تخصصي في مجال الصيدلة وخبرتي في تربية الخيول العربية الأصيلة، قررت جمع كل هذه الخبرات ضمن هذا المنتج الفريد من نوعه وتوفير تجربة لا مثيل لها للنزلاء تضيفي المزيد من الراحة والاسترخاء في أحضان الطبيعة وركوب الخيل وممارسة هواية المشي.

كما يقع المنتج في المنتزه الوطني في إفران ويمكن للسائح الوصول إليه عبر مطار فاس القريب من مدينة إفران، حيث سيتمتع السائح بتجربة مميزة ومتكاملة وممارسة العديد من الأنشطة الرياضية في الطبيعة الخلابة. ■

TIME
HOTELS

HELLO SUMMER

Summer season is calling you with an amazing stay offer

Up to 35% Off

Around best cities in the world



TIME
HOTELS & RESORTS

TIME
Hotel Apartments

TIME
EXPRESS
HOTELS

TIME
Residence

www.timehotels.com

باتريك أنطاكي

(مدير تطوير العمليات في شركة (HOSPITALITY MANAGEMENT HOLDING)؛



تنضوي تحت مظلتنا علامات تجارية رائدة تلبي احتياجات قطاعات متنوعة من الحياة العصرية إلى الفاخرة

حاورت مجلة «البيان الاقتصادية» السيد باتريك أنطاكي مدير تطوير العمليات في شركة «أتش أم أتش للضيافة» HMM، فاعتبر أن المشاركة ضمن فعاليات معرض «سوق السفر العربي ٢٠٢٣» مهمة جداً لناحية المساهمة في توقيع اتفاقيات جديدة، إضافة إلى تعزيز عجلة التسويق لزيادة أعداد النزلاء في فنادق المجموعة، مشيراً إلى أن الشركة تضم في محفظتها عشرة فنادق موزعة على أربع دول عربية، وتعمل الشركة على تقديم تجربة استثنائية من أجل المساهمة في مواكبة النهضة السياحية التي تشهدها المنطقة العربية. وأضاف السيد أنطاكي في سياق آخر أن أبرز ما يميز HMM عن غيرها من الشركات هو تقديمها الدعم والمتابعة المباشرة والتواصل مع مالكي الفنادق، ما أكسبها سمعة جيدة وعزز من مكانتها في السوق بالإضافة إلى الشفافية والمصادقية في التعامل فضلاً عن توقيعها اتفاقية تعاون مع شركة متخصصة في المواقع الإلكترونية من أجل الارتقاء بعملية تسويق العلامات التجارية المحلية ومن ضمنها تطوير خطة التسويق الرقمي. وفي مجال المحافظة على البيئة وضعت الشركة مسألة تطبيق معايير الاستدامة ضمن أولوياتها. وذكر أنطاكي أن معدلات الإشغال في الفنادق تتراوح بين ٨٠ و ٩٠٪ نظراً لجودة الخدمات التي يحصل عليها النزلاء، أما في ما يخص المشاريع المستقبلية فتتم محادثات جارية مع جهات عدة للتوسع نحو أسواق مصر وليبيا وغيرها من الأسواق في المنطقة.



■ كيف تقومون بفعاليات معرض «سوق السفر العربي ٢٠٢٣»؟

– تشهد النسخة الحالية من المعرض حضوراً قوياً مع تسجيل زيادة بعدد المشاركين مقارنة بالنسخة السابقة، وهذا دليل واضح على نمو وانتعاش قطاع السفر والسياحة في الشرق الأوسط.

وفي الحديث عن تجربتنا كشركة متخصصة في إدارة الفنادق وسعيها المستمر للتوسع الاستراتيجي في المنطقة، تمكنا خلال مشاركتنا ضمن فعاليات هذا المعرض من توقيع خمس اتفاقيات ما يعزز التوسع الأفقي والعمودي للمجموعة. بالإضافة إلى تعزيز الجانب المتعلق بالتسويق لزيادة أعداد النزلاء تماشياً مع النمو المتسارع الذي تشهده فنادق المنطقة على صعيد معدلات الإشغال.

عشرة فنادق

■ كم يبلغ عدد الفنادق المنضوية تحت مظلتكم؟

– تضم محفظة شركة «أتش أم أتش للضيافة» عشرة فنادق تتوزع على الشكل التالي: ٤ فنادق في الإمارات، فندقين في السودان، فندق في الأردن وثلاثة فنادق في المملكة العربية السعودية. كما نقدم لمالكي الفنادق مجموعة واسعة من الحلول عالية المستوى، حيث تتوزع الفنادق بين فئة الفنادق الرخيصة (BUDGET HOTELS) وصولاً إلى تلك الفاخرة. ومن أبرز هذه الفنادق «فندق إيكوس» في إمارة دبي يتميز بالتصميم العصري ومجهز بالكامل بأحدث الحلول الرقمية والتكنولوجية، ويضم ٣٠٠ غرفة. بالإضافة إلى «فندق كورال» في الديرة و«كورال بيتش ريزورت» في إمارة الشارقة و«فندق باهي قصر عجمان».

■ أين تتمركز الفنادق التي وقعتم اتفاقيات إدارتها خلال مشاركتكم في معرض «سوق السفر العربي ٢٠٢٣»؟

– تتركز هذه الفنادق في المملكة العربية السعودية وتتوزع بين ينبع، المدينة ومكة. حيث نتطلع إلى تزويد ضيوفنا بتجربة استثنائية وأقصى درجات الراحة والرفاهية بالإضافة إلى مساهمتنا في النهضة السياحية التي تشهدها المملكة مؤخراً لما نمتلكه من خبرات في هذا المجال.

المصادقية والشفافية في العمل

■ ما الذي يميز المجموعة عن مثيلاتها؟

– تنضوي تحت مظلتنا خمس علامات تجارية رائدة تلبي احتياجات قطاعات متنوعة من السوق، من الحياة العصرية إلى الفاخرة. كما أن الدعم والمتابعة المستمرة والتواصل المباشر مع مالكي الفنادق أكسبنا سمعة حسنة وعزز من موقعنا في السوق، إلى جانب

المصادقية والشفافية في العمل اللتين جعلتا من الشركة الشريك الأمثل لكبرى العلامات التجارية. بالإضافة إلى ذلك، وقعنا مؤخراً اتفاقية تعاون مع شركة متخصصة في المواقع الإلكترونية لإدخال تعديلات جذرية على الموقع الإلكتروني للشركة بهدف الارتقاء بطريقة تسويق العلامات التجارية المحلية بطريقة مشابهة لتلك العالمية.

ومن جهة أخرى، أدخلنا تغييرات كبيرة على استراتيجية إدارة العوائد، فضلاً عن تطوير خطة التسويق الرقمي لفنادقنا لتصبح متاحة بشكل أكبر على المواقع الإلكترونية الخاصة بالحجوزات أسوة بالفنادق العالمية.

فندق «إيكوس» ... المثال الأبرز

■ سلّطت النسخة الحالية من المعرض الضوء على دور القطاع السياحي في تطبيق مبدأ الاستدامة. ما هي المبادرات التي تقومون بها في هذا الجانب؟

– بات من الضروري خلال هذه الحقبة وضع معايير الاستدامة ضمن أولويات أي جهة عاملة في قطاع السياحة والسفر والفندقة. وبالتالي، لا يمكن لأي منشأة سياحية الاستمرار في عملها دون الأخذ بالاعتبار تطبيق معايير الاستدامة والمحافظة على البيئة. ونحن بدورنا نولي أهمية كبرى لهذا الجانب، والمثال الأبرز على ذلك فندق «إيكوس» الذي يتبنى مفاهيم الاستدامة في مجمل الخدمات التي يقدمها على مستوى الحجوزات وطلب قوائم الطعام من خلال استخدام الحلول البرمجية والرقمية، كما أن جميع المواد والمنتجات المستخدمة هي قابلة لإعادة التدوير.

معدلات إشغال مرتفعة تتراوح بين ٨٠ و ٩٠٪

■ كيف تقومون بمعدلات الإشغال؟

– تحقق معظم الفنادق المنضوية تحت مظلتنا معدلات إشغال مرتفعة تتراوح بين ٨٠ و ٩٠٪، وذلك يعود إلى الخدمة المميزة وحسن استقبال الضيوف، وهذا يؤدي دائماً إلى وقوع الاختيار على فنادقنا نظراً لحصول النزلاء على خدمات فندقية راقية ومميزة.

نجري محادثات للتوسع نحو أسواق جديدة

■ ما هي أبرز مشاريع شركة «أتش أم أتش للضيافة» التوسعية خلال المرحلة المقبلة؟

– نحن في صدد إجراء محادثات مع جهات عدة للتوسع نحو السوق المصري، ليبيا، وأسواق أخرى لزيادة حضور «أتش أم أتش» في المنطقة بصورة أوسع. مع حرصنا على التوسع نحو وجهة واحدة على الأقل كل عام. ■



CAPTURE EVERY SHANGRI-LA MOMENT WITH A PICTURE-PERFECT STAY

Imagine a stay that is as breathtakingly beautiful as the views from your window. Located in the heart of Dubai, Shangri-La's Picture-Perfect room offers guests an opportunity to experience a staycation like no other.

Immerse in breathtaking views of the iconic Burj Khalifa and Dubai's stunning skyline as you fire up your favourite playlist, pick a book off the shelf and settle into a beautifully designed corner to take that perfect shot before indulging in special in-room breakfast menu made just for you.



For reservations, please call +971 4 343 8888
or email reservations.sldb@shangri-la.com
shangri-la.com


SHANGRI-LA
DUBAI

صالح البطاينة

(فندق ومنتجع Sharq Village & SPA, A Ritz-Carlton Hotel – قطر):

أصبحت قطر مقصداً سياحياً لمختلف دول العالم



يشتهر فندق ومنتجع Sharq Village & SPA, A Ritz-Carlton Hotel الراقي بخدماته المميزة وغرفة العصرية. وحاورت مجلة «البيان الاقتصادية» مديره العام صالح البطاينة فقال أن قطاع السياحة يشهد تطوراً في دولة قطر كونها أصبحت مقصداً سياحياً جاذباً لا سيّما بعد النجاح الذي حققته خلال استضافة بطولة كأس العالم ٢٠٢٢، حين توافدت الأعداد الكبيرة من جميع أنحاء

العالم. أما في ما يتعلق بفندق شرق من ريتز كارلتون، أوضح البطاينة أنه ينفرد بطابع خاص ويمنح القاطنين أجواءً من الراحة والهدوء فضلاً عن حرصه على مواكبة الفعاليات الجديدة وتقديمه أرقى الخدمات لإرضاء رغبات العملاء وتحقيق تطلعاتهم، ناكراً أن نسب الإشغال بلغت حدود الـ ٨٠٪ مؤخراً. ولفت البطاينة إلى التعاون مع شركات من كافة دول العالم وخصوصاً من الصين وروسيا وألمانيا. وأخيراً تطرق إلى الدعم والاهتمام اللذين تؤمنهما الدولة للقطاع الفندقي بهدف تنشيط الحركة ورفع نسب الإشغال بهدف الارتقاء بالقطاع الفندقي والسياحة.

ريشارد حداد

(مجموعة إشراق للضيافة ISHRAQ HOSPITALITY):

نتبنى نهجاً مختلفاً واستراتيجية واضحة لتطوير القطاع السياحي



تتمتع مجموعة إشراق للضيافة ISHRAQ HOSPITALITY بخبرة تفوق العشر سنوات في تشغيل أرقى الامتيازات الفندقية العالمية في دبي وهي ذراع إدارة الأصول وقسم الضيافة لمجموعة محمد وعبيد الملا، وتضمّ محفظتها سلسلة من فنادق هوليدي إن إكسبريس وكراون بلازا وغيرها التابعة لمجموعة فنادق إنتركونتيننتال.

ريشارد حداد الرئيس التنفيذي للمجموعة، يتمتع بمسيرة مهنية متميزة في الشرق الأوسط تولى خلالها العديد من المناصب الإدارية المرموقة عبر مجموعات فندقية مشهورة في أنحاء المنطقة. وفي حوار شيق لمجلة «البيان الاقتصادية» شرح السيد ريشارد الخطة التوسعية لمجموعة إشراق للضيافة وأكد أن وجود المجموعة في الإمارات حماها من الأحداث وأبعد عنها المشاكل الاقتصادية والسياسية وذلك بفضل الاستقرار والأمن الموجودين في الدولة. وفي نطاق آخر أفاد ريشارد حداد أن ما يميّز محفظة المجموعة هو استراتيجيتها بطرح نموذج جديد بالإضافة إلى الاعتماد على الأداء المميز واتباع نهجاً مختلفاً يعتمد على المجتمع ويحافظ على البيئة ويلجأ إلى الحوكمة.

Andreas Wissdorf (Multi Property General Manager Marriott International - Kuwait)

Kuwait's market has tremendous potential, and Marriott offers hospitality solutions that cater to diverse clientele needs

With hospitality leadership experience spanning more than 30 years in international hotel operations, Andreas Wissdorf, Multi Property General Manager for Marriott International – Kuwait, brings a wealth of experience in international hotel operations including multi-unit management and a track record of leading profitable hotel operations next to outperforming market share indices. Over the years, Mr. Wissdorf has been awarded a lot of recognitions, such as the General Manager of the Year Award, the General Manager Leadership Excellence Award, Hotel of the year Awards, next to leading the Marriott Business Councils for the Middle East & Africa for 5 years, all of which demonstrate his commitment to the hospitality industry. Al Bayan Magazine met Mr. Wissdorf in Dubai during ATM and following is the interview conducted.

• **How do you evaluate the hospitality sector in Kuwait?**
Kuwait has a lot of potential. As a country with a broad range of activities, especially in oil & gas, finance & investment, corporate accounts form the largest percentage of the hotel business. This is in addition to the healthcare sector. In terms of tourism, Kuwait is a favorite destination for many GCC families. There are wonderful shopping opportunities in the country, from modern malls to traditional souks, as well as entertainment opportunities. The leisure business is also driven by strong family ties in the GCC, as they visit each other frequently.

• **What makes Marriott International different from other hotel chains?**

Marriott was one of the first companies in Kuwait to start hotel operations. Most people do not know that Marriott started with a cruise ship docked in Kuwait because at the time, there were not enough hotels to fulfill demand, so a branded cruise ship was used as a floating hotel. A few years later, Marriott entered the market with the conversion of the Le Meridien Hotel to the JW Marriott. Afterward, the Courtyard and Residence Inn hotels were opened in the heart of the Financial Centre, and recently we opened the first-of-its-kind Marriott Executive Apartments in Kuwait City. It is a luxury serviced apartment brand that is very successful across the GCC. It is important to note that Kuwait Sheraton and Luxury Collection were probably one of the first and most established hotels in Kuwait. They still thrive today after extensive renovations and form part of the Marriott brand portfolio which features 31



brands worldwide. The company's 31 brands offer diverse offerings, from economy to mid-tier to upper luxury, from leisure resorts to business hotels, making them unique among other hotel chains.

• **What is your strategy to attract more visitors to your properties in Kuwait?**

Each of our brands makes a promise to our customers. Marriott is known for its diverse brands which cover the previously mentioned various segments, and one of our strategic initiatives is positioning our hotels accordingly in order to provide as much variety as possible in terms of offering hotels tailored to the customer's needs. This makes us a player in all major segments, offering solutions at different price points. Furthermore, Marriott Bonvoy, our loyalty program, is one of the leading loyalty programs in hospitality, and a strong driver of preference.

* **Did the hospitality sector pick up in Kuwait post Covid?**

The hospitality industry has been recovering. As a result of the pandemic, Kuwait had a tough lockdown and 2022 was marked as a year of recovery. The process started slowly with some restrictions, but by 2023 everything had returned to normal. The last quarter of 2022 and the first quarter of 2023 were really promising with good demand and occupancy rates. The holiday season in February was very strong for the entire market, especially our hotels. However, we saw a slowdown during Ramadan, but hopefully, for the remainder of 2023, we will continue to close the gap to pre-pandemic levels.

Michael Mounir (The Ritz-Carlton, Bahrain)

We live what we believe and we treat our guests with the same genuine care & respect that we give to our own family

It takes significant experience to be a leader in the hospitality industry, and Michael Mounir, Assistant Director of Sales at The Ritz-Carlton, Bahrain has plenty. Leading with passion and ambition, he has sought to develop the hotel in a way that is commensurate with its unique position, and continue to provide its guests with the authentic hospitality experience. His vision of a new tomorrow and a better future has always been unhindered, and his ability to transform challenges into meaningful opportunities has heightened a sense of self-reflectiveness. He is a real team player and a very professional and courteous individual. His vision adds value to The Ritz-Carlton, Bahrain which makes him a true asset to the hotel. His exceptional analytical skills and farsightedness give him an edge. He is an excellent decision-maker and has proved himself on many occasions through innovative thinking. Al Bayan Magazine met Mr. Mounir and following is the interview conducted.

• How do you evaluate the hospitality sector for 2023?

- As Anthony Capuano, President and Chief Executive Officer of Marriott International, Inc., stated, "We are off to a great start." The lifting of travel restrictions around the world significantly increased demand in the region during the first quarter of the year.

The hospitality industry's recovery is largely due to guests' growing desire to travel and spend money on leisure activities like hotel stays and dining after the pandemic. At The Ritz-Carlton, Bahrain under our visionary leader, Bernard de Villèle, General Manager, we continue to adapt to the dynamic needs and requirements of our guests with innovative activities and facilities. From luxurious accommodations including private beachfront villas, exclusive beach club facilities and sea-inspired Ritz-Carlton Spa, each guest is spoilt for choice. In addition, we have a vast selection of award-winning restaurants that spans the globe, each with a dedicated team of culinary and service professionals.

The hospitality sector is also being affected by how well the global economy is doing. Consumers may have more money available to spend on travel and leisure activities if the economy continues to recover from the pandemic-related downturn.

Businesses that are able to change with the times and come up with new ideas are more likely to succeed in the end. For instance, consumers who are concerned about their health and safety will find at our hotel and restaurants contactless check-in, mobile ordering, and other digital technologies to be more appealing.

Overall, we are confident that the business' recuperation in 2023 will be at or even better than pre-pandemic levels as long as travel and economy remains stable and continues to grow stronger.

• Lately, we are talking about "Future of sustainable tourism". What do you think about it?

- Sustainable tourism is a way to travel that promotes economic and social benefits while minimizing the negative effects of tourism on the environment, local communities, and cultures. The demand for environmentally friendly tourism is likely to rise in the future as people become more aware of social and environmental issues. Many people are looking for ways to reduce their carbon footprint, including by traveling, as they become more aware of the impact that human activity has on the environment. The industry offers valuable chances to appreciate travel while limiting ecological effect. We have seen this when

booking our flights and we are given the option to select flight with less carbon emission.

Preservation and celebration of local cultures, traditions, and customs are also at the heart of sustainable tourism. Many tourists are looking for experiences that support local communities while also providing authentic cultural experiences. The Ritz-Carlton, Bahrain is one of the kingdom's pioneers when it comes to sustainability and social responsibility. We recently hosted multiple Farmers Market during the season where we celebrated artisans and farmers who brought the local taste and traditions to our guests and their families.

As a growing number of travelers become aware of the effects of their actions and look for ways to travel responsibly, the future of sustainable tourism appears promising. In addition, the tourism industry is recognizing the significance of sustainability and taking steps to support local communities while simultaneously minimizing its impact on the environment.

Legendary Service

• What makes your property different from others?

- A solid marketing strategy that effectively communicates the hotel's unique selling points and targets the appropriate audience is definitely essential for maintaining positive occupancy in the hotel. Our team ensures that our hotel is visible both regionally and internationally, with compelling stories to entice guests to visit the property.

Technology has emerged as an essential component of the hospitality sector following the global pandemic. Hotels can increase occupancy rates by implementing technologies like online booking systems, mobile apps, and contactless check-in. These technologies make it easier and more convenient for guests to check in. All of the industry knows that and they all do the same. However, what truly sets us



apart from the competition is our genuine care. The Ritz-Carlton is not only known for providing exceptional product but more so, for its legendary service. Recognizing that luxury is in the guest's emotions, the level of personalized service has never been more important, and that is what empowers our team to create unforgettable moments that guests have come to expect, leaving them with indelible marks which ultimately makes them Ritz-Carlton guests for life. Our Ladies and Gentlemen are handpicked and prepared to make a positive guest experience from the moment they join the company. We instill and practice the most incredible culture. We live what we believe, and we treat our guests with the same genuine care and respect that we give to our own family.

• What are your expectations for 2023 and what is your strategy to have always a positive occupancy rate?

- Hospitality trends are in constant evolution, therefore, it is important to nurture our ability to innovate and improve the Ritz-Carlton experience. We are also creating sustainability programs to ensure that we remain relevant in the market.

New hotels are opening up while the demand remains the same, and so we have to manage market share and a strong RevPar index. Amazing projects are on the pipeline for 2023 for our loyal guests

and members. We are in constant discussion with the hotel ownership for further enhancement projects for the hotel. Interesting food concepts are already in the works and the team constantly creates impressive room packages and offers. We will also continue our collaboration with the best brands out there to give guests an elevated experience that is more than just rest and relaxation. Be it our Royal Beach Club initiative, The Ritz-Carlton Spa offers, or the Ritz kids campaign, our aim is to help the community to progress.

It is also worth noting that our employee and guest engagement is paramount to our success. Having a loyal customer base, we will continue to hold the leading name in luxury hospitality.



Fernando Eiroa

(CEO – Dubai Holding Entertainment):

We want to contribute to make the planet a much better place to live in

Fernando Eiroa is the Chief Executive Officer of Dubai Holding Entertainment, one of the largest and most diversified entertainment groups in the MENA region. Dubai Holding Entertainment's portfolio comprises Dubai's leading leisure attractions, as well as media and entertainment platforms and venues such as Ain Dubai, Global Village, Motiongate, Legoland Parks, Lapita Hotel, Arabian Radio Network (ARN), Roxy Cinemas, Coca-Cola arena, amongst others. Fernando brings over two decades of solid knowledge in the Entertainment and Leisure Industry and a passion for positive change. He combines sound international leadership experience with being an accomplished team player. At Dubai Holding Entertainment, Mr. Eiroa is tasked with leading the company's innovation strategy and overseeing operations at attractions, as he spearheads innovation strategy for the business, as well as ensuring the delivery of operational excellence. Purpose-driven talent development is a priority for Mr. Eiroa, with the objective of surpassing the highest levels of customer satisfaction throughout the company's leading entertainment venues and attractions, as the company ushers in an exciting new era. Al Bayan Magazine met Mr. Eiroa during ATM and conducted the following interview.



• **What is the added value behind your participation at the Arabian Travel Market?**
- I believe this is a great opportunity for us to showcase everything we are doing and all the attractions we have to our customers and partners. ATM is a travel and tourism b2b event and important platform unlocking business potential within the Middle East for inbound and outbound tourism professionals. Tourism destinations from the Middle East and around the world showcase a diverse range of accommodation options, breathtaking tourism attractions and new airline routes at this major event. Thus, it is always essential for us to participate in ATM every year.

Sustainability is a very important part of our agenda

• **Lately, we are talking about Future of Sustainable Tourism. What do you think about it?**

- We have a very strong strategy around this not only in Dubai Holding Entertainment but also in Dubai Holding Group. We are putting together our themes for the next few years, emphasizing on conversation, water, energy, emissions, etc... Sustainability is a very important part of our agenda because we want to contribute to make the planet a much better place to live in for us and our children. It is quite important to address how the travel industry needs to adapt to tackle the issue of climate change and meet current regulations by implementing new sustainable policies, funds and support.

• **To what extent are you supporting the tourism sector in Dubai to attract more visitors?**

- We are a key component of that, the amount of attractions and the number of experiences that we offer to customers coming to Dubai is amazing. We are the largest group in the region, we cater experiences and attractions for all demographics and a very clear example of this is Global Village, we brought more than 9 million people to it this season. At Global Village, we bring the world to Dubai with the best entertainment, shopping, dining experiences, and attractions designed to keep visitors enthralled all season long. We celebrate diversity and creativity that makes the world so wonderful.

• **What will be your strategy to attract more people to come and visit Dubai?**

- In the last three years, we have done a lot of things. We try to keep the destination fresh and bring something new every year. In the Coca-Cola Arena for instance, we have had record year in terms of shows, concerts, etc...

Also, at Dubai Parks and Riverland, we brought new experiences in F&B by opening six restaurants as well as the world's largest inflatable park called JumpX, one of the largest indoor playgrounds in the region, Dino Mania which is the latest addition to Dubai Parks and Resorts, making it the ultimate destination for endless family fun, with over 100 thrilling rides, attractions, and live entertainment across the destination. Moreover, we opened LEGOLAND Hotel, and two main roller coasters. Thus, we keep adding attractions and experiences just to keep the offering fresh and we try to satisfy and meet as much as possible the needs and desires of our customers.

Elias Moukarzel

(General Manager Fairmont Amman):

We pride ourselves at Fairmont Amman as a green key hotel

Elias Moukarzel is the general manager of Fairmont Amman. He has been in the hospitality industry for more than 20 years, and he has a passion working with people and a track record of successfully managing luxury, world class hotels.

In order to fulfill his desire to succeed above and beyond expectations, he is constantly looking for methods to contribute his well-established luxury and upscale abilities, fantastic entrepreneurial skills, exceptional strategic planning, and strong drive in producing perfection.

Mr. Moukarzel discussed the future of sustainable tourism during a Q&A session with Al Bayan magazine of the sidelines of ATM 2023 Dubai. He also discussed the distinctive qualities and features that make Fairmont Amman remarkable and noteworthy, as well as their occupancy rate. An account of the interview is provided below.



• **Lately, we are talking about Future of Sustainable Tourism. What do you think about it?**

- Even before covid-19, people began to consider the environment and give back to the planet. Evidently, corona helped us get back to our roots, true values and priorities. We take great satisfaction in being a green key hotel here at Fairmont Amman. With the plastic ban and other environmental efforts, we definitely have a lot going on. Sustainability is therefore a trend, and we are making progress in that regard.

• **What makes your property different from others?**

- Our superior product and outstanding people continue to set apart and creating enduring impressions.

The hotel has a very upscale appearance and feel, and we have a large room inventory, which has helped us to become a major player in the hospitality industry in Jordan.

Our restaurants and bars are among the best in the business, and the spa is exceptional.

The five star luxurious Fairmont Amman offers modern design and unrivaled views of the breathtaking hills of Amman. It is conveniently located on the fifth circle and near Abdoun. The hotel offers a range of exceptional venues, with a diverse range of gastronomical experiences, such as NUR Lebanese, Caprice groovy room, which fuses art, music and culture. Our Salt steakhouse brings the essence of meat cuts with a world class dining experience. Through striking bamboo ceilings, Tsuki takes exquisite Asian cuisine to the next level, while Nasim rooftop lounge offers Euro-Latin cuisine under the open skies.

• **How do you evaluate your occupancy rate?**

- The Jordanian market as a whole is flourishing and leisure business is back again in high demand. Amman is undoubtedly from this with a lot of business from corporations since Dead Sea, Petra, Wadi Rum and Aqaba are rock and roll destinations. As a result, we are doing incredibly well.

• **Do you think you will benefit from the travelers who will be visiting destinations near Jordan?**

- I firmly believe that future tourists won't stick to visiting just one place. They will travel to different areas in the region before visiting Jordan. They therefore hop in various cities as they travel. We shall all benefit from the gulf increased tourism potential boost, without a doubt.

• **What is your strategy to always have a positive occupancy rate?**

- We are getting back to being a deep spot to connect in Amman by beginning with a unique Food and Beverage approach and upscale offerings.



History and modern elegance merge in a unique way. The iconic Belle Epoque Landmark is a stone's throw from the old town and offers spectacular views over the Swiss Alps.

The hotel features 136 rooms and exclusive suites on the shores of Lake Lucerne.

Inspired by the beauty of the natural surroundings and focusing on local seasonal highlights, Modern French inspired restaurant Colonnade, vibrant MOzern Bar & Brasserie, refined six-seat Japanese Minamo, and Mediterranean-style restaurant Quai 10 delight with unparalleled dining experiences.

Indulge in an ultimate luxury getaway in the pocket sized Switzerland with exceptional service and timeless heritage.

زينة منعم

(مديرة التسويق والمبيعات فندق موفنيك - بيروت MOVENPICK - BEIRUT)؛

فخرون كقطاع خاص في لبنان بالجهود الفردية التي نقوم بها والتي تؤتي ثمارها



يُعتبر فندق موفنيك - بيروت MOVENPICK - BEIRUT أحد الخيارات الفضلى لزائري بيروت، فهو يوفر جواً مناسباً للأسر والعديد من سبل الراحة من أجل إقامة مميزة.

وانطلاقاً من واقع القطاع السياحي في لبنان، كان لمجلة «البيان الاقتصادية» لقاء مع السيدة زينة منعم مديرة التسويق والمبيعات في الفندق استعرضت خلاله جهودية قطاع الضيافة لاستقبال الزوار من كافة أنحاء العالم وهذا ما تبيّنه الأرقام من خلال نسبة الحجزات، وبعد تقديمها نبذة عن موقع الفندق ونشاطاته ومميزاته أشارت إلى أن المغترب اللبناني هو الذي يتصدر قائمة الوافدين إلى لبنان، أما قائمة الحجزات في الفندق فتتضمن جنسيات مختلفة عربية كالعراق والأردن ودول الخليج، وأجنبية كالسياح من الدول الأوروبية والأمريكية وبخاصة البرازيل. وفي نطاق آخر، أوردت منعم بعض المطالب التي تأمل تحقيقها من قبل وزارة السياحة وعلى رأسها تقديم الدعم المعنوي في ظل غياب الدعم المادي، فالقطاع الفندق في الفترة الأخيرة يعتمد على مبادرات القطاع الخاص الفردية من خلال المشاركة في الفعاليات العالمية للتسويق للدولة والخدمات المقدمة من قبل قطاع الفنادق. وأضافت أن هناك تحديات كبيرة تواجه القطاع منها غياب المعنيين من ذوي الشأن وارتفاع تكاليف التشغيل.

■ ■ ■ نبقى مثلاً يحتذى به بحسن الضيافة والخدمات الراقية ■ ■ ■

الدعم المعنوي وتعزيز التواصل

■ ما هي مطالبكم من وزارة السياحة؟

— نحن على دراية أن النقص في الإمكانيات المادية يحول دون قدرة الوزارة على دعم القطاع الفندق، إلا أن كل ما نطلبه هو الدعم المعنوي وتعزيز التواصل فيما بيننا من خلال العلاقات التي تجمع الوزارة بالخارج. والأهم من ذلك، يتوجب على الوزارة التسويق للبنان كوجهة سياحية لجذب الزوار من جنسيات مختلفة. في حين أن المبادرات تبقى ضمن الجهود الفردية حيث نشارك في الفعاليات العالمية للتسويق للدولة والخدمات التي يقدمها قطاع الفنادق.

كما أود تسليط الضوء على نقطة مهمة في هذا الصعيد هو أننا فخورون كقطاع خاص في لبنان، من وكالات سفر وفنادق بالجهود الفردية التي نقوم بها والتي تؤتي ثمارها في التسويق للسياحة في لبنان وأماكن الجذب في ظل غياب تام للمعنيين وارتفاع تكاليف التشغيل وعلى رأسها الطاقة، حيث نعتمد بنسبة كبيرة على المولدات لضمان استمرارية أعمالنا رغم ما يدور من حولنا من تحديات على الصعيد كافة.

وبالرغم من كل هذه المشاكل نبقى مثلاً يحتذى به بحسن الضيافة والخدمات الراقية والكوادر البشرية المتخصصة التي توفر أرقى الخدمات للسياح، ولكن كل ما نحتاجه هو خطة تسويقية متكاملة لمقومات الجذب السياحية التي نتميز بها. ■



مزيج من المغتربين اللبنانيين وجنسيات مختلفة

■ هل لاحظتم أن أغلبية السياح هم من المغتربين أم سياح من جنسيات مختلفة؟

— يتصدر المغترب اللبناني قائمة الوافدين إلى لبنان، ولكن بالنسبة لقائمة حجزاتنا هناك جنسيات مختلفة مثل العراق، الأردن ومؤخراً بدأنا نلاحظ إقبالاً من دول مجلس التعاون الخليجي إلى جانب بعض السياح الأوروبيين ومن أميركا اللاتينية كالبرازيل.



FOUR SEASONS

HOTEL

DUBAI INTERNATIONAL FINANCIAL CENTRE

FEEL THE HEARTBEAT OF DIFC

Follow the beat to the heart of Dubai's fashionable restaurant, art and cultural scene. Dubai's electric energy is yours.

Book your stay and enjoy exclusive beach and pool access at Four Seasons Resort Dubai at Jumeirah Beach.

Delve into Dubai



FSDubaiDIFC

سامر الحمصي

(المدير العام لفندق متروبوليتان - دبي METROPOLITAN HOTEL DUBAI)؛

متروبوليتان دبي الخيار الأمثل للباحثين عن الترفيه وسياحة الأعمال والسياحة العائلية



يتميز فندق متروبوليتان - دبي METROPOLITAN HOTEL DUBAI بموقعه الرائع وهو من فئة ٤ نجوم، ويحظى بإقبال كبير من الزوار الوافدين إلى دبي، كما أنه يُعد من الفنادق الحاصلة على تقييم جيد جداً لناحية الموقع، النظافة، الراحة وطاقم العمل.

وفي حديث خاص مع السيد سامر الحمصي المدير العام للفندق أوضح أن النشاط السياحي مستمر في التحسن منذ انحسار جائحة «كورونا»، إذ تشهد الفنادق نسبة إشغال جيدة كما أثنى على دور هيئة السياحة في التسويق للإمارة وتقديم الدعم لقطاع الضيافة. أما بالنسبة للمنافسة بين الفنادق أشار الحمصي إلى أن كل فندق له استراتيجية خاصة لناحية السعر ونسبة الإشغال فالبعض يعطي أولوية للأسعار في المقابل البعض الآخر يهتم ارتفاع نسبة الإشغال. وفي ما يتعلق بموضوع البيئة أورد أن الفندق يهتم بمسألة الاستدامة والحفاظ على البيئة من خلال مبادرات معينة منها عملية إعادة تدوير بعض المواد. وعن معدلات الإشغال في الفترة الحالية أبدى الحمصي رضاه عن النسب المحققة آملاً الوصول إلى معدلات أعلى نظراً للمقومات التي يتمتع بها الفندق، وأخيراً قال إن لدى الفندق برنامج ولاء خاص بمجموعة فنادق الحبتور وهو يقدم للنزلاء عروضاً مميزة وحسومات على الغرف والمطاعم.

– يعتمد كل فندق استراتيجية خاصة به فمنها من يعطي أولوية لمعدلات الإشغال على حساب السعر، والبعض الآخر يحافظ على معدلات تسعير محددة بصرف النظر عن نسب الإشغال المحققة.

مجموعة من المبادرات والبرامج الهادفة

■ سلط المعرض في دورته الحالية على دور القطاع السياحي في تحقيق الاستدامة. ما هي الخطوات التي تقومون بها مواكبة لهذا التوجه؟

– لا شك أننا نعطي أولوية لموضوع الاستدامة والمحافظة على البيئة من خلال مجموعة من المبادرات والبرامج الهادفة كعملية إعادة تدوير بعض المواد وغيرها من المبادرات.

■ هل أنتم راضون عن معدلات الإشغال المحققة؟

– نسعى وبشكل مستمر للوصول إلى معدلات أعلى من المحققة حالياً رغم أنها نسب جيدة ومرتفعة، انطلاقاً من مقومات الفندق الجاذبة التي تتيح له استقطاب زواراً من مختلف الأسواق.

برنامج ولاء خاص بمجموعة فنادق الحبتور

■ هل لدى الفندق برنامج ولاء؟

– لدينا برنامج ولاء خاص بمجموعة فنادق الحبتور، والذي يوفر للضيوف عروضاً خاصة وحسومات مميزة على الغرف والمطاعم. ■



البيان ■ كيف تقومون النشاط السياحي في دولة الإمارات؟

– لمسنا تحسناً كبيراً في الحركة السياحية بعد انحسار جائحة «كوفيد-١٩» وتقليص قيود السفر بين الدول. حيث تشهد معظم الفنادق معدلات إشغال مرتفعة مشابهة لتلك المحققة ما قبل الأزمة. كما أن لهيئة السياحة دوراً بارزاً في التسويق للدولة وإمارة دبي وتقديم كامل الدعم لقطاع الضيافة.

هزمة متنوعة ومتكاملة

■ ما الذي يميز فندق متروبوليتان دبي عن مثيلاته؟

– الموقع الاستراتيجي والخدمات المميزة والراقية التي تتوفر في الفندق تشكل عامل جذب للنزلاء. إلى جانب وجود مجموعة من التسهيلات والمرافق المتنوعة كالحرف الفاخرة المجهزة بالكامل والمطاعم وقاعات

الاجتماعات، فضلاً عن حوض سباحة ضخم ما يجعل متروبوليتان دبي الخيار الأمثل للباحثين عن الترفيه وسياحة الأعمال والسياحة العائلية.

وانطلاقاً من موقع الفندق المميز على طريق الشيخ زايد وقربه من محطة المترو تجعلانه صلة الوصل بين أماكن الجذب المحيطة به.

كل فندق يعتمد استراتيجية خاصة به

■ في رأيكم، هل المنافسة القوية في السوق تزيد من معدلات الأسعار؟

Gaudéric Harang

(General Manager - Anantara Hotels, Resorts and Spas)

Anantara is committed to creating luxury travel experiences that benefit the environment & local communities

Gaudéric Harang, General Manager at Anantara Hotels, Resorts and Spas, is a driven and passionate leader with strong operational and strategic experience in Europe, North America and Asia. He is a creative, innovative and social chameleon, dedicated to best in class guest service. In a Q & A with Al Bayan Magazine on the sidelines of the Arabian Travel Market held in Dubai, Mr. Harang talked about the importance behind their participation at the show, evaluating the hospitality sector for 2023, expressing his point of view concerning Sustainable Tourism, as well as his outlook and expectations for 2023. Following is an extract from the interview.



• **What is the importance behind your participation at the Arabian Travel Market?**

- I am very happy about the attendance this year, it is the busiest ATM I have ever seen and this is a great sign of recovery for the industry and shows that everything is really coming back together and getting much better. The importance of the show this year is that it focuses on working towards net zero especially that this subject is extremely crucial to ensure that we have a sustainable future of travel.

• **How do you evaluate the hospitality sector for 2023?**

- For UAE, we have had fantastic performance over the last couple of years. The country has opened all the time during Covid and this has helped a lot to create awareness about it and to bring so much people in the country, and, as you know, the Arabic culture is a culture of hospitality and this plays a big role in attracting people to come and visit UAE.

• **Lately, we are talking about the "Future of Sustainable Tourism". What are you doing in this regard?**

- Anantara Hotels, Resorts & Spas is constantly reinforcing its commitment to environmental, social and cultural conservation. To accomplish this, Anantara has established in-depth policies, procedures and initiatives with respect to water conservation, energy conservation, waste management, health and safety, quality and social culture. Anantara's wide diversity of destinations across Africa, Asia, the Indian Ocean and the Middle East means the brand operates amidst many different cultures, wildlife species and environments. One thing that all of these places have in common, however, is the need to ensure that tourism is operated in a way that is sustainable for the people that live there and for future generations of residents and travellers. Therefore, Anantara has always been committed to creating luxury travel experiences that also benefit the environment and local communities. All of Anantara's properties worldwide immerse themselves in local initiatives that give back to the community and environment, thereby enhancing the social and environmental surroundings of each Anantara destination. Moreover, Anantara pledged a 75 percent reduction in single use plastic by 2024 and are well on track to achieving this with many hotels, and we are working on reducing food waste in production and presentation as well as using composting and other technologies to ensure the waste can be upcycled and used in the hotel grounds or local community farms as fertilizer.

• **What are your expectations for 2023?**

- For 2023, we are pushing a lot, especially towards the end of the year, a full recovery of travel and trying to ensure that we get more from the Latin American market and much more from the European market.

Jérémie Lannoy

(Cluster Director of Marketing & Communications -

Anantara Dubai Palm Jumeirah & Anantara World Islands Resort)

We tried to really focus on our strengths, the reputation, the service we provide and making sure we can go on delivering that

Anantara is a luxury hospitality brand for modern travelers, connecting them to genuine places, people and stories through personal experiences, and providing heartfelt hospitality in the world's most exciting destinations. Jérémie Lannoy, Cluster Director of Marketing & Communications at Anantara The Palm Dubai Resort and Anantara World Islands Dubai Resort, is an expert marketer with over two decades of experience in luxury hospitality. Jérémie's combined prowess in traditional and digital marketing methods has shown outstanding results for Starwood/Marriott over the past decade. A native of Belgium, he began his career in his home country, working with well-known international brands on digital innovations. After considerable success in agency marketing, he followed his heart to hospitality, joining Starwood Hotels and Resorts Worldwide in 2013 in their Dubai office. In 2016, Lannoy moved to Muscat, where he oversaw the triumphant relaunch of Sheraton Oman and premiered a popular South American brunch concept. Senior marketing roles followed in Jordan and the U.K. before Bali called, and he joined W Bali Seminyak as Director of Marketing and Communications in 2018. Jérémie's most recent role was at W Algarve, where he was in charge of all the marketing and communication activities at the Portuguese resort during pre-opening and its opening in spring 2021. Al Bayan Magazine met Mr. Lannoy on the sidelines of the ATM and following is the interview conducted.



• **Can you give us an idea about the two properties?**

- Located on the world-famous Palm Jumeirah just off the coast of Dubai, Anantara The Palm Dubai Resort boasts 400 meters of private shoreline and expansive views of the Arabian Gulf. Surrounded by lush gardens, 293 beautifully appointed rooms and villas are uniquely designed with contemporary Asian flair and overlook the tranquil Arabian Gulf or Palm Jumeirah. Complementing such a prestigious destination, resort facilities are designed with relaxation and luxurious indulgence in mind, and culinary journeys are crafted from a focus on mouthwatering diversity and impeccable tastes. Anantara The Palm Dubai Resort is located on the eastern crescent of Dubai's Palm Jumeirah. This world famous landmark is located just one kilometer from Sheikh Zayed Road, Dubai's main arterial route, and consists of a trunk, a crown with 16 fronds and a surrounding crescent island that forms an 11 kilometer long breakwater. The crown is connected to the mainland by a 300-meter-long bridge and the crescent is connected to the top of the palm by a subsea tunnel. The rooms and villas are clustered in units of four to eight to maximize privacy, with 130 of these featuring direct access to 10,000 square meters of lagoon pools. Guests desiring the ultimate private haven can choose a One Bedroom Beach Pool Villa with a personal infinity pool, a One Bedroom over Water Villa poised over the ocean, or a generous Anantara Two Bedroom Beach Pool Villa that offers the pinnacle of luxury and is ideal for families and friends. With respect to Anantara World Islands Resort, it sets the bar for luxury. The five-star resort is located in the South American continent of the World Islands, with a total of 70 rooms, suites and villas with private pools, two restaurants and one bar. It is situated approximately twenty minutes from Palm Jumeirah by boat. Guests can take a boat ride from Anantara The Palm Dubai to get there.

• **What are the main challenges you are facing and how are you being able to overcome them?**

- The most challenging thing for us on The Palm this year is the number of hotels which have opened and the number of rooms on top of what was. In seven months, we went from 7 thousand rooms on The Palm to 11 thousand rooms and that is considered a massive increase. As a result, we tried to really focus on our strengths in who we are, the reputation we have, the service we provide and making sure we can go on delivering that, as well as getting the sales & marketing team on board and ensuring we reach out to everyone. Nevertheless, we have the chance to have a hotel which is a landmark in the city and has its crowd. Overall, it is making sure that we capitalize on our reputation & the excellent work of the team to assure that our regular guests keep on coming back to us.

روجيه نادر (مدير عام منتجات حتا HATTA RESORTS):



تقدم منتجات حتا تجربة سياحية فريدة

اكتسبت منطقة حتا في دبي مؤخراً شهرة واسعة وأضحت من أكثر الوجهات المعروفة بالسياحة البيئية والمغامرات والترفيه، ومنتجات حتا هي وجهة عالمية ومنطقة جذب رئيسية للسائح إذ تقدم تجارب التخييم وسط الجبال كما يمكن ممارسة أنشطة متنوعة فيها.

قال مدير عام منتجات حتا السيد روجيه نادر أن منطقة حتا تشكل نقطة جذب لمحبي الأنشطة الرياضية والتسلق والرمية فهي تقع بالقرب من دبي وعلى الحدود مع عُمان وتتميز بالتنوع الجغرافي ومناخها المعتدل المناسب للرحلات، وهي تشكل وجهة سياحية مثالية للزوار من داخل دبي، كما من خارجها وخصوصاً من دول الخليج وأوروبا.

وأشار السيد نادر أن مشروع «منتجات حتا» يضم ٥٩ وحدة موزعة بين نزل (LODGES) في الجبال ودوم بارك (DOME PARK) وقوافل (CARAVANS) ومقطورات فندقية SEDR TRAILERS وتقدم أفضل الخدمات لإقامة مميزة.

وأضاف نادر إلى أن منطقة حتا استقبلت ٥٥ ألف زائر في الشهر الأخير من ٢٠٢٢، وقد نالت دعماً من قبل البلدية لتلبية احتياجات الزوار وتقديم أفضل الاستشارات والمعلومات الضرورية لهم، بحيث يختبر الوافدون تجربة سياحية خيالية لا تتوفر في أي مكان آخر.

– يضم المشروع ٥٩ وحدة موزعة بين نزل (LODGES) في الجبال ودوم بارك (DOME PARK) بالإضافة إلى القوافل (CARAVANS)، وكلها مجهزة بأحدث الخدمات والمعدات لإقامة ممتعة في وسط الطبيعة والمقطورات الفندقية SEDR TRAILERS.

٥٥ ألف زائر

■ هل تجدون إقبالاً واسعاً على هذا النوع من الإقامة؟

– جذبت منطقة حتا وادي هب خلال شهر كانون الاول من عام ٢٠٢٢، ٥٥ ألف زائر توزعوا بين زيارة المنطقة وبين الإقامة في منتجعاتنا. في حين أن موسم الذروة يكون من الفترة الممتدة بين ١٥ سبتمبر إلى ١٥ مايو حيث تكون الأجواء مناسبة لمثل هذه المغامرات. كما باتت وجهة مثالية لمحبي المغامرات وأنشطة التخييم حيث تجذب العديد من المجموعات والأفراد الذين بإمكانهم تمضية ليلة في الطبيعة. وجدير ذكره توفر بلدية حتا دعماً كبيراً للزوار مع تقديم كامل الاستشارات والمعلومات الضرورية لهم. مع الإشارة إلى أن هذه المنطقة مقبلة على مشروعات فندقية كثيرة ومجموعة من المطاعم والأنشطة الترفيهية المميزة. بحيث أنه بإمكان الزائر أيضاً استئجار مزرعة للإقامة والاستفادة من الأنشطة الترفيهية المتنوعة وقضاء تجربة مميزة لا يجدها في أي وجهة سياحية أو ترفيهية أخرى. ■



■ هل لنا بفكرة عامة عن منتجات حتا وأبرز مميزاتها؟

– قامت شركة دبي القابضة بتطوير منتجات حتا وهي عبارة عن عدد من المنتجعات الفريدة من نوعها في منطقة حتا وادي هب على الحدود مع سلطنة عُمان وتبعد عن إمارة دبي حوالي الساعة. تتميز هذه المنطقة بطابع الريف والجبال وتعد نقطة جذب لمحبي الأنشطة الرياضية والتسلق والرمية، كما يمكن الاستفادة من مناخها المعتدل لممارسة رياضة المشي والتخييم (CAMPING)، كما تمتاز بالتنوع الجغرافي الذي منحها قيمة سياحية عالية ما جعل من حتا وادي هب إحدى الوجهات الترفيهية المثالية للرحلات واستكشاف الوديان والمحمية الطبيعية بالإضافة إلى سد حتا حيث المرافق الخدمية والمطاعم التي تقدم أشهى المأكولات. وبالتالي، ما نقدمه في هذه المنتجعات تجربة سياحية فريدة من نوعها للزوار وقضاء وقت ممتع بين أحضان الطبيعة بعيداً عن صخب المدينة. ويضاف إلى ذلك، تجذب منتجعاتنا أعداداً كبيرة من المقيمين في إمارة دبي، إلا أنه خلال الفترة الماضية باتت المنطقة وجهة مثالية للسياحة من داخل دبي وخارجها حيث نستقطب زواراً من دول الخليج وأوروبا.

٥٩ وحدة مجهزة بأحدث الخدمات والمعدات

■ كم يبلغ عدد الوحدات التي يتألف منها المشروع؟





A highly personalised, bespoke and strategic service offered by our team of highly experienced RICS Chartered Surveyors and registered LPA property receivers.

17 Hanover Square, Mayfair, London, W1S 1BN

t: 020 7323 1100 e: property@bmortlakes.com www.bmortlakes.com



FS 79502



RICS

the mark of
property
professionalism
worldwide

nara

The Association of Property
and Fixed Charge Receivers



Swen Ehlander

(Director of Marketing – Four Seasons Hotel Riyadh):

Four Seasons Hotel Riyadh is a leading destination for luxury, wellbeing experiences, and a heaven for foodies

Soaring over the city in the iconic Kingdom Tower, Four Seasons Hotel Riyadh is a buzzing hub at the forefront of style and sophistication. Its redesigned interiors bring authentic Saudi heritage and craftsmanship to life, while its distinguished team provides a bespoke experience through thoughtful, personalized service and hospitality. Al Bayan Magazine conducted an interview with Swen Ehlander, Director of Marketing at Four Seasons Hotel Riyadh, who is recognized as a passionate professional in luxury hospitality. He evaluated the hospitality sector for 2023, talking about the future of sustainable tourism, shedding light on the characteristics that differentiate their property from others, and expressing his expectations for 2023. Following is the Q & A.



• How do you evaluate the hospitality sector for 2023?

- Based on current trends and projections, the hospitality sector is expected to continue growing in 2023. The industry is likely to see an increase in demand for personalized experiences, sustainable practices, and technology integration. The rise of digital platforms and social media will also play a significant role in shaping the industry's future. Additionally, the COVID-19 pandemic has brought about changes in consumer behavior and expectations, which may lead to a shift towards more contactless services and hygiene protocols. Overall, the hospitality sector is expected to adapt and innovate to meet evolving consumer needs and preferences in 2023.

• Lately, we are talking about "Future of sustainable tourism. What do you think about it?"

- Sustainable tourism is a concept that aims to minimize the negative impact of tourism on the environment, society, and economy while maximizing the benefits for local communities and visitors. It involves responsible travel practices that promote conservation and preservation of natural resources, cultural heritage, and local traditions. The future of sustainable tourism looks promising as more travelers are becoming aware of their impact on the environment and seeking eco-friendly options. Many destinations are also implementing sustainable practices to attract responsible tourists who value sustainability. Overall, sustainable tourism is a crucial aspect of responsible travel that can benefit both travelers and local communities if implemented effectively.

• What makes your property different from others?

- Located in the iconic 99-story Kingdom Tower, a gleaming modern landmark in the heart of the capital, Four Seasons Hotel Riyadh at Kingdom Centre sets its status as one of Saudi Arabia's top luxury hospitality addresses. In its latest

renovation, the Hotel takes the guest experience to new heights with elegant accommodations that both celebrate Saudi heritage and captures the excitement of the nation's vibrant future. The Hotel bridges the gap between past and present by incorporating historical motifs in its new design, thus creating an exquisite environment where both locals and international guests alike feel immediately at home.

The Hotel consists of 276 light-filled accommodations, including 39 suites and 237 rooms, spa and fitness facilities, an outdoor pool, 7,213 m² (77,640 sq. ft.) of event facilities. From its soaring lobby and stunning views, to the gracious, highly personalized service that is the Four Seasons trademark, the Hotel offers an unsurpassed venue for its guests.

Furthermore, with the upcoming opening of branded international culinary experiences such as Daniel Boulud and Pierre Herme at the Hotel, Four Seasons Hotel Riyadh will become a leading destination for luxury, wellbeing experiences, and a heaven for foodies.

• What are your expectations for 2023 & what is your strategy to have always a positive occupancy rate?

- This year has started off strongly for our Hotel and we continue to remain positive for the rest of the year. However, we have also set some internal strategies to make sure we maintain a positive occupancy rate throughout the year, the most important one being our recent partnership with the Ministry of Tourism to launch joint activation campaigns, offer appealing deals, and design captivating experiences to showcase Saudi Arabia as a top tourism destination worldwide and in the region.

The agreement with STA's Middle East and Africa Business sector, will promote Saudi tourism, lure tourists from nearby markets, and offer a tourism experience that rises up to what the Kingdom's guests expect from the leading, Hotel in Riyadh.

ريكسوس الخليج يحصد جائزتين مرموقتين



أعلن فندق ريكسوس الخليج الدوحة RIXOS GULF DOHA، أول منتج شاطئي فاخر يقدم الإقامة الشاملة في قطر، عن حصوله على جائزتين مرموقتين إضافيتين إلى قائمة إنجازاته المتنامية، وذلك خلال حفل توزيع الجوائز الذي نظمتة مجلة HOTELS AND CATERING.

وقد نال فندق ريكسوس الخليج الدوحة كمنافس رائد جائزتين مرموقتين، «المنتج المفضل في قطر لعام ٢٠٢٣»، وكذلك حصل على جائزة «أفضل مدير عام لعام ٢٠٢٣» التي تم منحها لشريف كاسب، المدير العام لفندق ريكسوس الخليج الدوحة.

وتُعد جائزة «منتج العام المفضل» إشارة إلى تفاني الفندق في تقديم تجارب استثنائية للضيوف. فقد حافظ فندق ريكسوس الخليج الدوحة بشكل متواصل على التزامه بتقديم خدمة متميزة، ووسائل رفاهية فاخرة، وبرامج ترفيهية لا مثيل لها، وبرامج مخصصة للأطفال، بالإضافة إلى إقامة لا تنسى لضيوفه، من خلال مفهوم الإقامة الشاملة. وتعكس هذه الجائزة الجهود المبذولة من قبل فريق عمل فندق ريكسوس الخليج الدوحة، في تجاوز التوقعات وخلق لحظات لا تنسى للزوار. أما بالنسبة لحصول شريف كاسب على جائزة «أفضل مدير عام لعام ٢٠٢٣»، فهذه إشارة إلى قيادة كاسب الاستثنائية وخبرته في صناعة الضيافة والتفاني في التميز. بفضل نهجه المبتكر، ونجح كاسب في افتتاح فندق ريكسوس الخليج الدوحة قبل كأس العالم لكرة القدم ٢٠٢٢، وقاد فندق ريكسوس الخليج الدوحة نحو آفاق جديدة، حيث جعل من الفندق الوجهة الرئيسية للرفاهية والضيافة في قطر.

وتعليقاً على هذا الإنجاز قال السيد كاسب: «نحن سعداء بالحصول على هاتين الجائزتين المرموقتين بفخر كبير وامتنان. وتشكل هذه الجوائز إشادة بالعمل الجاد والتفاني والشغف لفريقنا بأكمله، نحن ملتزمون بتقديم تجارب استثنائية لضيوفنا، وهذه الجوائز تحفزنا لمواصلة رفع مستوى الجودة في صناعة الضيافة».

ويوفر فندق ريكسوس الخليج الدوحة للضيوف منتجاً فاخراً يتضمن وسائل راحة عالمية المستوى ومناظر طبيعية ساحرة وخدمة لا مثيل لها. وإن الاستمرار في التفاني في التميز، جعله وجهة مرغوبة للمسافرين الذين يبحثون عن تجربة استثنائية في قطر.

ويؤكد فندق ريكسوس الخليج الدوحة مكانته كمؤسسة ضيافة رائدة وإشادة بالتزام قطر بتوفير تجارب لا مثيل لها.



لقد هبط مستقبل الطيران

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



Gulfstream™

A General Dynamics Company

Federico Mantoani

(General Manager, Grand Hyatt Kuwait)

Grand Hyatt Kuwait represents the crown jewel of the country's premier mixed-use development



FEDERICO MANTOANI & PHILMA GONES ELLIS

Kuwaiti heritage meets modern, luxurious hospitality at the newly opened Grand Hyatt Kuwait – a project that has been a long time in the making, and for good reason. The hotel manifests the luxurious qualities of a global hospitality brand, while presenting contemporary Kuwaiti excellence. Having joined Hyatt back in 1997, Federico Mantoani, General Manager of Grand Hyatt Kuwait, brings over 25 years of Hyatt management experience, with over ten years in a General Manager capacity. His hospitality career initially started in the food and beverage sector before developing into a successful career path at Hyatt that has spanned more than 10 countries, with particular exposure in the GCC region. His most recent success was with the iconic Park Hyatt Dubai, preceded by Park Hyatt Abu Dhabi Hotel & Villas. Mr. Mantoani was amongst the prominent people who participated at the Arabian Travel Market 2023, during which Al Bayan Magazine met with him during the show and conducted the following interview.

• In your opinion, what are the main features of Kuwait that make it an attractive destination to visitors?

Kuwait has hospitality in its DNA and offers countless unique experiences, especially on the culinary front with homegrown restaurant concepts and new lifestyle dining concepts which aren't found in the GCC. The people of Kuwait are incredibly hospitable and although the economy revolves around oil & gas, there is a lot to see and experience. I would always recommend Kuwait as a potential destination, especially for regional leisure travel; it is an oasis in a land of desert plains, and visitors will be surprised by the intriguing attractions on offer from excellent museums and galleries to a historic souq, complemented by a corniche with beaches and lively restaurants.

• What makes Grand Hyatt Kuwait different from other properties in the country?

Grand Hyatt Kuwait is a destination within a destination, and represents the crown jewel of a very large mixed-use development which includes social, entertainment and retail concepts. As the hotel is intrinsically attached to 360 Mall, we have direct access to the mall and The Arena Kuwait which can host spectator events for up to 5700 people. The hotel is also adjacent to the Rafa Nadal Tennis Academy, which is the first in the Middle East, and provides an experience that cannot be replicated anywhere in the region. Grand Hyatt Kuwait boasts 302 guest rooms including 43 suites, and features three signature restaurants: a very high-end pan-Asian restaurant, a modern brasserie and a Turkish restaurant with an outdoor terrace. Our destination spa is an urban sanctuary featuring separate gyms and vitality areas for gentlemen and ladies, as well as a range of restorative treatments. Our indoor pool is an aquatic haven where rays of natural sunlight complement the infinity edge, while outdoor sun loungers in a landscaped garden provide a calm retreat. Moreover, Grand Hyatt Kuwait is considered a refined and dynamic events destination that celebrates the iconic in small details and magnificent moments. Bespoke in our approach to planning and execution, we offer a multitude of possibilities based on the unique dreams and wishes of our guests, punctuated by outstanding service and the best in food and beverage. Also, as one of the most sought-after venues for designer weddings, our spectacular celebration spaces set the scene for bridal events never before witnessed in Kuwait; from choreographing the grand entrance to curating the ultimate wedding feast, our expert team of event planners guides our guests to ensure every detail is executed to perfection.

وليد العوادلي

(المدير العام لفندق (HYATT REGENCY AL KOUT MALL

نسعى للارتقاء بالخدمات المقدمة لتكون الأفضل على مستوى الدولة



يتميز فندق حياة ريجنسي الكوت مول HYATT REGENCY AL KOUT MALL ذو الخمس نجوم بموقع استراتيجي في قلب منطقة النفط والغاز في الكويت، ويضم ٢٠٠ غرفة وجناح فاخر مجددين بالكامل بالإضافة إلى مرافق حديثة للمؤتمرات والحفلات، كما يحتوي الفندق على نادي صحي وسبا عصري.

ويطلعنا السيد وليد العوادلي مدير عام الفندق على أبرز مقومات دولة الكويت السياحية كونها مركز جذب للسياح، ومع

التطور الذي شهدته دول الخليج لا بد من زيادة الأماكن السياحية داخل الكويت للنهوض بالقطاع وتحسينه. وفي نطاق آخر أورد السيد العوادلي ما تقوم به الجهات المعنية لناحية إنشاء هيئة متخصصة لدعم قطاع الضيافة والتسويق للدولة كوجهة سياحية تطبيقاً لخطة ٢٠٣٥ التي أطلقتها الحكومة الكويتية لتطوير النشاط السياحي أملاً في تبيان نتائجها الإيجابية خلال السنوات القليلة القادمة.

■ كيف تقومون واقع القطاع السياحي في دولة الكويت؟

– تميزت الكويت بمقومات سياحية متعددة حيث تعد مركز التسوق لدول الخليج طوال السنوات الماضية، ولا تزال قادرة على جذب السياح على المستويين الإقليمي والعالمي إلا أن ذلك لا يلغي ضرورة تطوير مناطق سياحية جديدة في ظل التنوع السياحي والنهضة التي تشهدها دول المنطقة، ما يحتم علينا زيادة الأماكن السياحية داخل الكويت بهدف جذب المزيد من السياح الأجانب. وعلى الرغم من وضع خطة للنهوض بالقطاع السياحي إلا أن عملية التطبيق تسير ببطء شديد.

مقومات سياحية جاذبة

■ ما الذي يميز فندق حياة ريجنسي الكوت مول عن مثيلاته في السوق؟

– يعد فندق حياة ريجنسي جزءاً من منطقة الكوت المتميزة بمقومات سياحية جاذبة، ويتصل الفندق مباشرةً بمركز الكوت مول الجديد للتسوق وأكبر واجهة بحرية وترفيهية في الكويت. كما أن مكان الإقامة يوفر تجربة تسوق تعد الأحدث في المنطقة ويجمع بين الحداثة والأصالة العربية، في حين أنه على مقربة من الواجهة البحرية ما يتيح للنزلاء الاستفادة من الأنشطة البحرية والجولات السياحية في المراكب. بالإضافة إلى ذلك، يجمع الفندق بين سياحة الأعمال والترفيه بفضل موقعه المميز والاستراتيجي في قلب منطقة النفط والغاز وعلى مسافة قريبة من الحدود السعودية ما يجعل الفندق المكان الأمثل للوافدين من الخبر لتمضية عطلة نهاية الأسبوع. ويضم الفندق أيضاً قاعات ضخمة للاجتماعات والفعاليات والأعراس التي تعد الأشهر على مستوى الكويت.

■ كيف تقومون دور الجهات المعنية للنهوض بالقطاع السياحي؟

– هناك توجه لإنشاء هيئة متخصصة ومستقلة من شأنها تقديم الدعم لقطاع الضيافة والتسويق سياحياً للكويت كوجهة توفر مقومات سياحية متنوعة للزوار. ومن جهة أخرى، أطلقت الحكومة خطة طموحة ٢٠٣٥ لتطوير النشاط السياحي ومن المتوقع أن تظهر نتائجها الإيجابية على المدى القريب.

■ ما هي الاستراتيجية المعتمدة للحفاظ على أرقام مرتفعة من معدلات الإشغال؟

– تتمثل الاستراتيجية الأمثل للمحافظة على معدلات إشغال مرتفعة هي الارتقاء بالخدمات المقدمة للنزلاء. كما نسعى لتكون المزود الأفضل للخدمات على مستوى الدولة ما جعلنا الفندق الأمثل في الخدمات المميزة مع سعيها الدائم لتقديم الأفضل للنزلاء وشركائنا في القطاع ما يعزز ثقة المتعاملين معنا والحفاظ على مسيرة طويلة من المصداقية في التعامل. ■



BURBERRY
LONDON ENGLAND



يزن عبداللطيف (MARSA MALAZ KEMPINSKI):

علامة كمبينسكي الراقية تجمع بين الطابعين الأوروبي والقطري

يقع منتجع مرسى ملاز كمبينسكي على جزيرة في اللؤلؤة - قطر ويضم شاطئاً خاصاً ومساح خارجية وسبا CLARINS، وهو مصنف من فئة الخمس نجوم، كما أنه يحتوي على ٢٨٠ غرفة وجناحاً، تتميز جميعها بهندسة معمارية أوروبية فاخرة مع لمسة عربية تقليدية، بالإضافة إلى وجود مطاعم عدة تقدم مأكولات عالمية متنوعة تناسب جميع الأذواق.

ولدى لقائنا مع السيد يزن عبداللطيف مدير عام الفندق أوضح أنه بحكم مركزه يعمل على التسويق للفندق كعلامة راقية تجمع الطابعين الأوروبي والقطري، ذكراً في سياق آخر أبرز المقومات السياحية التي تميز دولة قطر منها المنتجعات والمحميات الطبيعية وغيرها، بالإضافة إلى الحدث الضخم المتمثل ببطولة كأس العالم ٢٠٢٢ التي استضافتها الدولة وجذبت أعداداً هائلة من الزوار من حول العالم، ما جعلها تترك بصمة مميزة على الخارطة العالمية وساهم في تنشيط الحركة السياحية وزاد من معدلات الإشغال في معظم الفنادق.

كما ذكر عبداللطيف بالأداء المميز لهيئة السياحة في إظهار سمات الدولة الحضارية بالإضافة إلى دورها اللافت في تنظيم الفعاليات والبرامج للتسويق للدولة كوجهة سياحية. ثم تطرق إلى معدلات الإشغال التي فاقت النسب المحققة خلال السنوات السابقة. ومع وجود أعداد كبيرة لفنادق الخمس نجوم أشاد بجودة ونوعية الخدمات المقدمة للزلاء من قبل الفندق علاوة على صقل مهارات فريق العمل لتلبية احتياجات العملاء جميعاً، كما نوّه بدعم علامة كمبينسكي لتحقيق الاستدامة ولمبادرات تختص بالحفاظ على البيئة وتضمن حياة سليمة للأجيال القادمة.

Slim Zaiane

(General Manager - Kempinski Hotel Mall of the Emirates):

2023 will be a very successful year

Slim Zaiane, General Manager at Kempinski Hotel Mall of the Emirates, is a qualified leader with well-developed organizational, communication and leadership skills. With an ability to quickly analyze and an excellent inter-personal and communications skills, gained through years of successfully working in often high-pressure environments, he has been able to help organizations to provide the most effective environment to support employees, improving productivity by developing and retaining the workforce and maximizing its talent and potential. According to his fellow colleagues, Mr. Zaiane is a true leader and an amazing manager to work for. He is very organized, focused, has a great eye for detail, highly knowledgeable in his field of expertise, and always works relentlessly to ensure the utmost of satisfaction for both the Team Member and the guest. Al Bayan Magazine met Mr. Zaiane on the sidelines of the Arabian Travel Market, and following is the interview conducted.



• What do you evaluate the hospitality sector for 2023?

- We are very fortunate in Dubai; we are part of bubbles within the globe. And despite the doom and gloom in certain countries and the potential slowdown in economies due to the inflation which is causing headaches; yet, we are lucky in Dubai in a way that we are even exceeding numbers from pre-pandemic levels. We had a good start this year in terms of achieving unprecedented topline and KPIs, and Dubai is now a destination for many new source markets and it is great to see that Chinese are back, a lot of diversifications happening at DTCM level, and India is performing very well either for leisure or corporate. This should solidify the existing traditional source markets whether in Europe or GCC. Thus, the sector is very healthy and we will witness green shoots in the upcoming months.

• What are your expectations for 2023 and what is your strategy to always have a positive occupancy rate?

- In terms hotel RevPAR, this year we achieved a very strong Q1, even stronger than 2019 which is considered a base year pre-Covid. We are expecting the same momentum to continue for this year especially that the government in Dubai is putting the right efforts towards diversification, as well as putting the correct airlift which is one of the key players for any successful industry. Thus, I am very positive that 2023 will be a very successful year and even more successful than last year with the efforts of the diversifications of the DTCM, the opening of the world, with what Dubai has to offer and the most wanted COP28.

Konstantin Zeuke

(General Manager - Grand Hotel des Bains Kempinski St. Moritz):

We are the only 5-star luxury branded hotel in St. Moritz

Konstantin Zeuke, General Manager of Grand Hotel des Bains Kempinski St. Moritz, looks back at over 25 years of international experience in the luxury hotel industry, 19 years of which he worked for the hotel group Kempinski. In 1998 he started as Assistant Front Office Manager at the Vier Jahreszeiten Kempinski München. In 2005 he proved his management skills as General Manager of the Kempinski Hotel Grand Arena Bansko in Bulgaria. Afterwards, he was responsible for two more hotel openings in Slovakia. The next steps in his career took him as General Manager to the Kempinski Adriatic in Istria, Croatia, and to the Kempinski Mall of the Emirates, Dubai, where he led the hotel's extensive refurbishment for two years. In addition to Muscat, he also oversaw the Kempinski hotels in Beirut, Cairo and Riyadh. Following is the interview Al Bayan Magazine conducted with Mr. Zeuke during the Arabian Travel Market.



• What differentiates your hotel from others in the region?

- The brand Kempinski is very strong and we are the only 5-star luxury branded hotel in St. Moritz with a rich tradition. Located in the scenic Engadine countryside, the hotel offers a large, Alpine-style spa, a 24-hour fitness centre, and two award-winning restaurants. The luxurious rooms and suites are very spacious, and many have a balcony or a terrace. The 17 Gault Millau points accredited gourmet restaurant Ca d'Oro offers an unforgettable culinary journey and the Ristorante Da Adriano serves regional cuisine in a relaxed atmosphere with a culinary experience from north to south of Italy. Thus, the hotel combines elegant European luxury, meticulous service, and grand event venues in the Swiss Alps. The location at the foot of the Signalbahn cable car and the legendary Hahnensee ski run offers guests to ski-in / ski-out to Corviglia and Corvatsch ski area, while the cross-country trails and walking paths in the hotel park lead directly to the lakes, forests and idyllic valleys of the Engadin. The Alpine Spa, with the purifying and healthy Mauritius spring water offers the perfect blend of fitness, relaxation and beauty in 2800 sqm. Also, Kempinski White Glove Services has been implemented to ensure a healthy and safe environment for all our guests at all times. It is worth mentioning that we have ski school, ski rental, ski shop at the hotel and even if guests don't know how to ski, we are able to teach them and get the right people to bring them up to the mountain and ski down safely.

• To what extent do you focus on the comfort and wellbeing of your guests?

- Guests have an increased demand on comfortable and well-maintained rooms with quality bedding, ergonomic furniture, soundproofing, and appropriate temperature control. Currently, we are conducting an extensive renovation of our room product to meet this guests demand. Maintaining high standard of cleanliness is crucial as well. Regular housekeeping, sanitization protocols, and adherence to health and safety guidelines create a clean and hygienic environment for our guests.

The Wellness Facilities is also of importance to our guests. The 2,800-square-meter Alpine Spa invites guests to relax after an eventful day.

Currently, we are also focusing Healthy Dining Option with a range of nutritious and well-balanced menu choices that can contribute to guests' well-being. Including vegetarian, vegan, and gluten-free options, as well we are accommodating specific dietary requirements as a commitment to guest comfort.

With anticipating guest needs and providing personalized services we enhance comfort and well-being as well.

Our environmental and sustainable practices, such as energy-efficient lighting, water conservation measures, and recycling programs as well contribute to guests' overall well-being by supporting a healthier environment.

By focusing on these aspects, we create an environment that prioritizes guest comfort and well-being, enhancing the overall experience and encouraging our guests to return in the future.



PRADA



أسامة ساطع
أجنحة الشام للطيران



إبراهيم الكوهجي
فندق كراون بلازا - البحرين



زاهر م. القصير
فندق ومنتجع ذا آرت - البحرين

إبراهيم الكوهجي

(فندق كراون بلازا - مملكة البحرين):

يضم «كراون بلازا» ثاني أكبر قاعة مخصصة

للمؤتمرات في مملكة البحرين

كراون بلازا هو من أجمل فنادق مملكة البحرين السياحية وأكثرها جذباً للسياح ورجال الأعمال، وهو يقع وسط المنطقة الدبلوماسية على مقربة من الأفينيوز مول.

وفي لقاء خاص مع السيد إبراهيم الكوهجي أوضح لمجلة «البيان الاقتصادية» أهمية إقامة المعارض الإقليمية في مملكة البحرين واستضافتها للفعاليات الكبرى، أما في ما يخص بفندق كراون بلازا فأكد على تميزه بموقعه الاستراتيجي وقربه من جميع المرافق الحيوية ضمن مدينة المنامة مشيراً إلى احتوائه على ثاني أكبر قاعة مخصصة للمؤتمرات على صعيد المملكة.

■ ما هي أبرز المقومات السياحية لمملكة البحرين في ظل الانفتاح الذي تشهده الدول المجاورة؟

- تتميز مملكة البحرين بحسن الضيافة وكرم أهلها في استضافة الزوار، كما أنه منذ زمن طويل ذاع صيت المملكة بتنظيمها كبرى الفعاليات والمعارض الإقليمية في شتى المجالات، إلا أنه خلال الفترة الماضية تمكنت بعض الدول المجاورة من تحقيق تقدماً في هذا المجال، ولكننا في نهاية المطاف نعمل بطريقة متكاملة مع بعضنا البعض بهدف الارتقاء بالقطاع السياحي لمملكة البحرين ودول الجوار على حدٍ سواء.

موقع استراتيجي

■ ما هي أبرز الخصائص التي تميز فندق كراون بلازا؟

- يتميز الفندق بموقعه الاستراتيجي وقربه من المطار والمنطقة الدبلوماسية ومناطق الجذب السياحي في المدينة. بالإضافة إلى ذلك، خضعت جميع الغرف مؤخراً لعملية تجديد، في حين أنه يضم ثاني أكبر قاعة مخصصة للمؤتمرات على مستوى المملكة، حيث يستضيف الفندق كبرى المعارض والمؤتمرات. ■

زاهر م. القصير (فندق ومنتجع ذا آرت - جزر أمواج - مملكة البحرين):

نعتمد معايير ذات جودة عالمية لتقديم تجربة فريدة من نوعها للضيوف

فندق ومنتجع ذا آرت هو معلم ترفيهي مصمم لتلبية جميع احتياجات النزلاء، وهو مزيج من الهندسة المعمارية الحديثة مع وسائل الراحة العصرية مع لمسة من الضيافة العربية.

وفي لقاء «البيان الاقتصادية» مع السيد زاهر م. القصير المدير المقيم أشار إلى أن فندق «ذا آرت» يعد من أكبر الفنادق والمنتجعات من فئة الخمس نجوم في مملكة البحرين، بمواصفات فريدة، حيث يوفر أحواضاً متعددة للسباحة، بالإضافة إلى الإطلالة البحرية الخلابة لجميع الغرف، كما يضم الفندق قاعات للإجتماعات والحفلات والأعراس.

وفي سياق مختلف، أكد السيد القصير الدور الفاعل الذي تلعبه هيئة السياحة في تنشيط الحركة السياحية واستضافة الفعاليات والمهرجانات الفنية والثقافية، إضافة إلى تسليط الضوء على المواقع الأثرية التي تميز مملكة البحرين وتجعل منها وجهة سياحية تستقطب السياح من كافة الدول.

كما تطرق القصير إلى اعتماد الفندق معايير ذات جودة عالمية في كل ما يقدمه للنزلاء وفق الاستراتيجية الموضوعة، كما يقدم الفندق نموذجاً جديداً من الخدمات العصرية المبتكرة.

أسامة ساطع

(مدير تطوير الأعمال وقطاع العلاقات العامة في شركة أجنحة الشام للطيران Cham Wings)

تسيّر أجنحة الشام رحلات مباشرة إلى أكثر من ١٧ محطة حول العالم

وتقدم للعملاء خدمات مميزة وجديدة

تتخذ شركة أجنحة الشام للطيران CHAM WINGS من مدينة دمشق مركزاً لرحلاتها وقد توسعت نشاطاتها لتغطي محطات عربية وعالمية مختلفة، كما أنها استطاعت أن ترتقي بأسطولها وخدماتها وبناء سمعة طيبة لدى عملائها وذلك في فترة قياسية من خلال ملاحظة أدق التفاصيل وتلبية كافة الاحتياجات.

وعلى هامش معرض «سوق السفر العربي»، أشار مدير تطوير الأعمال والعلاقات العامة في الشركة السيد أسامة ساطع، بداية إلى أهمية هذا الحدث لاستقطابه كبرى الشركات وإتاحة الفرصة أمامها للتعريف بخدماتها وكذلك بالنسبة إلى شركة أجنحة الشام التي أعلنت بمناسبة المعرض إطلاقها لبرنامج الولاء الخاص بمسافريها. كما لفت ساطع إلى أن وجهات السفر تتنوع ما بين عربية وإقليمية ودولية، وأن الشركة تقدم مجموعة برامج ورحلات سياحية تناسب جميع المتطلبات والميزانيات ومن جهة ثانية أفاد ساطع أن «أجنحة الشام» توفر ميزة الدفع الإلكتروني لمسافريها لشراء التذاكر، مما يوفر الكثير من الجهد والوقت عليهم أما لخدمة العملاء فهي تمتلك فريقاً متخصصاً ومدرباً لتوفير أرقى الخدمات للعميل الذي يعتبر الركيزة الأساسية في عمل الشركة والداعم لتطورها.

Manish Jha

(General Manager – NH Dubai The Palm):

The manpower is the main challenge facing the hospitality sector

Manish Jha, General Manager of NH Collection Dubai The Palm, has more than 20 years of hospitality experience, much of it spent working across the Minor Hotels stable. Coming from an F&B background, he first worked as assistant restaurant manager with Taj Exotica Resort & Spa in the Maldives, commencing a long career in such island destinations. He was later acting F&B manager for One&Only Resorts in the Maldives before joining Anantara Dhigu, Anantara Veli and Naladhu in 2006 as director of F&B. Holding the post for just a year, he was promoted up to resorts manager for the cluster, leading almost 200 private villas and heading more than 600 staff. Moving to Thailand, he became GM of the Anantara Bophut Koh Samui for four years before moving to the Seychelles as GM of Avani Seychelles Barbarons Resort & Spa. He later returned to Anantara as its GM for Hua Hin Resort and the Avani Hua Hin Resort as well. His most recent Minor Hotels role spanned 2017 to 2019 where he was promoted up to cluster GM. Al Bayan Magazine met Mr. Jha on the sidelines of the Arabian Travel Market and following is the interview conducted.



• Can you give us an idea about NH Collection Dubai The Palm?

-NH Collection Dubai The Palm, is one of the most exquisite hotels on The Palm Jumeirah, Dubai. Located on exclusive Palm West Beach, Dubai's first NH Collection hotel gives easy access to the nearby Nakheel Mall, The View and many attractions around the Palm.. Our property is brimming with energy and chic touches of local character. We're traditionally a Spanish brand, and we maintain the brand promise of delivering on the Extraordinary with superb guest experiences.

Guests enjoy direct beach access over the promenade and are just a short journey from all of Dubai's top attractions, including the Burj Khalifa, Dubai Mall and Dubai Marina. Our sunset-facing rooftop infinity pool with its elegant bar and lounge is the perfect place to relax between excursions. Those seeking excitement can indulge at Dubai's new go-to Seven Sports Bar. The hotel contains a fantastic selection of 227 hotel guest rooms and suites, plus 306 serviced apartments. Each of these spaces is packed with luxurious features and contains inspiring décor as well as lots of local character. The hotel's all-day dining restaurant, Maiora is perfect for breakfast, lunch and dinner. Alternatively, guests can enjoy a casual bite in Revo Café or at Seven Sports Bar. Otherwise, healthy specials and assorted tea options are available at Té Lounge. Finally, guests can enjoy a special meal at SEEN Restaurant & Bar, which sits beside our rooftop infinity pool. NH Collection Dubai The Palm contains four meeting rooms and a conference room. Ideally located for event organizers, these modern spaces contain all the latest audiovisual equipment and free Wi-Fi.

• What are the main challenges you are currently facing and how are you overcoming them?

- The main challenge facing the hospitality sector is recruiting talent because ever since Covid, the interest to work in hospitality has declined significantly. Thus, attracting talent has become an obstacle. Part of the advantages of NH Collection being a part of the Minor Group, we're able to hire from within with strong support globally to attract experienced candidates from other Minor Group hotels to grow their careers in Dubai, which still maintains to be an appealing tax free destination, high quality of living and competitive packages. Another big challenge is airfare especially that our business relies on airline load factor and as you know they have increased their prices in a significant way.

Daniel Méndez

(General Manager - NH Collection Oasis Doha Hotel):

The hotel is set to become a truly distinctive destination in Doha

Daniel Méndez, General Manager at NH Collection Oasis Doha Hotel, is a keen, ambitious and experienced professional, possessing excellent knowledge in Luxury Hotel Management, with international experience in major hospitality markets and openings, ability to drive major projects forward and bring substantial benefits to the company. He is capable of introducing and sustaining good practice as a strong team leader and has always displayed ambition and goal orientated performance within his solid career in the hospitality sector. He is a person who adapt very quick and easily to new environments, knowing how to move to be known in the industry in a short period of time. During the Arabian Travel Market held in Dubai, Al Bayan Magazine met Mr. Méndez and following is the interview conducted.



• How do you evaluated the hospitality sector for 2023?

- After the World Cup, it has become a little bit challenging and there is over-supply, so Qatar Tourism is working very hard to bring big events. The Q1 of this year has been positive especially that the impact of the World Cup was attractive and although now it is slowing down, yet, Q4 of 2023 and Q1 of 2024 are looking quite positive with big events taking place like Formula One and the AFC Asian Cup.

• What are the main characteristics and features of your property?

- NH Collection Oasis Doha Hotel comprises 299 guest rooms and suites and is situated in a prominent beachside destination along the Qatari capital's eastern coast, with spectacular views of the Arabian Sea and city skyline. With versatile amenities and several signature dining venues, the hotel is set to become a truly distinctive destination in Doha. The property is ideally located along Doha's eastern coast in the Ras Abu Abboud area, midway between the city centre and Hamad International Airport, well connected to Lusail in the north and to Saudi Arabia in the west. NH Collection Oasis Doha Hotel offers easy access to city centre attractions such as Souq Waqif, local museums, Westbay and Doha Corniche. The hotel is located close to business hubs and Governmental offices such as Qatar Free Zone, the Prime Minister's office, the Council of Ministers, Qatar Central Bank and other banking institutions. It is a perfect starting point to discover and explore the city. The uniqueness of the property will be brought by carefully selected team members passionate about curating extraordinary experiences for all our guests. Moreover, NH Collection Oasis Doha Hotel is steeped in history and has retained its local character. With its captivating atmosphere and versatile dining and entertainment options, it will elevate the destination and add to the ever-evolving hospitality scene of Qatar. With most guest rooms and suites offering panoramic sea views, the hotel's interior design refers to the destination's rich narrative, featuring inspiring decor and contemporary elements, across a mix of superior and deluxe rooms. Higher category room types will include the Two-Bedroom Oasis Suite, with six such suites each offering 156 square metres of space, a 193-sqm Presidential Suite and an impressive Royal Suite, with 332 square metres of living space and a generous outdoor terrace. Suite guests will be able to access an exclusive Executive Lounge on the top floor of the hotel. Furthermore, NH Collection Oasis Doha Hotel will welcome guests to exceptional hospitality. A particular highlight will be the hotel's pool, with its own cascade feature and bar. Other hotel facilities includes a fully-equipped fitness centre, a kids' club, NH Collection Spa, four padel courts and a relaxing rooftop lounge with impressive views of Doha skyline. For meeting hosts, the hotel will be home to a unique 1600 sqm ballroom that can accommodate up to 1200 guests, in addition to seven well-equipped and naturally-lit meeting rooms. Calm, exclusive and revitalizing spaces are accessible to connect or disconnect. The property will feature a selection of signature food and beverage venues, including restaurants with indoor and al fresco seating, two lounges and a relaxing pool bar. The Beach Club & Restaurant due to open in late 2023 is set to become a benchmark for beachside entertainment and phenomenal cuisine. All venues will boast a stimulating atmosphere where everything harmoniously fits together and guests can feel indulged by a great selection of delicacies and culinary journeys.



سلطان بن محمد الشهري

ASEER DEVELOPMENT COMPANY



حاتم الحربي

ASEER DEVELOPMENT COMPANY



فارس بن خالد الخليوي

BRAIRA HOTELS & RESORTS



فيصل الراجحي

almatar

فارس بن خالد الخليوي (BRAIRA HOTELS AND RESORTS):

تحتل المملكة موقعاً استراتيجياً يجعلها محط جذب للسياح

مجموعة فنادق ومنتجعات بريرا BRAIRA HOTELS & RESORTS هي سلسلة فنادق ومنتجعات فاخرة تابعة لمجموعة بوند للفنادق والمنتجعات توفر خدمة وإقامة استثنائية لأكثر من ٣٠ عاماً.

وعلى هامش معرض السياحة السعودي، عبّر فارس بن خالد الخليوي المدير العام للمجموعة، عن أهمية هكذا لقاءات إذ تتيح الفرصة للتعرف على الشركات السياحية الأخرى وإظهار دورها الفاعل في تنشيط القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية، ولدى تطبيقه على المقومات السياحية التي تتمتع بها المملكة أشار إلى الأماكن السياحية والتراثية والدينية بالإضافة إلى استضافتها أكبر وأضخم المؤتمرات التي تساهم في تطور معظم القطاعات. ولفت الخليوي أيضاً إلى الأعداد الكبيرة الوافدة من السياح إلى المملكة مؤخراً وتأثيرها الإيجابي على نسب الإشغال في الفنادق وهذا ينعكس على القطاع السياحي بشكل جيد، أما في ما يتعلق بنشاطات المجموعة أضاف أنها تقدم خدمات خمس نجوم في جميع فنادقها وتعمل على زيادة عدد فنادقها ليكون لها وجود في معظم مناطق المملكة، كما تطلع المجموعة إلى التوسع إلى أسواق أخرى في الخارج وتقديم مشروعات وأفكار جديدة مستقبلاً.

سلطان بن محمد الشهري (ASEER DEVELOPMENT COMPANY):

مستمرون بطرح المزيد من الفرص الاستثمارية الواعدة

لتحقيق أهداف «رؤية المملكة ٢٠٣٠»

تهدف هيئة تطوير منطقة عسير إلى تحقيق التنمية الإقليمية المتكاملة وضمان التنسيق الفعال بين الجهات الإنمائية الفاعلة وتنفيذ مشاريع البنية التحتية بجودة عالية، أما رؤيتها فتكمن في أن تصبح وجهة عالمية رائدة يستلهم منها الجميع الانسجام بين الأصالة والحداثة.

وعلى هامش معرض السياحة السعودي حاورت مجلة «البيان الاقتصادية» سلطان بن محمد الشهري مدير عام الاستثمار في الهيئة، فأشاد بأهمية المعرض في إطلاع المشاركين على أحدث ما توصلت إليه صناعة السياحة المحلية بالإضافة إلى إطلاق منتدى عسير للاستثمار ٢٥ فرصة استثمارية بحجم إنفاق يقدر بنحو ٣ مليار ريال سعودي بما يتناسب مع «رؤية المملكة ٢٠٣٠». كما أضاف الشهري أن قطاع السياحة هو من المجالات بالغة الأهمية في تحقيق استراتيجية الهيئة حيث تتشعب الاستثمارات إلى فنادق ومراكز تجارية وترفيهية وغيرها. من جهة أخرى، لفت إلى أن السوق السعودي يجذب الاستثمارات الخليجية ولا بد من الإشارة هنا إلى دور وزارة الاستثمار في تقديم التسهيلات اللازمة للمستثمرين الأجانب لتوجيه أعمالهم نحو سوق المملكة العربية السعودية.

فيصل الراجحي (شركة المطار almatar):

نطمح أن نصبح من كبرى المنصات الإلكترونية على مستوى المنطقة والرابعة عالمياً

شركة المطار almatar هي شركة سعودية متخصصة في مجال السياحة والسفر، تعمل عبر منصاتها الإلكترونية التي تشمل تطبيقات الهاتف المحمول وموقع الإنترنت، حيث تسعى لتقديم تجربة سفر من خلال تسهيل عمليات الحجز وحفظ حقوق المسافرين.

وفي حديث لمجلة «البيان الاقتصادية» أفاد فيصل الراجحي، الرئيس والشريك المؤسس في الشركة بأن معرض السياحة السعودي ٢٠٢٣ هو حدث ضخم على مستوى المملكة ما جعلها محور السياحة العالمية، مشيراً إلى الدور الفاعل الذي تلعبه شركة المطار في دعم السوق وطريقة التعامل مع الشركاء للارتقاء بالسياحة المحلية، وبفضل تقديمها أفضل خيارات الفنادق وجوزات الطيران من خلال استخدام التطبيق الخاص بها بالإضافة إلى تعزيز السياحة من خلال ربط خدماتها بالمنصات العالمية، ويستطيع المستخدم الأجنبي أن يتعرف على المنتجات السعودية ويتمتع بالخيارات المتنوعة من الخدمات. كما لفت فيصل الراجحي إلى أهمية توقيع اتفاقية استثمار مع صندوق التنمية السياحي واتفاقية تعاون مع شركة IMPACT46 بما يعود بالمنفعة على المستخدمين داخل المملكة. وعن الخطط المستقبلية فهناك نية لدى شركة المطار للتوسع نحو الأسواق الخليجية آملاً في أن تصبح من أكبر الشركات في المنطقة، مضيفاً أنها تحرص على تقديم خدمات راقية للعملاء مواكبة للتغيرات المستمرة في قطاع السفر.

حاتم الحربي (هيئة تطوير منطقة عسير):

«عسير» منطقة جذب رئيسية للسياح من مختلف الجنسيات

في حديث خاص لمجلة «البيان الاقتصادية» أعرب حاتم الحربي مدير عام مكتب تطوير وتسويق الوجهات في هيئة تطوير منطقة عسير ASEER DEVELOPMENT COMPANY، عن وجهة نظره حول انعقاد معرض السياحة السعودي (STF) لدعم وتطوير القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية معتبراً هذه الفعاليات ذات أهمية في إطلاق المبادرات وجذب رؤوس الأموال الأجنبية بالإضافة إلى تقديم مجموعة من العروض التي تناسب التنوع السياحي وفق مميزات كل منطقة ما يعكس ثقافتها وتراثها العريق، مشيراً من ناحية أخرى إلى مميزات منطقة عسير الجغرافية والتاريخية بتنوعها المناخي والثقافي كونها مركزاً للتفاعل الحضاري والقبلي منذ القدم، إضافة إلى اعتبارها مركز جذب للسياح من مختلف دول العالم. ولفت الحربي في نطاق مختلف إلى أن الهيئة تتعاون حالياً مع هيئة المطارات لبناء مطار دولي جديد في منطقة عسير يكون ذا قدرة استيعابية تبلغ عشرة ملايين زائر سنوياً. كما تطرق أخيراً إلى أنها تضم أكثر من ١١ ألف غرفة فندقية، وهي تعمل على زيادة غرفها إلى ٢٤ ألفاً خلال السنوات القادمة بالتعاون مع القطاعين العام والخاص.

TIME
HOTELS

HELLO SUMMER

Summer season is calling you with an amazing stay offer

Up to 35% Off

Around best cities in the world



TIME
HOTELS & RESORTS



TIME
Residence

www.timehotels.com

Thomas Gregory

(GM Park Hyatt Abu Dhabi Hotel & Villas):

Luxury is about experiences and offering top-notch concepts

Park Hyatt Abu Dhabi Hotel and Villas is a paradise on Earth with white sand, turquoise ocean, friendly hospitality, and helpful staff. Thomas Gregory, General Manager of the property, was among the prominent people who participated at the Arabian Travel Market along with several of his colleagues. In a Q & A with Al Bayan Magazine on the sidelines of the event, Mr. Gregory talked about the purpose behind their participation at the show and expressed his point of view regarding the future of sustainable tourism. He further gave us an idea about the features and characteristics which differentiate their property from others. Following is the interview conducted.



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

- ATM is very efficiently packed and does very good for us after the Covid years which were very complicated for the hospitality industry. The show is crowded and as you know, Dubai lately started to be the center of the world especially that it was fully opened and controlled during Covid. Hence, ATM represents the ideal forum for travel, tourism and hospitality professionals from around the world to explore the latest investment opportunities and to address sustainability issues across the travel and tourism industry.

• **Lately, we are talking about "Future of Sustainable Tourism". What are you doing in this regard?**

- We cannot work in this business without taking sustainability into consideration. We have a long way to achieve sustainable goals so we have to start step-by-step. As a hotel, we are not using plastic bottles anymore but believe me it is a very complicated path and investment at the same time. We had to invest in a water plant inside the hotel to fill up the bottles.

• **What makes your property different from others?**

- Park Hyatt Abu Dhabi Hotel and Villas is an exclusive sanctuary of contemporary luxury located on the environmentally protected beach of Saadiyat Island. This stylish resort offers an exceptional dining experience from a selection of elegant restaurants, personalized service by a team of well-trained colleagues and spectacular, unobstructed views of the turquoise Arabian Gulf waters from 306 luxuriously appointed rooms, suites and villas, which seamlessly blend understated luxury with timeless regional charm. Thus, Park Hyatt Abu Dhabi presents the best of both worlds, an uncommon journey of lounging around the most pristine shores of Saadiyat, to adventures on the sun-kissed sands of the Arabian desert. Moreover, one of our highest priorities for welcoming guests and colleagues is doing it with their safety and wellbeing in mind. We're committed to enhanced levels of cleanliness, as we reimagine the hotel experience. We believe that luxury is about experiences, meaning being sincere, genuine, and connected with the guests, as well as offering top-notch concepts.

Heinrich Morio

(General Manager Zulaal-Qatar):

Qatar is really inspiring and mesmerizing

Heinrich Morio, General Manager at Zulaal Wellness Resort by Chiva Som, located on the northern coast of Qatar, is an international hotelier with extensive ultra-luxury hotel experience and a proven track record to deliver positive business results while improving the tangible as well as intangible service aspects of the operation. He is a passionate and dedicated leader of people committed to developing and furthering talent in the industry. At Zulaal Wellness Resort, Mr. Morio is responsible for overseeing all areas of operations, sales, commercials and marketing. With a culture of wellness at the forefront, every aspect of his service delivery is focused on providing an environment that encourages healthy lifestyles and wellbeing. Al Bayan Magazine had the opportunity to meet Mr. Morio during ATM and conducted the following interview.



From Right: Alisa Guo, Heinrich Morio, Caitriona Gaffney & Denys Leshchenko

• **How do you evaluate the tourism sector in Qatar?**

- I have only been in Qatar for three months but I have known it over the years that I have worked in the Middle East way back in 2004, 2005, and 2006. I am now rediscovering Qatar after I came back and the transformation it has witnessed is mind-blowing. Doha has transformed itself into an incredibly progressive modern and beautiful metropolis and this is really inspiring and mesmerizing. Qatar has a vision that leads toward health, wellness and sustainability and as a wellness resort, Zulaal is very much one of the beacons for Qatar, the emphasis is on holistic wellness resort because in the industry in the last few years, many hotels have started wellness but it is a little bit confusing for the customer to distinguish between a holistic wellness resort and a wellness resort. In a wellness resort of any leading brand, wellness is referred to as a good fitness facility, spa, sauna, steam room, relaxation room, salt room, good massages and a cuisine that supports a healthy lifestyle. On the other hand, a holistic wellness resort goes more than skin deep. Zulaal includes over 120 health professionals in holistic medicine that are helping our guests to realign their health based on whatever issues they might have in a sustainable manner. Thus, a big part of what we do is not just that we provide customers with very good holistic treatments but we are the first resort of its kind specialized in Traditional Arabic Islamic Medicine which follows a holistic path to wellness that embodies traditional healing practices and herbal remedies with lifestyle guidance in nutrition, movement, and rest. We are unique in bringing this beautiful ancient philosophy into a contemporary context, and we are proud to introduce to our guests in the healing modalities of our region.

• **What is the difference between Zulaal Serenity and Zulaal Discovery?**

- The calm and private spaces throughout Zulaal Serenity have been dedicated for guests over 16 years. The whole Serenity experience is designed for those seeking a path of reset and reflection. This is a place to escape to, where guests can contemplate and embrace lasting lifestyle change. Zulaal Serenity offers guests quiet time to look after themselves while being guided on a path to positive and lasting lifestyle change. We invite all guests to experience the six Zulaal wellness pillars: Physiotherapy, Nutrition, Holistic Health, Fitness, Spa, and Aesthetic Beauty via our retreat programmes, treatments, and activities – all designed to give them a refined, sensory, and luxurious experience far removed from your every day. All the facilities at Zulaal Serenity: the spa, pools, landscaping, restaurants, movement studios, shops, and quiet places of contemplation are designed to support guests' sensory experience of connecting to themselves and nature. On the other hand, Zulaal Discovery follows Zulaal's exclusive "Family Wellness" philosophy, based on the belief that individual wellness is intricately linked to fulfilling family life and the ability to build meaningful relationships, thriving to enhance them via special activities and practices. Wellness at Zulaal Discovery, is centered around wellness for the whole family, teaching children the value of a healthy and sustainable lifestyle with age-appropriate activities. While younger children are encouraged to explore, with nature-based outings, arts and crafts, older children can spend their time being active, with kayaking, dancing, and personal training. Retreats are divided by age groups, with four programs for the children, and separate ones for parents and grandparents. All Zulaal Discovery retreats offer guests a safe space to explore their internal wellbeing while also bonding as a family. We have a weekly changing calendar of engaging activities, divided into age – appropriate categories and as those for families to enjoy as a whole. The vast range and number of activities have been expertly devised to engage the active and introspective of human being, and encourage love and respect for the environment. The facilities at Discovery have been created to resonate with the Zulaal wellness philosophy for meaningful family connection. Here families can share activities and learn together or enjoy transformative experiences on their own as individuals. We truly believe that the health of a family directly impacts the health of each member of it.



بلدنا للصناعات الغذائية ش.ذ.م.م
Baladna Food Industries Co. W.L.L



Phase I



Phase II



Phase III

Facts and Figures

حقائق وأرقام

القدرة على استيعاب **24,000** بقرة | مساحة المزرعة **2.6M** مليون متر مربع | **40** من الحظائر المتطورة | **6** محاليل حوار
3 مصانع متطورة لتصنيع الألبان والأجبان، العصائر، العبوات البلاستيكية | القدرة على إنتاج **800** طن من المنتجات يوميا
أكثر من **235** منتج | أكثر من **1,750** موظف

24,000 Cows Herd capacity | **2.6M sqm** Farm Sizes | **40** State-of-the-art barns | **6** Rotary Milking Parlors
3 High-Tech factories (Dairy, Juice & Plastic bottling) | **800** Tons/Day capacity | **235** SKUs | **1,750+** Employees

منتج
QATARI
فطري



شركة بلدنا للصناعات الغذائية ش.ذ.م.م | طريق الشمال مخرج ٤٤ - أم الحوايا - قطر
Baladna Food Industries Co. W.L.L | Shamal Road - Exit 44 - Um Al Hawaya, Qatar
T +974 4035 8888 | CustomerCare@baladna.com
www.baladna.com

f /baladnadoha
baladnaco
t @baladnaco



د. طلال عبدالله الحريقي

(الرئيس التنفيذي لهيئة تطوير محمية الإمام عبد العزيز بن محمد الملكية ومحمية الملك خالد الملكية):



أضحت الرياض عاصمة للثقافة والسياحة والاقتصاد

أنشئت هيئة تطوير محمية الإمام عبد العزيز بن محمد الملكية لخلق متنفس بيئي غني بالثروات الطبيعية وتقع ضمن نطاق عملها محمية الملك خالد الملكية، وهذه الأخيرة محمية طبيعية موجودة شمال شرق مدينة الرياض، وكانت تُعرف سابقاً باسم «منتزه الثمامة».

وفي حديث لمجلة «البيان الاقتصادية» مع د. طلال عبدالله الحريقي الرئيس التنفيذي للهيئة خلال ملتقى السياحة السعودي أوضح أن انعقاد المؤتمرات والمعارض يظهر مدى أهمية مدينة الرياض الثقافية والسياحية، إذ تهدف إلى نمو القطاع السياحي الوطني واستدامته وإيجاد نقاط التلاقي بين الشركاء وتظهر جودة المنتجات السياحية السعودية أمام الزوار.

وفي سياق آخر، أفاد د. الحريقي أن الهيئة معنية بالمحافظة على بيئة نظيفة خالية من الملوثات ومهتمة بمشكلة التصحر وكيفية مكافحتها وزيادة الغطاء النباتي والتنوع البيولوجي، بالإضافة إلى العمل على الشق التوعوي الاجتماعي لبناء أجيال تدرك أهمية التنمية المستدامة وخلق بيئة مناسبة لحياة أفضل، كذلك تنشيط السياحة البيئية وبالتالي توفير فرص عمل جديدة للمشاركة في عملية التنمية وتحقيق أهداف «رؤية المملكة ٢٠٣٠».

■ ■ ■ تتجه المملكة نحو السياحة البيئية المستدامة من خلال إبراز أهمية المحميات ■ ■ ■

على أنواع مختلفة من الكائنات الفطرية، بما في ذلك الغزلان والنعام حمراء الرقبة والمها العربي، ويوجد أنواع مختلفة من الطيور المستوطنة والمهاجرة مثل عقاب السهوب الذي شوهد مرات عدة. كما رصد أكثر من ١٧٤ فصيلاً نباتياً يتركز معظمها في الروضات، بالإضافة إلى وجود مشاتل وخلايا نحل يبلغ عمرها أكثر من ٨ سنوات.

أما بالنسبة إلى محمية الملك خالد الملكية، والمعروفة بمنطقة الثمامة سابقاً، تقع في مدينة الرياض وتبعد عن وسط المدينة ٨٠ كلم باتجاه الشمال الشرقي، وتبلغ مساحتها ١١٦٢ كلم مربع تقريباً. وتمتاز المحمية بالكائنات الفطرية والغطاء النباتي والتشكيلات الجيولوجية المميزة والبعد التاريخي والثقافي. وجدير ذكره أن من خلال أنشطة السياحة البيئية التي قمنا بتدشينها في المحميتين، نمنح تصاريح لمشغلي السياحة البيئية لتقديم أنشطتهم داخل المحمية وذلك انطلاقاً من حرصنا على دعم هؤلاء المشغلين الذين يسمح لهم بتقديم أنشطة التخيم للزوار، وقدّر عدد السياح الذين زاروا محمية الملك خالد خلال عام ٢٠٢٢ حوالي ١٢٠ ألفاً، أما الذين زاروا محمية الإمام عبد العزيز بن محمد وصل عددهم إلى ١٤٠ ألفاً ومن المتوقع أن يتجاوز عدد زوار المحميتين ٣٠٠ ألف زائر خلال عام ٢٠٢٣م.

المحافظة على البيئة لتحقيق استدامة الموارد الطبيعية

■ إلى أي مدى تواكبون أهداف «رؤية المملكة ٢٠٣٠»؟

– تعد البيئة جزءاً أساسياً من «رؤية المملكة ٢٠٣٠» والتي نسير عليها بخطى ثابتة لتحقيق استدامة بيئية لمجتمع حيوي ينعم أفرادها بجودة حياة من خلال الحد من التلوث البيئي ومكافحة التصحر وزيادة الغطاء النباتي والتنوع البيولوجي. ويولي وطننا اهتماماً بالغاً بالبيئة يتمثل بالدعم المتواصل للمشاريع والمبادرات البيئية المختلفة التي يجب المحافظة عليها والمساهمة في استدامتها. كما أن اهتمامنا في البيئة واجب ديني، ووطني، وأخلاقي، وإنساني حيث نعمل على توعية الأجيال لتحقيق بيئة مستدامة لحياة أفضل. ونهدف في الهيئة إلى المساهمة في التنمية البيئية من خلال تعزيز الغطاء النباتي والتنوع البيولوجي، وتنشيط السياحة البيئية، بالإضافة إلى الإسهام في تنمية الرأس المال البشري في المجتمع المحلي بالتدريب والتأهيل وتوفير فرص العمل لهم للإسهام في المشاركة الفاعلة في التنمية وتحقيق مستهدفات «رؤية المملكة ٢٠٣٠».

■ برأيكم، ما أهمية انعقاد مؤتمرات مثل ملتقى السياحة السعودي داخل المملكة العربية السعودية؟

– لا شك أن ملتقى السياحة السعودي هو امتداد لمجموعة كبيرة من المعارض التي بدأت تشهدها المملكة، وأضحت الرياض مدينة جاذبة للمعارض والفعاليات المختلفة والدليل انعقاد مثل هذا الملتقى فيها الذي يُظهر مدى أهميتها كعاصمة للثقافة والسياحة والاقتصاد. ويهدف الملتقى إلى الإسهام في نمو واستدامة القطاع السياحي الوطني، وإنشاء نقطة التقاء رئيسية، وتوفير فرص التواصل المباشر، وتبادل المعلومات، بالإضافة إلى توطيد العلاقات مع الشركاء الرئيسيين من قطاعي السفر والسياحة، كما يسهم في الترويج للوجهات والبرامج والتجارب والباقات والمنتجات السياحية السعودية أمام الزوار من داخل المملكة وخارجها، فضلاً عن تعزيز استقطاب السياح الإقليميين والدوليين للوجهات الوطنية، لتسليط الضوء على تجربة الحفاوة السعودية وتراثها الأصيل وثقافتها النابضة بالحياة، ومناظرها الطبيعية المذهلة، وبالنسبة إلينا كمحمية ملكية مشاركة في هذا الملتقى، فإن ذلك يظهر الجانب الجديد الذي تتجه إليه المملكة العربية السعودية وهو السياحة البيئية المستدامة.

■ ما هي المقومات السياحية لمحميتي الإمام عبد العزيز بن محمد الملكية والملك خالد الملكية؟

– تمتد محمية الإمام عبد العزيز بن محمد الملكية على مساحة ١١,٣٠٠ كلم مربع شمال شرق مدينة الرياض في الجنوب الغربي من صحراء الدهناء، وتضم المحمية روضة خريم ومركز غيلانة والمناطق المحيطة. تتميز المحمية بموقعها الاستراتيجي بين أكبر التجمعات السكانية في المملكة العربية السعودية. ترتبط مواقع المحمية المختلفة بشبكة طرق حديثة تسهل الوصول إلى المدن والقرى الواقعة في المحمية، كما تتوفر خدمة الاتصال والإنترنت في المناطق الرئيسية من المدن والقرى. وتضم المحمية عدداً من الكائنات الفطرية والنباتات الصحراوية والتشكيلات الجيولوجية. وتعكس بيئة المحمية الصحراوية الخصائص الطبيعية لإحدى أهم التشكيلات الجغرافية في شبه الجزيرة العربية والتي تحتوي على عدد من الأودية والشعاب. كما يوجد في المحمية مناظر طبيعية تشمل الكثبان الرملية والروضات والأودية والمسطحات المائية في موسم الأمطار وعدد من الكهوف والحوال في حدود المحمية الشمالية. وتشمل المحمية روضة خريم التي تحتوي

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

قادة السياحة والسفر الأكثر تأثيراً في الشرق الأوسط لعام ٢٠٢٣

يسير القطاع السياحي في الشرق الأوسط بخطى سريعة تجاه التعافي، حيث شهدت صناعة السياحة في المنطقة إنتعاشاً قوياً. كما أن التعافي السريع لصناعة السياحة في الشرق الأوسط لا تدعمه سياسات الدول المختلفة فحسب، بل استفاد من إقامة الأحداث المتتالية مثل إكسبو دبي وكأس العالم في قطر، وقد أصبحت المنطقة أيضاً وجهة رياضية عالمية بعد استضافت البحرين والإمارات والسعودية سباق الجائزة الكبرى لفورمولا-١ والعديد من الأنشطة الثقافية والفعاليات المتنوعة. وبالتالي، سيساعد إنتعاش صناعة السياحة منطقة الشرق الأوسط على تنويع إقتصادها وتحقيق التنمية المستدامة.

وتضم قائمة عام ٢٠٢٣ القادة الأكثر تأثيراً في المنطقة. وفي حال سقط ذكر أي شخصية سهواً سوف نذكره في نسختنا القادمة.

المصدر: دائرة الأبحاث / مجلة البيان الاقتصادية وفوربس

ناصر مطر الكواري (الرئيس التنفيذي لشركة كتارا للضيافة)



شغل ناصر الكواري منصب الرئيس التنفيذي لكتارا للضيافة في KATARA HOSPITALITY في يناير ٢٠٢٣. وتملك الشركة وتدير أكثر من ٤٢ فندقاً ضمن محفظتها، منها فنادق في قطر ومصر والمغرب، والمملكة المتحدة وفرنسا وإيطاليا، وإسبانيا وسويسرا وهولندا، وسنغافورة وتايلاند وأميركا، وتستهدف توسيع محفظتها إلى ٦٠ فندقاً بحلول عام ٢٠٣٠. ولدى الكواري خبرة تزيد عن ٢٥ عاماً في مناصب قيادية مختلفة في العديد من القطاعات. وشغل سابقاً منصب الرئيس التنفيذي لشركة مشيرب العقارية، والرئيس التنفيذي لشركة استاد للاستشارات الهندسية وإدارة المشاريع.

الشيخ أحمد بن سعيد آل مكتوم (رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي لمجموعة الإمارات)



بدأ الشيخ أحمد بن سعيد آل مكتوم مسيرته المهنية في مجال الطيران عام ١٩٨٥ حين عين رئيساً لدائرة الطيران المدني في دبي ورئيساً لمجلس إدارة شركة طيران الإمارات التي تأسست آنذاك. وأطلقت الشركة عملياتها بطائرتين مستأجرتين ورحلات تسير إلى وجهتين من دبي. أما اليوم فتسافر إلى أكثر من ١٦٠ وجهة في جميع القارات. وتمتلك أكبر أسطول في العالم من طائرات بوينغ ٧٧٧ وإيرباص A380. ويشغل آل مكتوم أيضاً منصب النائب الثاني لرئيس المجلس التنفيذي لإمارة دبي ورئيس اللجنة العليا للسياسة المالية في إمارة دبي.

سليم الزير (مؤسس سلسلة فنادق روتانا العالمية)



بدأ سليم الزير حياته العملية بفندق «الدرون» في نيويورك وأمضى ١٢ عاماً مع سلسلة هيلتون العالمية. وشغل الزير سابقاً منصب المدير التنفيذي لمجموعة فنادق روتانا ROTANA حيث تنحى عن منصبه عام ٢٠١٤ واستمر بدور استشاري بوصفه نائب رئيس مجلس الإدارة وفاقته خبرة الزير ٤٠ عاماً، وبفضل جهوده حصدت روتانا نجاحات عالمية مع انتشار فنادقها في أكثر من ١٢ بلداً في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

طارق محمود السيد (الرئيس التنفيذي لشركة الريان للاستثمار السياحي)



يشغل طارق السيد منصب الرئيس التنفيذي والعضو المنتدب لشركة الريان للاستثمار السياحي (ARTIC) منذ عام ٢٠١٧. وافتتحت الشركة ٤ فنادق في قطر لخدمة بطولة كأس العالم FIFA قطر ٢٠٢٢، لتضيف أكثر من ٣١٥٠ غرفة فندقية. فيما استضافت فنادق الشركة منتخبات: البرتغال وويلز وكوريا الجنوبية وغانا، خلال المونديال. وتتجاوز قيمة محفظة الشركة الحالية ٥ مليارات دولار، كما تتضمن العديد من العقارات السكنية والتجارية، وأكثر من ٣٥ فندقاً في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وأميركا وأوروبا، بإجمالي ٩٩٠٠ غرفة. عمل السيد سابقاً لدى الفيصل القابضة، الشركة الأم لشركة الريان للاستثمار السياحي.

سالم الشهراني (مدير العمليات والتشغيل لمجموعة فنادق أكور أبراج الساعة...)



يعتبر سالم الشهراني من الأسماء اللامعة في عالم الضيافة وصقل الرؤية والاستراتيجية، وقد حقق في مسيرته التي تزيد عن ٢٤ عاماً سلسلة من النجاحات والتي تمتد عبر إدارة الضيافة والسياحة والتخطيط الاستراتيجي، التدريب والتطوير. ويحتل حالياً منصب مدير العمليات والتشغيل لمجموعة فنادق أكور ACCOR – أبراج الساعة – فندق ساعة مكة فيرمونت – فندق قصر مكة رافلز...

فراس منيمنة (مدير عام فندق مانسارد الرياض)



يتولى فراس منيمنة قيادة فندق مانسارد الرياض MANSARD RIYADH الذي يعتبر أحد أبرز الفنادق الفاخرة التابعة لراديسون كوليكشن RADISSON. السيد منيمنة الحاصل على شهادة ماجستير إدارة الأعمال في إدارة الضيافة والسياحة في روما، وتحوّل لأكثر من عقد من الزمن في العديد من البلدان مكتسباً خبرة ثقافية ثمرة للتعامل مع العديد من الجنسيات، ساهم في تطور العمليات الفندقية، وقام بتعزيز العديد من المهارات التشغيلية والمالية والتجارية بما يخدم ويواكب احتياجات وتطلعات الضيوف.

خلف أحمد الحبتور (مؤسس ورئيس مجلس إدارة مجموعة الحبتور)



يتمتع خلف الحبتور بمكانة متميزة ووضع مرموق في المجتمع. يتبوأ هذا الرجل العصامي اليوم منصب رئيس مجلس إدارة مجموعة الحبتور، إحدى أكثر الشركات نجاحاً في منطقة الخليج. أما لائحة جوائز خلف الحبتور وإنجازاته فلا تعكس فطنته في الأعمال فقط، لأنه يعتبر أنّ مواجهة المصاعب، واستعداده لتحمل المخاطر المحسوبة، وتطلّعه نحو المستقبل، كانت مواقف أسهمت في تمكين مجموعة الحبتور لكي تصل إلى النمو والتنوّع اللذين تميّز بهما اليوم. ويتبوأ خلف الحبتور حالياً مناصب عديدة أبرزها مؤسس ورئيس مجلس إدارة مجموعة الحبتور، رئيس مجلس إدارة شركة دبي الوطنية للتأمين وإعادة التأمين، نائب رئيس مجلس أمناء مؤسسة الجليّة. أما المناصب التي سبق أن تولّاها فهي: عضو في المجلس الوطني الاتحادي، وعضو في مجلس إدارة غرفة تجارة وصناعة دبي، ورئيس مجلس إدارة بنك دبي التجاري وعضو في كلية جون كينيدي للإدارة الحكومية في جامعة هارفارد. والعضو غير الأميركي الوحيد في مجلس الحكام العالمي للمنظمة الأميركية المتحدة للخدمات USO ما بين (١٩٩٤-١٩٩٧).

هيشم مطر (رئيس منطقة الهند والشرق الأوسط وأفريقيا في مجموعة فنادق انتركونتيننتال)



تولى هيشم مطر منصبه في IHG في نيسان ٢٠٢١. وتدير المجموعة ١٨٠ فندقاً وامتيازاً في الشرق الأوسط وأفريقيا والهند. ويتمتع مطر بخبرة مهنية تبلغ ٢٧ عاماً، وشغل أيضاً منصب مستشار أول لوزارة السياحة السعودية، ورئيس تنفيذي لهيئة رأس الخيمة لتنمية السياحة.

جون باغانو (الرئيس التنفيذي لشركة البحر الأحمر الدولية)



تولى JOHN PAGANO منصب الرئيس التنفيذي لشركة البحر الأحمر الدولية RED SEA GLOBAL عام ٢٠١٨. يتمتع باغانو بخبرة مهنية تتجاوز ٤٠ عاماً، وهو طيار يحمل رخصة قيادة طائرات رجال الأعمال، وأحد مناصري السياحة والممارسات المستدامة.

مازن صالحة (رئيس مجلس إدارة شركة الفنادق اللبنانية الكبرى)



مازن صالحة رئيس مجلس إدارة شركة الفنادق اللبنانية الكبرى التي تملك فندق فينيسيا التاريخي. كانت مسيرته رسالة إبداع ونجاح وضعت لبنان في مصاف الدول المتقدمة في مجال الخدمات الفندقية.

إن مسيرة الأستاذ مازن صالحة الناجحة اختزنت الكثير من التضحيات والاحلام، والثقة بلبنان، فكانت قمة النجاح في تكريس فندق فينيسيا انتركونتيننتال كرمز لبناني يجسد مراحل لبنان في أسوأها وفي أحلاها. ان سنوات من الإغلاق بسبب حرب لبنان المأسوية، لم تستطع النيل من عزيمة الأستاذ مازن صالحة الذي خاض غمار التحدي متسلحاً بحبه للبنان وبيروت، وبفضل إصرار السيد صالحة، التصق اسمه بالصناعة الفندقية اللبنانية، وطور مفهوم الفنادق والضيافة.

دانكن أورورك (الرئيس التنفيذي للشرق الأوسط وأفريقيا وآسيا والمحيط الهادئ في مجموعة أكور)



تولى DUNCAN O'ROURKE منصبه الحالي في يناير ٢٠٢٣، حيث يشرف على تشغيل ألف فندق ومنتجع، وأكثر من ٢٠٠ فندق قيد التنفيذ، مع العديد من العلامات التجارية مثل: سويس أوتيل، وموفنبيك، وبولمان، وغراندميركيور، ونوفوتيل، وغيرها. وتوظف أكور ACCOR ١٠٠ ألف شخص في الشرق الأوسط وأفريقيا وتركيا، وآسيا والمحيط الهادئ. في حين لدى أورورك خبرة مهنية تمتد لـ ٣٥ عاماً، ويعمل مع أكور منذ عام ٢٠١٦.

إبراهيم الكشي (الرئيس التنفيذي - الخطوط السعودية للنقل الجوي)



يشغل إبراهيم الكشي منصب الرئيس التنفيذي للخطوط السعودية للنقل الجوي SAUDIA منذ عام ٢٠٢٠. وقد أسست الشركة التي تعد الناقل الوطني للمملكة في عام ١٩٤٥. تسافر «السعودية» إلى أكثر من ٩٠ وجهة، وتدير أسطولاً من ١٤٤ طائرة. في حين شغل السيد الكشي سابقاً، منصب نائب رئيس إدارة أمن وسلامة الطيران (AVSEC) في الخطوط السعودية، والمدير العام لمكتب تحقيقات الطيران بالمملكة العربية السعودية في الفترة بين ٢٠١٢ إلى ٢٠١٦.

محمد عوض الله (الرئيس التنفيذي لمجموعة تايم للفنادق)

شارك محمد عوض الله في تأسيس مجموعة تايم للفنادق TIME في عام ٢٠١٢، وعُيّن في منصب الرئيس التنفيذي للإشراف على فنادق الشركة البالغ عددها أكثر من ١٧ فندقاً في عام ٢٠٢٢. لدى عوض الله خبرة ٣٩ عاماً في قطاع الضيافة، وشغل سابقاً مناصب في شركات ضيافة دولية منها: فنادق ومنجعات موفتبيك، وهيلتون الدولية، وفنادق روتانا. وهو من الشخصيات المحببة جداً في قطاعه.

بلال القادري (مدير عام فندق ومنتجع شيراتون جراند الدوحة)

يتمتع بلال القادري بخبرة تمتد لأكثر من ٢٠ عاماً في مجال الضيافة الفاخرة، ولديه رؤية عميقة حول توجهات السوق السائدة والتي تمكّن فندق ومنتجع شيراتون جراند الجديدة وتوسيع انتشار علامته التجارية وضمان توفير تجارب مُميّزة للضيوف.

عمل بلال القادري سابقاً كمدير عام لفندق

ومنتجع قرية الشرق، حيث لعب دوراً فعالاً في إعادة تعريف الوجهة المفضلة إلى الدوحة لرجال الأعمال والسياح على حدّ سواء الذين يتمتعون بحب المغامرة والسفر، كما ساهم في تحديد موقع الفندق كأحد أفضل الفنادق الفاخرة وكوجهة لنمط الحياة الراقية. ويعتبر القادري من المخضرمين في مجموعة الماريوت، حيث بدأ مسيرته المهنية في عام ١٩٩٨، وعمل في فنادق مُختلفة في الشرق الأوسط بتوليّه مناصب إدارية عُليا، وهو حاصل على شهادة في إدارة الفنادق والتسويق.

جو غياض (مدير عام فندق النيل ريتز - كارلتون، القاهرة)

يملك جو غياض خبرة واسعة اكتسبها من عمله حول العالم، في عدة دول بفنادق ريتز-كارلتون RITZ CARLTON، منها الريتز-كارلتون، ألماتي، في كازاخستان، وهو من قدامى العاملين في منتجعات كلوب ميد في الكاريبي وجزر البهاما والمكسيك، حيث تخصص في إدارة العمليات قبل انضمامه إلى شركة فنادق الريتز-كارلتون عام ١٩٩٩ حيث شغل مناصب متعددة في فندق الريتز-كارلتون، مونريال كندا، وفندق الريتز-كارلتون، الدوحة، إضافة إلى فندق الريتز-كارلتون، شرم الشيخ.

فيليب جونز (رئيس التسويق وإدارة الوجهات السياحية، الهيئة الملكية لمحافظة العلا)

انضم PHILLIP JONES إلى الهيئة الملكية لمحافظة العلا ALULA في مايو ٢٠١٩. وتعمل الهيئة على تحويل مدينة العلا التاريخية إلى وجهة سياحية رئيسية، مع تركيزها على حماية المواقع الأثرية والتراثية والطبيعية. فيما شغل جونز سابقاً منصب الرئيس والمدير التنفيذي لمشروع (Visit Dallas) والأمين العام، منصب يعادل درجة وزير، في وزارة السياحة والثقافة والترفيه لولاية لويزيانا، ومديراً ورئيساً لاتحادات السفر والسياحة الوطنية الرئيسية.

مايكل إبراهيم (مدير عام فندق مونديان قطر ومدير التسويق الاتليمي لفنادق مونديان)

يملك مايكل إبراهيم أكثر من ١٥ عاماً من الخبرة في الفنادق الفاخرة في جميع دول مجلس التعاون الخليجي، كما كانت لديه إسهامات عديدة في افتتاح فنادق جديدة حيث كان جزءاً من ٩ فنادق تم افتتاحها بما في ذلك The Edition Hotels في لندن وميامي بيتش. ويُعد مونديان الدوحة MONDRIAN،

الذي حصل على لقب «أفضل فندق أعمال في الدوحة» و«أفضل فندق أعمال في الشرق الأوسط»، أول فندق في قطر يحصل على مثل هذا التقدير الرفيع من المسافرين بغرض الأعمال، حيث نجح في الارتقاء بمستوى صناعة الضيافة في قطر وعلى مستوى العالم.

صالح محمد الجزيري (مدير عام دائرة الثقافة والسياحة - أبوظبي)

تولى الجزيري منصبه الحالي في دائرة الثقافة والسياحة، أبوظبي، في أبريل / نيسان ٢٠٢٢. واستضافت الدائرة أحداث عالمية مثل: بطولات الفنون القتالية المختلطة (UFC) ومباريات من دوري كرة السلة الأمريكي للمحترفين (NBA). فيما تستهدف جذب ٢٤ مليون زائر حتى نهاية العام الحالي. في فبراير / شباط ٢٠٢٣، ويعمل الجزيري في قطاع السياحة منذ عام ٢٠٠٢، شغل

خلالها مناصب قيادية في مؤسسات مختلفة منها: دائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي، ودائرة التنمية السياحية بعجمان، وشركة (Meraas Holding).

سانديب واليا (الرئيس التنفيذي للعمليات في ماريوت في الشرق الأوسط وتركيا)

شغل SANDEEP WALIA منصبه الحالي منذ عام ٢٠٢١. ولدى ماريوت الدولية MARRIOTT ٢٣٠ فندقاً، وأكثر من ١٠٠ مشروع قيد التنفيذ في منطقة الشرق الأوسط. كذلك افتتحت الشركة ٢٤ فندقاً في عام ٢٠٢٢، وفي مارس / آذار ٢٠٢٣، وقعت اتفاقية مع نيوم لافتتاح ٣ فنادق فاخرة في جزيرة سندالة، ولدى واليا ٢٦ عاماً من الخبرة في القطاع.

بول غريفيث (الرئيس التنفيذي لشركة مطارات دبي)

يشرف PAUL GRIFFITHS على مؤسسة مطارات دبي منذ عام ٢٠٠٧، التي تتولى عمليات تشغيل وتطوير مطار آل مكتوم الدولي (دبي وورلد سنترال)، ومطار دبي الدولي (DXB) أكثر المطارات الدولية ازدحاماً في العالم. يتصل المطار بأكثر من ٢٢٩ وجهة في ٩٩ دولة عبر ٨٨ شركة طيران دولية.

ناصر النويس (رئيس مجلس إدارة شركة روتانا لإدارة الفنادق)



أسس ناصر النويس شركة أبوظبي الوطنية للفنادق وتقلد منصب رئيس مجلس الإدارة فيها لمدة ١٤ عاماً. كما تبوأ منصب المدير التنفيذي لصندوق أبوظبي للتنمية وكان وكيلاً لكل من وزارة المالية ووزارة الصناعة. وهو بالإضافة إلى رئاسته لشبكة فنادق روتانا ROTANA عضواً في مجالس إدارة العديد من الشركات الضخمة.

جيري إنزيريلو (الرئيس التنفيذي لتطوير الدرعية)



يشغل JERRY INZERILLO منصبه الحالي منذ عام ٢٠١٨، حيث يقود مشروع تطوير الدرعية DIRIYAH بقيمة ٦٣,٢ مليار دولار. وفي نوفمبر/ تشرين الثاني ٢٠٢٢، أعلنت هيئة تطوير بوابة الدرعية عن إضافة ١٦ فندقاً عالمياً إلى محفظتها الفندقية، ليصل إجمالي الفنادق المقرر إنشاؤها في الدرعية إلى ٣٤ فندقاً عالمياً. وقد شغل إنزيريلو سابقاً مناصب قيادية رفيعة في العديد من العلامات الفندقية.

مارك مطر (مدير عام سانت ريجيس الدوحة وفندق سانت ريجيس جزيرة مرسى عربية اللؤلؤة - قطر)



يملك مارك مطر خبرة طويلة تزيد عن ٣٠ عاماً في قطاع الضيافة والفخامة وأسلوب الحياة، حيث تزخر مسيرته المهنية بسجل حافل من الانجازات وقصص النجاح المميزة. وتعتبر شخصيته القيادية الاستثنائية من أهم مقومات النجاح التي تميز بها طوال مسيرته المهنية. كما نجح مارك مطر بإيصال فندقى سانت ريجيس الدوحة ST. REGIS DOHA وسانت ريجيس جزيرة مرسى عربية ST. REGIS MARSABIA ISLAND إلى آفاق جديدة من النجاح على الصعيدين المحلي والعالمي.

أكبر الباكر (الرئيس التنفيذي لمجموعة الخطوط الجوية القطرية)



يشغل أكبر الباكر منصب الرئيس التنفيذي لمجموعة الخطوط الجوية القطرية منذ عام ١٩٩٧ وفي عام ٢٠١٩ عيّن أميناً عاماً للمجلس الوطني للسياحة في قطر الذي أصبح «قطر للسياحة» عام ٢٠٢١. تسافر الشركة إلى أكثر من ١٦٠ وجهة عالمية، وأعلنت المجموعة عن إيرادات بلغت ١٤,٣ مليار دولار وأصول قيمتها ٤١,٤ مليار دولار عن السنة المالية ٢٠٢٢.



ST REGIS
DOHA
سانت ريجيس الدوحة

العنوان الأرقى للفخامة في الدوحة ملائكم الساحر للإسترخاء

ندعوكم للإستمتاع بتجربة الإقامة الفاخرة في ضيافة سانت ريجيس الدوحة حيث نمئكم غرف وأجنحة مع إطلالة بانورامية على مياه الخليج العربي ومساحة واسعة من الرفاهية تستمعون بها مع كافة أفراد العائلة.

خلال إقامتكم معنا، يمكنكم الإسترخاء في جيران سبا مع أعلى معايير علاجات الوجه و تدليك الجسم، كما يمكنكم زيارة مجموعة متنوعة من مرافق تناول الطعام من جميع مطابخ العالم، منها: هاكاسان، ساكس، ببابل، ريفاج، أوبا، سكاليني، لا بوديفا، نيغرا، فاين، أستور، غريل، أويستر باي، سراج لاونج و فينتاج لاونج.

للحجز والإستفسار

+974 4446 0000

reservations.doha@stregis.com

Marriott.com/DOHXR

كمال فاخوري (الرئيس التنفيذي لمجموعة كريستال)

تولى كمال فاخوري منصبه الحالي في سبتمبر ٢٠١٦، بعد قيادته عمليات المجموعة منذ أكتوبر ٢٠٠٧. وتدير مجموعة كريستال (Cristal Group) ٤ فنادق في الشرق الأوسط، منها فندقان في كردستان العراق وفندق في السعودية، بالإضافة إلى علامتها الرئيسية في أبوظبي، مع استهدافها فتح ٥ فنادق أخرى. وفي عام ٢٠٢٣، قاد فاخوري استثمار المجموعة

وانتقالها لتقديم حلول الضيافة للشركات، وتشكيل تحالفات استراتيجية مع هيلتون، وفنادق كور، وفنادق ومنتجعات (IHG) وماريوت الدولية، وفنادق ومنتجعات ويندام العالمية. ولدى السيد فاخوري خبرة تزيد عن ٣٠ عاماً في مجال الضيافة حيث عمل قبل انضمامه إلى المجموعة في فنادق روتانا، ومجموعة فنادق راديسون ومجموعة فنادق حياة و (the Luxor Hotel and Casino) في لاس فيغاس.

فهد حميد الدين (الرئيس التنفيذي للهيئة السعودية للسياحة)

تولى فهد حميد الدين منصب الرئيس التنفيذي للهيئة السعودية للسياحة في مارس / آذار ٢٠٢٠. ويشرف على تطوير وتسويق الوجهات السياحية، وترويج العلامة التجارية السياحية روح السعودية (Visit Saudi). وشغل فهد حميد الدين سابقاً منصب المشرف العام على الاستثمار والاستراتيجية والتسويق والبرامج في وزارة السياحة السعودية، والرئيس التنفيذي للقطاع التجاري في مدينة الملك عبد الله الاقتصادية. كذلك يشغل فهد حميد الدين عضوية مجلس أمناء كلية الأمير محمد بن سلمان للإدارة وريادة الأعمال، ومجلس إدارة شركة القدية للاستثمار، والهيئة العامة للمعارض والمؤتمرات السعودية، والعديد من اللجان الحكومية.

سامي الأعور (مدير عام فندق موفنيك قطر)

يجمع فندق MOVENPICK الدوحة بين الحداثة والراحة وكرم الضيافة ومستويات الخدمة العالية التي يتميز بها، وطوال فترة تولية منصب الإدارة حقق سامي الأعور نجاحاً ملحوظاً بفضل قيادته الحكيمة وتقانيه في تحقيق التميز في مجال الضيافة ما جعل من فندق موفنيك الخيار الأمثل لزوار الدوحة من مختلف دول العالم.

كمال الزياتي (مدير عام فندق دانات «الراحة بيتش» أبوظبي)

يتمتع كمال الزياتي بخبرة دولية اكتسبها من مسيرته المهنية، كما يعد مرشحاً ممتازاً لدعم تجارب الضيافة الاستثنائية وقيادة إمارة أبوظبي هذه الوجهة المميزة نحو فصل جديد من النجاح. ويعد فندق DANAT AL RAHA BEACH خيار رائع للمسافرين إلى أبوظبي، حيث يوفر جو مناسب للأسر بالإضافة إلى العديد من سبل الراحة.

سيمون سمير (الرئيس التنفيذي للعمليات لمنتجعات وفنادق ستيلادي ماري في مصر والإمارات)

شغل سيمون سمير منصب المدير العام الإقليمي لفندق ستيلادي ماري دبي STELLA DI MARE، كما تبوأ منصب المدير العام الإقليمي في الأردن لتطوير المشاريع السياحية (JPTD) والمدير العام لشركة أوراسكوم لإدارة الفنادق Orascom Hotels Management وله إنجازات مذهلة في قيادة وإدارة فنادق ومنتجعات ستيلادي ماري.

روبير الخوري (نائب رئيس قسم المبيعات والتسويق لمجموعة جي إيه لمنتجعات والفنادق)

يجلب روبرت الخوري ٢١ عاماً من الخبرة في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، اكتسبها من العمل مع عدد من الأسماء المرموقة في القطاع. وهو حاصل على شهادة الماجستير في إدارة الضيافة من أكاديمية طيران الإمارات لإدارة الضيافة عام ٢٠١٤. وبفضل مهارته ومعرفته العميقة بالقطاع، إلى جانب خبرته الواسعة في مجال الضيافة وإتقانه لثلاث لغات، من المرتقب أن يحقق الخوري نجاحاً ملموساً في مسؤولياته لتعزيز الأعمال التجارية لدى JA RESORTS & HOTELS، حيث يشرف على مجالات المبيعات والإيرادات والتسويق والتوزيع. كما يركز الخوري على دعم التوسع العالمي والوفاء بوعده العلامة بتحقيق تجارب فريدة وذكريات لا تنسى، فضلاً عن استقطاب وتطوير أصحاب المواهب المميزة لتحقيق أداء ريادي في القطاع.

شادي قاسم (مدير عام فندق ذي أفنيو الدوحة)

يعتبر فندق THE AVENUE الدوحة أحد فنادق مروب تحت إدارة شركة كتارا للضيافة واحداً من منظومة مؤسسات الضيافة المحلية، الذي حقق بمعطياته التشغيلية إضافة نوعية لصناعة الفنادق، ويعمل ذي أفنيو الدوحة على تفعيل جملة من المعطيات التشغيلية المتطورة التي حظي بمقتضاها على سلسلة من الجوائز والأوسمة التقديرية العالمية كما نجح الفندق في فرض نفسه بقوة على ساحة المنافسة كفندق يسعى إلى التميز وتقديم الخدمات الراقية الفريدة من نوعها وذلك تحت قيادة شادي قاسم.

مدحت النوبي (الرئيس التنفيذي لرتاج للفنادق والضيافة)

تمثل RETAJ إحدى الشركات الوطنية الرائدة في مجال الفنادق والضيافة بدولة قطر، والتي تستوحي خدماتها من التقاليد العربية الأصيلة وذلك منذ أن أنشأت شركة رتاج العلامة التجارية «رتاج للفنادق» وهي العلامة الفندقية القطرية الأولى التي بدأت العمل داخل وخارج قطر وتمكنت من المنافسة بقوة ليس فقط بالسوق المحلي لكن أيضاً على المستويين الإقليمي والعالمي» وذلك تحت قيادة مدحت النوبي.

جان فرانسوا دوراند (مدير عام منتجع حياة ريجنسي العقبة أيلة)



يتمتع السيد JEAN-FRANCOIS DURAND بخبرة تمتد لأكثر من ٢٦ عاماً مع مجموعة «حياة»، حيث شغل، قبل توليه الإدارة العامة لمنتجع حياة ريجنسي العقبة أيلة، منصب المدير العام لفندق حياة ريجنسي موسكو بتروفسكي بارك، بالإضافة إلى تبوئه سابقاً مناصب مرموقة في عدة فنادق من مجموعة «حياة» في مدن مختلفة مثل سوتشي، داشنبلي واكاتيرنبرغ. وجدير ذكره أن

منتجع حياة ريجنسي العقبة أيلة HYATT REGENCY AQABA AYLA يعد أول فندق ينطوي تحت العلامة التجارية المرموقة «حياة ريجنسي»، وثاني فنادق المجموعة في المملكة الأردنية الهاشمية، إلى جانب فندق «جراند حياة عمان». ويتميز المنتجع بموقعه الإستراتيجي في قرية المرسى ضمن مشروع «أيلة» الفاخر بين مركز مدينة العقبة النابض بالحياة والحدود الدولية، ويقدم لزواره تجربة ضيافة فاخرة ومتكاملة في مكان واحد.

أنطوني تريستون (مدير عام منتجع بانيان تري الغلا)



مع أكثر من ٣٥ عاماً من الخبرة والمعرفة في جميع أنحاء العالم، شملت أوروبا والشرق الأقصى والهند والشرق الأوسط، يتمتع السيد ANTONY TRESTON بسجل حافل من النجاحات والإنجازات في بيئات متعددة الثقافات، حيث لطالما امتلك القدرة على تشكيل فرق خدمة عالمية المستوى والعمل بمثابة على رعايتها وتطويرها، مما وفّر تجارب وذكريات إستثنائية للضيوف.

وشغل تريستون خلال مسيرته المهنية العديد من المناصب المرموقة. وجدير ذكره أن منتجع BANYAN TREE ALULA يقع وسط الطبيعة الخلابة ويضم مجموعة من الفلل الفاخرة في واحدة من أكثر الوجهات تميزاً في العالم، حيث يستمد إلهام تصاميمه من البيئة الطبيعية لوداي عشار. ويوفر المنتجع الفرصة لضيوفه للاستمتاع بكامل تفاصيله وسط الأجواء الصحراوية الهادئة والمناظر الرائعة.

مايكل غوتز (مدير عام فندق موفنبيك شاطيء جميرا)



يتحلى Michael Goetz بمسيرة مهنية طويلة وزاخرة تمتد لأكثر من ٢٠ عاماً في قطاع الضيافة، تنقل خلالها بين دول عدة في أوروبا والشرق الأوسط وآسيا وأفريقيا، الأمر الذي أكسبه معرفة عميقة وخبرة تشغيلية وتجارية واسعة النطاق. تبوأ Goetz مناصب مرموقة في كل من فنادق ومنتجعات أماري Amari ومövenpick وRadisson، وهو خريج المدرسة الفندقية في لوزان (EHL).

ومن خلال موقعه في فندق موفنبيك شاطيء جميرا، يشرف Goetz على جميع العمليات، واضعاً خطط استراتيجية لتعزيز مكانة الفندق في سوق جميرا بيتش ريزيدنس، وخلق إقامة إستثنائية وفريدة من نوعها للزلاء، مع التركيز المستمر على موضوع الاستدامة.



ST REGIS
MARJA ARABIA ISLAND • THE PEARL QATAR
سانت ريجيس جزيرة مرسى عربية • اللؤلؤة قطر

سانت ريجيس جزيرة مرسى عربية تشكيل حصرية من الأجنحة الفاخرة

يقدم فندق جزيرة سانت ريجيس مرسى العربية، اللؤلؤة - قطر مجموعة من الأجنحة والوحدات السكنية التي تتمتع بإطلالات رائعة على جزيرة اللؤلؤة ومدينة الدوحة.

يضم الفندق ١٩٣ جناحاً تتميز كل منها بشرفات واسعة ذات إطلالات خلابة على الخليج العربي وعلى المارينا توفر للضيوف وسائل الراحة والاستمتاع بنمط حياة الجزيرة سواء خلال الإقامة لفترات طويلة أو عطلة قصيرة.

يقدم الفندق مرافق فاخرة منها مركز "لونجيفيتي هاب" من العلامة السويسرية "Clinique La Prairie" كما يحتوي على ٩ مطاعم وصالات تقدم لك رحلة من المذاقات والمأكولات العالمية منها مطعم مانوس للمأكولات البحرية اليونانية، روبرتوس الإيطالي، مطعم نار التركي، تشوتو ماتشي البيروفي والياباني، مطعم بابل اللبناني، قهوة زيتونا المستوحاة من شوارع بيروت الخالية، و اللوبي لاونج لأفضل تجربة شاي الظهيرة في جزيرة اللؤلؤة.

للحجز والإستفسار

+974 4020 4444

reservations.doha@stregis.com

Marriott.com/DOHXP



محمد سعيد (المدير العام لمجموعة رويال كاريبيان)

يقود محمد سعيد أكبر شركة للرحلات البحرية في العالم في منطقة الشرق الأوسط، حيث تم تأسيس رويال كاريبيان ROYAL CARIBBEAN عام ١٩٩٩ وهي تمثل شركة رويال كاريبيان انترناشونال والتي تعد من الشركات العريقة ولها إرث مرموق في مجال السياحة البحرية.

عمرو غازي (مدير عام فندق جوري، أحد فنادق مروب قطر)

يتحلّى عمرو غازي بخبرة تمتد لأكثر من ٣٠ عاماً تولى خلالها الإدارة العامة للعديد من العلامات الفندقية ذائعة الصيت في جميع أنحاء دول مجلس التعاون الخليجي. وتميزت مسيرته المهنية الناجحة للغاية بأداء غير عادي فاق الأهداف والتوقعات، حيث ساهم في إدخال العديد من المفاهيم والبرامج ذات الأهداف المستدامة إلى قطاع الضيافة. وهو يمتلك خلفية شاملة حول كيفية قيادة

جميع جوانب إدارة الفنادق مع نتائج وإنجازات مثبتة، لا سيما في ما يتعلق ببرامج التدريب، والمبيعات والتسويق، وتخطيط الميزانية والتحكم في التكاليف، وتحديد الأولويات والأعمال التجارية الجديدة وتطوير العلامة التجارية. ومن أبرز المناصب التي تبوأها إدارة منتج سميسمة من مروب، الإدارة العامة في فندق رتاج الريان الدوحة، ومدير المبيعات في فنادق ومنتجعات ستاروود مصر إلى أن تسلم الإدارة العامة لفندق JOURI A MURWAB HOTEL.

عادل مارديني (المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة جيتيكس)

أطلق عادل مارديني شركة جيتيكس (Jetex) في دبي عام ٢٠٠٥. ويشغل مارديني عضوية مجلس إدارة اتحاد طيران رجال الأعمال والطيران الخاص في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، كما أنه عضو ناشط في المنتدى الاقتصادي العالمي ومنظمة الرؤساء الشباب (YPO). واليوم، لدى الشركة ٣٧ محطة للطائرات الخاصة حول العالم، بالإضافة

إلى صالات استراحة ومراقب للمناولة الأرضية للطائرات في أكثر من ٢٥ دولة. وتقدم الشركة التي يعمل لديها ٧٥٠ موظفاً، خدمات تخطيط الرحلات الدولية، والمناولة الأرضية، وخدمات الكونسيرج. في عام ٢٠٢٢، سيرت الشركة أكثر من ٧١ ألف رحلة طيران خاصة، مقارنة بنحو ٥١ ألف رحلة في عام ٢٠٢١.

د. عادل عزت (الرئيس التنفيذي لمجموعة إيلاف)

شغل د. عادل عزت سابقاً منصب رئيس الاتحاد السعودي لكرة القدم، والرئيس التنفيذي للمجموعة السعودية للورق. كما شغل مناصب في شركات أخرى مثل شركة بروكتر آند جامبل، وشركة عبد اللطيف جميل. وتولى منصب الرئيس التنفيذي لمجموعة إيلاف ELAF في سبتمبر ٢٠٢١. ولدى المجموعة المملوكة بالكامل لسدكو القابضة ٩ فنادق بإجمالي ٣٣٧٧ غرفة.

فهمي عاطف (مدير عام فنادق فولد باي)

يمتلك فهمي عاطف خبرة طويلة في عالم الضيافة، في حين أن أدائه المتميز أسهم بشكل كبير وفعل في تحقيق نجاحات أكبر لمجموعة فنادق GOLD BAY. كما حقق فهمي نجاحاً ملحوظاً بفضل قيادته الحكيمة وتفانيه في تحقيق التميز في مجال الضيافة.

فارس يقطين (مدير عام مجموعة فنادق الخليج - البحرين)

يمتلك فارس يقطين خبرة تمتد إلى ٢٤ عاماً في قطاع الضيافة والفنادق، حيث شغل منصب مدير إقليمي في فندق الخليج البحرين للمؤتمرات وسبا GULF HOTEL، ومدير عام فندق سوفتيل كورنيش الخبر بين ٢٠١٣ و٢٠١٨، ومدير عام فندق سوفتيل الزلاق، ومساعد تنفيذي للمدير العام لفندق الخليج البحرين للمؤتمرات وسبا بين ٢٠٠٨ و٢٠١١.

عمل كذلك في فنادق انتركونتيننتال في مدريد، وفنادق ومنتجعات مجموعة الحبتور في بيروت، كما درس إدارة الفنادق في كلية «لي روش ماربيلا الدولية لإدارة الفنادق» في سويسرا.

خالد العمودي (الرئيس التنفيذي - شركة جبل عمر للتطوير)

يشغل خالد العمودي منصب الرئيس التنفيذي لشركة جبل عمر للتطوير (JODC) منذ عام ٢٠١٩. وتتولى الشركة مسؤولية تنفيذ مشروع عقاري ضخم متعدد الاستخدامات، يقع على بُعد خطوات من المسجد الحرام، وتتضمن المرحلة الحالية من المشروع ٦ فنادق تضم ٣ آلاف غرفة وجناح فندقي، تقع جميعها على بعد ١٠ دقائق من المسجد الحرام. وفي عام

٢٠٢٢، سجلت أصول الشركة ٧,٣ مليار دولار، كما بلغت عائداتها ٢٢٦,٥ مليون دولار. عمل العمودي سابقاً لأكثر من ٢٠ عاماً في قطاع الخدمات المالية، وشغل منصب رئيس قسم التمويل العقاري في البنك الأهلي التجاري، قبل انتقاله إلى صندوق التنمية العقارية في السعودية.

ستيوارت ديسون (نائب رئيس العمليات لمنطقة الشرق الأوسط وأفريقيا لمجموعة فنادق حياة)

يتولى STUART DEASON مهمة تشغيل مجموعة فنادق حياة في الشرق الأوسط وأفريقيا، التي تضم أكثر من ٣٠ فندقاً عبر ٧ علامات تجارية. في فبراير/ شباط ٢٠٢٣، أعلنت المجموعة ضم ٣ فنادق تحمل اسم علامة حياة التجارية في المدينة المنورة. وقد انضم ديسون إلى حياة عام ١٩٩٥، ويتمتع بخبرة ٣٠ عاماً في قطاع الفنادق في آسيا والشرق الأوسط.

مراد الخوري (مدير عام فندق فيوز وفندق باي لاسان)



يمتلك مراد الخوري فلسفته الخاصة في الإدارة التي تشكل سرّ نجاحه حيث يؤمن بالجمع بين مفهوم الإدارة العملية لإدارة فريق العمل بكفاءة، ومفهوم القيادة الفعالة لتقديم الدعم والتحفيز لفريق عمله من أجل ضمان تكامل عناصر النجاح وتجسيد أعلى معايير الكفاءة والانتاجية في العمل. وبفضل سجله الحافل بالإنجازات استطاع مراد

الخوري أن يسمو بفندقي VIEWS و BAY LA SUN ليحتلا مكانة مرموقة في عالم الضيافة.

محمد شبل (مدير عام فندق ذا كيرف قطر)



الإدارة الحكيمة والمحترفة التي طبّقها محمد شبل خلال عمله كمدير عام ارتقت بمكانة فندق THE CURVE كواحد من أفضل وجهات الضيافة في دولة قطر، ويقع الفندق في قلب المنطقة الدبلوماسية ويوفر عدة مرافق وخدمات لراحة الضيوف. في حين يتمتع السيد شبل بخبرة واسعة في قطاع الضيافة مكنته من ممارسة مهامه وفق أعلى المعايير.

خالد صعب (المدير العام لفندق ريزيدانس ان زايد باي ماريوت شارع الشيخ)



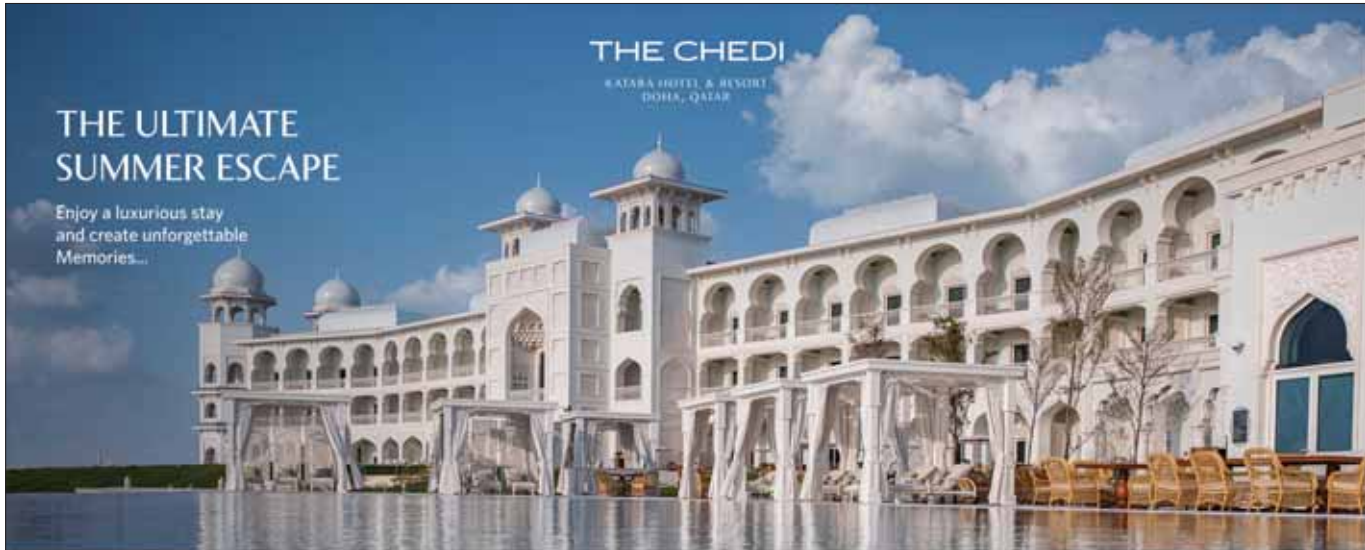
نجح خالد صعب في بناء مسيرة طويلة من النجاحات في صناعة الضيافة والفنادق منذ أكثر من ٢٦ عاماً.

ومن جهة أخرى يعد فندق Residence Inn by Marriott على شارع الشيخ زايد صرحاً فريداً من نوعه.

صلاح تهلك (الرئيس التنفيذي للعمليات المشتركة في سوق دبي الحرة)



صلاح تهلك حاصل على ماجستير في إدارة الأعمال والتسويق عام ٢٠١٣ من كلية لندن للأعمال، كما شغل مناصب عدة في «سوق دبي الحرة» DUBAI DUTY FREE منها نائب أول للرئيس للاتصالات المؤسسية بين ٢٠١١ و ٢٠١٦، ومدير الاتصالات المؤسسية بين ٢٠٠٣ و ٢٠١١ ومدير أول للإعلانات والترقيات بين ١٩٩٧ و ٢٠٠٣ ومدير التسويق التنفيذي.



834 Shakespeare St., Katara Cultural Village, Doha, Qatar.
For more information, please call +974 4144 7777
or visit www.chedikatara.com

GHM
A STYLE TO REMEMBER

THE LEADING HOTEL
OF THE WORLD

هاني عكاري (مدير عام فندق ومنتجعات ذا تشيدي كتارا - قطر)

يتمتع هاني عكاري المدير العام لفندق ومنتجعات ذا تشيدي كتارا THE CHEDI KATARA بخبرة دولية اكتسبها في مسيرته الفنية في أوروبا والشرق الأوسط والتي استمد منها شغفه لتقديم تجارب استثنائية للضيوف. بدأ هاني مسيرته المهنية في فرنسا عام ٢٠٠٧ حيث اكتسب خبرات قيّمة في فنادق ومنتجعات عالمية. وأثناء فترة عمله في الدوحة حقق عكاري نجاحاً ملحوظاً بفضل قيادته الحكيمة وتقانيه في تحقيق التميز في مجال الضيافة. كما حصل على جوائز دولية مرموقة وتم تقدير الفندق بسبب جهوده.

عادل عبدالله علي (الرئيس التنفيذي للمجموعة العربية للطيران)

أسس عادل علي شركة العربية للطيران AIR ARABIA في أكتوبر ٢٠٠٣ كأول شركة طيران اقتصادية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. يشغل علي أيضاً منصب رئيس مجلس إدارة أكاديمية ألفا للطيران، وكوزمو ترافيل، وشركة (Information Systems Associates). وفي عام ٢٠٢٢، ارتفع أسطول الشركة إلى ٦٨ طائرة، ونقلت الشركة أكثر من ١٢,٨ مليون مسافر من مراكزها الـ ٧ في الإمارات والمغرب ومصر، وأرمينيا وباكستان، بزيادة ٩٠٪ مقارنة بعام ٢٠٢١. كما بلغ صافي أرباح الشركة ٣٢٦,٨ مليون دولار في عام ٢٠٢٢، بارتفاع ٧٠٪ عن عام ٢٠٢١.

ريتشارد حداد (الرئيس التنفيذي لشركة إشراق للضيافة)

انضم ريتشارد حداد إلى شركة Ishraq، ليشغل منصب الرئيس التنفيذي في يناير ٢٠٢٣. الشركة معروفة سابقاً باسم أبجر وهي تابعة لمجموعة محمد وعبيد الملا، لديها ٨ فنادق في الإمارات. وقعت الشركة مذكرة تفاهم مع شركة Capital Elite Development لإطلاق فندقين جديدين في العاصمة الإدارية الجديدة بالقاهرة في عام ٢٠٢٥. شغل حداد سابقاً منصب الرئيس التنفيذي لمجموعة فنادق ومنتجعات جنة، وعمل في هيئة رأس الخيمة لتنمية السياحة.

فهد عبد الرحيم كاظم (المدير التنفيذي لمجموعة فنادق ومنتجعات ميلينيوم)

تولى فهد كاظم منصبه الحالي في أغسطس ٢٠٢٢. وتدير مجموعة فنادق ومنتجعات MILLENNIUM الشرق الأوسط وأفريقيا حالياً ٥٤ فندقاً في المنطقة، وهناك أكثر من ٣٠ فندقاً قيد التطوير. في عام ٢٠٢٣، أعلنت الشركة عن شراكتها مع شركة النيل للتطوير العقاري لإطلاق أطول فندق في أفريقيا، برج تايفون في العاصمة الإدارية الجديدة بالقاهرة.

ماركو يوفانوفيتش (مدير عام منتجعات شاطئ سيلين، من منتجعات مروب)

يملك Marko Jovanovic أكثر من ١٠ سنوات من الخبرة الدولية في مجال الضيافة، وقد تولى العديد من المناصب القيادية. ومنذ توليه الإدارة العامة لمنتجعات شاطئ سيلين Sealine Beach, a Murwab Resort، عمل السيد يوفانوفيتش على تقديم مستويات جديدة من الخدمات الراقية والتجارب الاستثنائية التي يتيحها المنتجع للنزلاء والضيوف، وبذل جهوداً كبيرة مع فريق العمل للمضي قدماً بمنتجعات شاطئ سيلين إلى آفاق التميز وتقديم أفضل الخدمات للضيوف وإبراز بعض التجارب الفريدة التي تتميز بها دولة قطر، متمسكاً بمهارات القيادة الشاملة، ورؤية ثاقبة، ومعرفة عميقة، وخبرة طويلة في قطاع الضيافة، الأمر الذي توجّ شاطئ سيلين بجائزة إختيار المسافرين لعام ٢٠٢٢ من موقع تريب أدفيزور، كإنجاز جديد يُضاف إلى سجلات السيد يوفانوفيتش الزاخرة.



مازن علام (المدير الإداري لفندق روزوود، جدة)
مازن علام هو العضو المنتدب لفندق ROSEWOOD JEDDAH في المملكة العربية السعودية منذ يناير ٢٠٢١. وهو مسؤول عن جميع العمليات في العقار الفاخر الواقع على كورنيش جدة. وهو أحد المخضرمين البالغ في صناعة الضيافة منذ ٢١ عاماً. انضم علام إلى روزوود جدة في عام ٢٠١١ كمدير للمبيعات ثم شغل العديد من المناصب القيادية بما في ذلك مساعد المدير التنفيذي ومدير الفندق والمدير العام.



الباس مكرزل (مدير عام فندق فيرمونت عمان)
يتمتع الباس مكرزل بخبرة واسعة في قطاع الضيافة، حيث بدأ حياته العملية في قطاع المأكولات والمشروبات وارتقى في السلم الوظيفي ليشغل عدة مناصب إدارية مرموقة في كل من الإمارات، والبحرين، والأردن ولبنان، بعد أن حصل على شهادته العليا من فرنسا حيث أتم شهادة البكالوريوس في إدارة الفنادق وشهادة الماجستير في إدارة الأعمال متخصصاً في إدارة الفنادق. وقد تولى خلال مسيرته المهنية مناصب رفيعة إلى أن تولى حالياً الإدارة العامة لفندق FAIRMONT عُمان.

نديم المعشر (رئيس الشركة العربية الدولية للفنادق)

تمتلك الشركة العربية الدولية للفنادق وتدير فندق ماريوت عمان، ولديها أسهم في العديد من شركات الضيافة الأخرى، منها: ٣٥,٥٪ من شركة الأعمال السياحية، التي تملك منتجعات وناادي صحي ماريوت البحر الميت وفندق ماريوت البتراء. كما لدى الشركة العربية الدولية للفنادق حصة تبلغ ٢٦,٩٪ في الشركة الدولية للفنادق والأسواق التجارية التي تملك فندق شيراتون عمان النبيل. يشغل نديم المعشر منصب رئيس مجلس إدارة الشركة الدولية للفنادق والأسواق التجارية.

كريستيان الخوري (مدير عام فندق ريتز كارلتون مركز دبي المالي العالمي)



بدأ كريستيان الخوري مسيرته المهنية في مكتب المبيعات الإقليمي لفنادق لو ميريديان في باريس، ويتمتع بخبرة واسعة في الفنادق الفاخرة. وقبل توليه الإدارة العامة لفندق ريتز كارلتون مركز دبي المالي العالمي The Ritz-Carlton, DIFC، عمل مديراً لمجموعة فنادق ميلينيوم كركستان وأدار ٤ فنادق هناك.

وقد مهد شغفه الكبير بقطاع الضيافة طريقه ليصبح مديراً عاماً لدى فنادق ميلينيوم في الدوحة، لينتقل بعدها إلى دبي في أكتوبر ٢٠٠٠ ويعمل نائباً للرئيس لقسم المبيعات والتسويق لدى فنادق ومنتجعات روتانا حيث تولى مسؤولية إدارة ثمانية فنادق.

وبفضل عمله في عدد من مجموعات الضيافة الدولية المرموقة، بات كريستيان الخوري يتمتع بخبرة واسعة ومعرفة عميقة ساعدته على التميز في جميع المناصب التي تبوأها.

ومن خلال منصبه في فندق ريتز كارلتون مركز دبي المالي العالمي، ساهم كريستيان الخوري بفضل حنكته ورؤيته في تعزيز مكانة الفندق ليبقى رمزاً للتميز والفخامة مع الحرص على تقديم أعلى معايير الخدمة والجودة للضيوف كما هو معهود في علامة ريتز كارلتون بما يضمن كسب ولائهم، والمساهمة في ترسيخ مكانة الفندق الريادية كعنوان للفخامة وجودة الخدمات المقدمة.

رامي الجعبري (مدير عام فندق فور بوينتس باي شيراتون الدوحة)



يرفد فندق FOUR POINTS BY SHERATON سوق الضيافة القطري بجملة من الخدمات ذات المفاهيم المتطورة والمُتنامغة مع مواصفات العمل الفندقية العالمي، وقد أثبت الفندق الذي يحتل مكانة نوعية على خريطة الضيافة جدارته في تقديم خدمات عصريّة. شغل رامي الجعبري خلال مسيرته الحافلة بالإنجازات العديد من المناصب لعلامات تجارية عالمية منها مجموعة فنادق ماريوت العالمية، ويتمتع بخبرة دولية اكتسبها من مسيرته المهنية والتي استمد منها شغفه لتقديم تجارب استثنائية للضيوف.

هلال سعيد المري (المدير العام لدائرة الاقتصاد والسياحة في دبي)



يتولى هلال المري مسؤولية تعزيز مكانة دبي كوجهة للاستثمار ومراكز الأعمال والترفيه، ودفع عجلة التنمية الاقتصادية. يشغل المري عضوية المجلس التنفيذي لإمارة دبي والمدير العام لسلطة مركز دبي التجاري العالمي.



الوجهة المثالية للجميع

وسط منظر البحر الأحمر واحساس حياة شاطئ الريفييرا الفرنسي يتألف فندق ومارينا البيلسان من 195 غرفة وجناح منمق وفخم مع جميع ادوات الراحة لجعل اقامتك ممتعة للغاية.

ولجميع اجتماعاتكم ومؤتمراتكم ودوراتكم التدريبية صالات اجتماعاتنا مجهزة لخدمتكم وتلبية طلباتكم الادارية كافة وحتى الشخصية والعائلية منها كحفلات التخرج والرفاف وجميع المناسبات العائلية الخاصة.

فندق البيلسان - الوجهة المثالية للجميع.

للحجز: 12 510 5888 (966) +

فندق ومارينا البيلسان
فندق ومارينا البيلسان 7682 شارع الحجاز منطقة البيلسان مدينة الملك عبد الله الاقتصادية 2609 جدة 11492، المملكة العربية السعودية.

رقم الهاتف: 12 510 6400 (966) +

رقم الفاكس: 12 510 6444 (966) +

info@baylasunhotel.com تواصل معنا عبر البريد الإلكتروني.

@baylasunhotel
@baylasunhotel
@baylasunhotel&marina
@baylasunhotel
@baylasunhotel

الياس شختورة (مدير عام فندق فيرمونت باب البحر)

يتولى الياس شختورة قيادة فندق فيرمونت باب البحر FAIRMONT BAB AL BAHR الذي يصنّف من أرقى الفنادق في إمارة أبوظبي من فئة الخمس نجوم، ويتميز بإطلالات لا مثيل لها وخدمات مميزة تجعل من إقامة النزلاء تجربة فريدة من نوعها وبفضل خبرته في إدارة الفنادق نجح الياس شختورة في الارتقاء بتجارب الضيافة وجعل من الفندق الخيار الأمثل للعديد من الجنسيات.

نادر إبراهيم (مدير عام أصيلة لكشوري كولكشن)

يتولى نادر إبراهيم منصب مدير عام Assila Luxury Collection بكفاءة عالية، وينفذ خطه ليس فقط للارتقاء بالخدمة الفندقية، وإنما بيئة العمل أيضاً. وقبل توليه منصبه الحالي، أمضى إبراهيم أربع سنوات كمدير أول للعمليات في جميع أنحاء أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا لشركة ماريوت الدولية. بدأت رحلته في ماريوت في عام ٢٠٠٠ في أتلانتا بالولايات المتحدة الأميركية، حيث خضع لمجموعة متنوعة من التدريبات الإدارية مع جي دبليو ماريوت أولاً، ثم تبعها أتلانتا ماريوت ماركين.

أميت أرورا (الرئيس التنفيذي للعمليات في إرث أبو ظبي)

أثبت AMIT ARORA على مر السنين قدرته على قيادة الفرق الافتتاحية وإلهامها، وخبرته في تغذية المواهب، ووضع الاستراتيجيات التجارية المتينة، والتعاون مع الشركاء في العمل. ويتمتع أرورا بخبرة واسعة في إدارة المراحل الانتقالية بنجاح إلى جانب افتتاح الفنادق الجديدة وإعادة سمها. فقد أدار خلال مسيرته المهنية إطلاق ثمانية فنادق في دبي، وأبوظبي، وميلانو، وقاد بنجاح إعادة وسم خمسة فنادق في الشرق الأوسط وأوروبا. وتسلق أرورا سلك النجاح متولياً أدواراً في العديد من الفنادق إلى أن تسلم الرئاسة التنفيذية للعمليات في EARTH.

مصطفى صقر (مدير عام فندق سانت ريجيس أبوظبي)

عين مصطفى صقر مديراً عاماً لفندق ST REGIS أبوظبي، وذلك بعد أن شغل منصب نائب المدير العام، ولعب دوراً رئيسياً في تطوير الفندق وافتتاحه في عام ٢٠١١. ويملك صقر خبرة تزيد على ١٧ سنة في قطاع الفنادق والضيافة منها حوالي ١٥ سنة في منطقة الشرق الأوسط وأسواقها ما يتيح له أن يلعب دوراً رئيسياً في تطوير الخدمات والأعمال في فندق سانت ريجيس أبوظبي وتحقيق إنجازات كبيرة.

بيتر هوسلي (مدير عام فندق وريز يدنيسز موثنيك الرياض)

يعد السيد PETER HOESLI مديراً ديناميكياً ومتمرساً وصاحب رؤية، حيث استطاع طوال مسيرته المهنية التي تمتد لأكثر من ٤٠ عاماً من تحقيق نتائج تشغيلية جيدة للغاية في جميع المناصب الإدارية التي تبوأها ولعل أبرزها توليه الإدارة العامة في فنادق موثنيك MOVENPICK في كل من أبيدجان، الخبر، والبحر الميت. وتنقل خلال هذه الأعوام الحافلة بالإنجازات والتجارب والخبرات والعبر بين ٩ دول في ٤ قارات حيث عمل في أقسام الأغذية والمشروبات بالإضافة إلى توليه الإدارة العامة لعمليات الفنادق ذات الخمس نجوم، كما ساهم في افتتاح العديد من الفنادق. وهو حاصل على شهادات في إدارة إيرادات الفنادق، القيادة الإستراتيجية في قطاع الضيافة، والتسويق الفندقية من جامعة كورنيل الأميركية.

هاني أحمد (مدير عام مجموعة فنادق دبل ثري هيلتون دبي الخليج)

يمتلك هاني أحمد خبرة تزيد عن ٢٠ عاماً في مجال الضيافة والفنادق وبشكل خاص مع علامة هيلتون HILTON، حيث حقق خلال مسيرة حافلة بالنجاحات نقلة نوعية من المنشآت التي عمل على إدارتها وعلى رأسها فندق دبل ثري من هيلتون - الخليج التجاري الذي يحقق معدلات إشغال قوية ونجح في تعزيز موقعه بين الفنادق الأخرى.

فواز الفاروقي (العضو المنتدب ورئيس اللجنة التنفيذية كروز السعودية)

يشغل فواز الفاروقي منصب كبير مستشاري وزير الثقافة السعودي، وهو عضو مجلس إدارة شركة طيران أديل، والاتحاد السعودي للرياضة للجميع. تولى الفاروقي منصب العضو المنتدب لشركة SAUDI CRUISE في عام ٢٠٢٠. وهي مملوكة بالكامل لصندوق الاستثمارات العامة السعودي، لتعزيز جهود المملكة لتصبح وجهة سياحية عالمية، ولتأسيس قطاع الرحلات البحرية السياحية.

منذر درويش (المدير التنفيذي، المؤسس بلازو فيرساتشي دبي، بلازو للضيافة)

انضم منذر درويش كشريك في فندق بلازو فيرساتشي دبي (Palazzo Versace) عام ٢٠١٣، ويتولى منصب المدير التنفيذي للفندق منذ عام ٢٠١٧. يضم الفندق الذي افتتح في نوفمبر ٢٠١٥، نحو ٢١٥ غرفة وجناحاً. وأعلن الفندق مؤخراً عن شراكة مع منصة (Binance) تسمح لعملائه الدفع باستخدام العملات المشفرة. فيما أسس درويش شركة بلازو للضيافة (Palazzo Hospitality) في عام ٢٠١٩، كما شغل سابقاً منصب نائب رئيس مجلس إدارة شركة إنشاء للتوكيلات التجارية وإدارة المشروعات. ويملك أيضاً شركة (MD Interior Design) ويشغل منصب رئيسها التنفيذي.

نوربرت بورشج (مدير عام مجموعة فنادق إنتركونتيننتال - جدة)



يملك Norbert Borszcz خبرة كبيرة في مجاله وله تاريخ حافل من العمل في صناعة الضيافة وإدارة الفنادق. محترف في مجال المبيعات، حاصل على درجة الماجستير في إدارة الأعمال والاقتصاد والقوانين والمحاسبة وإدارة المأكولات والمشروبات من Hotel School Hamburg Germany. من تعتبر مجموعة فنادق إنتركونتيننتال (IHG) مؤسسة عالمية تدير علامات تجارية فندقية رائدة، وللمجموعة دوراً بارزاً في الارتقاء بصناعة الضيافة عالمياً.

كاظم شمس (مدير إدارة المبيعات والتسويق لفندق ومنتجع شيراتون جراند الدوحة)



يمثل فندق SHERATON GRAND HOTEL & RESORTS أيقونة القطاع الفندقي في قطر ويتميز بإطلالة فريدة على الخليج العربي، كما أنه مصنف خمس نجوم ويتمتع بموقع استراتيجي وسط مدينة الدوحة، ويستمتع ضيوف فندق شيراتون بمجموعة متنوعة من مرافق الترفيه بالإضافة إلى وجود عدداً من المطاعم تقدم مجموعة واسعة من أشهى المأكولات.

كاظم شمس مدير إدارة المبيعات والتسويق في الفندق يحمل شهادات علمية رفيعة خولته إدارة قسمه بكل حرفية.

موسى الحايك (الرئيس التنفيذي للعمليات في مركز ورز يدنس البستان)



يملك موسى الحايك سجلاً حافلاً بالإنجازات، حيث استطاع أن يسمو بفندق البستان ليحتل مكانة مرموقة بالمنطقة وأوروبا الشرقية، ويتمتع بخبرة طويلة في مجال الضيافة والفندقة قضاها بمنطقة الشرق الأوسط وخاصة دولة الإمارات العربية المتحدة وعمل في أكثر من قسم، منها: عمليات الفنادق، إدارة الغرف والمبيعات والتسويق والتمويل، بالإضافة لعمله لدى عدد من أشهر الفنادق العالمية كسلسلة فنادق حياة، راديسون ساس، فنادق روتانا وشركة أبوظبي الوطنية للفنادق.

تيم كوردون (الرئيس التنفيذي للعمليات في الشرق الأوسط وأفريقيا لمجموعة فنادق راديسون)



تولى TIM CORDON منصبه الحالي في سبتمبر ٢٠٢٢. ولدى مجموعة فنادق راديسون أكثر من ٦٨ فندقاً ونحو ٢٦,٨٣٠ غرفة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، كما لديها خطاً للوصول إلى ١٠٠ فندق في الشرق الأوسط بحلول عام ٢٠٢٥. انضم كوردون إلى مجموعة فنادق راديسون RADISSON، كمدير عام لفندق راديسون بلو بمطار ستانستد لندن في يناير ٢٠٠٦.



منتجع في المدينة يقع على بوابة أبوظبي، فندق فيرمونت باب البحر يجمع بين الفخامة والخدمة التي لا مثيل لها. استرخ على الشاطئ الخاصين أو بجانب المسبح الأولمبي أثناء الاستمتاع بالمناظر الخلابة لجامع الشيخ زايد الكبير. سواء كنت مسافراً من أجل المتعة أو العمل، يوفر فيرمونت باب البحر كل ما تحتاجه لقضاء عطلة استثنائية.

استمتع
بأروع المناظر

فخزون بأننا عضو في برنامج ولاء Accor Live Limitless - ALL من Accor.

تواصل معنا على الرقم ٠٠٩٧١٢٦٥٤٣٣٣ أو babalbahr@fairmont.com

ريشاب ساهني (المدير التجاري لمنتج وفيلات هيلتون سلوى بيتش)

يعد السيد Rishab Sahney المدير التجاري لمنتج HILTON SALWA BEACH من ذوي الخبرة مع تاريخ حافل من العمل في قطاع الضيافة. وهو مسؤول عن التنفيذ الناجح للإستراتيجيات والقرارات التجارية التكتيكية التي تؤدي إلى نمو الحصة السوقية، فضلاً عن امتلاكه فهماً شاملاً ودقيقاً لإدارة الإيرادات والتسعير والتوزيع والتخطيط الإستراتيجي نظراً للمسيرة الطويلة التي يتحلى بها.

تبوأ مناصب متعددة لعل أبرزها مدير قسم إدارة الإيرادات في كل من Minor Hotels قطر وفنادق ومنتجعات وسبا «أنانتارا» قطر، ومساعد مدير قسم إدارة الإيرادات في ITC Hotels. وهو حائز على شهادة في التدريب والتعليم المنهجي وإدارة الضيافة من مركز أوبري للتعليم والتطوير، وشهادة في التدريب الإداري وإدارة الإيرادات من معهد ITC Hospitality Management، إلى جانب حصوله على درجة البكالوريوس في الدراسات السياحية من جامعة انديرا غاندي الوطنية المفتوحة (IGNOU).

مايكل كوث (مدير عام قصر الإمارات ماندارين اورينتال)

يحمل Michael Koth ، ثروة من الخبرة والمعرفة في صناعة الضيافة تمتد لأكثر من ٣٥ عاماً. وقبل ذلك ، شغل عدداً من المناصب القيادية العليا في مجموعة فنادق إنتركونتيننتال، حيث أشرف على ١٣ فندقاً من ثلاث علامات تجارية.

بعد ذلك، أوصلته الرحلة في عالم ضيافة إلى آسيا حيث أمضى عامين كمدير لمنتجعات Luxury and Lifestyle Resorts في IHG لجنوب شرق آسيا، حيث كان مسؤولاً عن الإشراف على الفنادق قبل الافتتاح، وإعادة تهيئة المنتجعات الفاخرة وقيادة التجديد الكامل لمنتجعات إنتركونتيننتال بالي. وهو حالياً المدير العام لفندق EMIRATES PALACE MANDARIN ORIENTAL.

هشام القاسم (الرئيس التنفيذي لمجموعة وصل لإدارة الأصول)

يقود هشام القاسم مجموعة وصل لإدارة الأصول WASL، التي تشمل عبر وحدات أعمال استراتيجية هي: وصل للعقارات، ووصل للضيافة والترفيه، ودبي للجولف، ومشروع وادي تكنولوجيا الغذاء. كما تملك وتدير وصل للضيافة والترفيه، ذراع المجموعة للاستثمار في الضيافة، ٣٢ فندقاً تضم

٧٩٦٠ غرفة. وجذبت المجموعة علامات تجارية شهيرة إلى دولة الإمارات، منها: (ماندارين أورينتال جميرا) والعلامة الفندقية الشهيرة (MGM) وفنادق (Bellagio). يشغل القاسم أيضاً منصب رئيس مجلس إدارة دينيز بنك بتركيا، المملوك لبنك الإمارات دبي الوطني، كما يشغل نائب رئيس مجلس الإدارة والعضو المنتدب لبنك الإمارات دبي الوطني، ورئيس مجلس إدارة مصرف الإمارات الإسلامي. وهو أيضاً رئيس مجلس إدارة مؤسسة دبي الرياضية، ومركز دبي للتوحد.

أنطوان صايغ (رئيس شبكة فنادق جلوريا)

يمتلك أنطوان صايغ خبرة في عالم الضيافة وقطاع السياحة ونجح في وضع بصمته في مختلف توجهات الشركة، حيث أضحت العلامة إضافة نوعية للعديد من الأسواق التي تتواجد فيها. وجدير ذكره، تقدم شبكة فنادق جلوريا GLORIA مجموعة من الفنادق والمنتجعات والشقق الفندقية الفريدة من نوعها وتتميز بتقديم خدمات مميزة للنزلاء بما يتماشى مع تطلعاتهم.

شفيق علاء الدين (مدير عام مجموعة الشارقة من مسك)

قضى شفيق علاء الدين سنوات عديدة في العمل لدى فنادق شذا، تولى خلالها مناصب متنوعة في دول مختلفة في الشرق الأوسط وأفريقيا، وكان قائداً رئيسياً لفريق العمل في بناء وترسيخ مكانة علامة مسك MYSK من شذا إثر الافتتاح الناجح للفندق الرائد مسك الموج في مسقط. ويتمثل جوهر موهبته في التركيز على تعزيز خدمات الضيوف

وإنجاح الوجهة السياحية. كما يتمتع شفيق برؤية استثنائية في اختيار وتعيين المواهب الممتازة وتدريب فرق العمل على تحقيق تجارب وخبرات فريدة للضيوف. كما يحظى السيد شفيق علاء الدين باحترام كبير لقدراته القيادية المتميزة واهتمامه ورعايته لموظفيه.

عبدالله العوجان (رئيس مجلس الإدارة التنفيذي لمجموعة العوجان القابضة)

تقلد عبدالله العوجان منصبه الحالي في عام ٢٠١٨. وتملك مجموعة العوجان القابضة فندق أنانتارا داون تاون دبي في الإمارات، وفندق راديسون بلو في مابوتو بموزمبيق، وفندق (Avani Pemba Beach Hotel) في بيمبا بموزمبيق، بموجب شراكة مع مجموعة فنادق ماينور. كما أنها تملك منتجعين في جزيرتين بموزمبيق تحت العلامة التجارية أنانتارا، بموجب شراكة أخرى مع مجموعة ماينور. انضم العوجان إلى المجموعة في عام ٢٠١١ بوصفه مديراً لقسم تطوير الأعمال.

سامي عبد المحسن الحكير (العضو المنتدب لمجموعة عبد المحسن الحكير للسياحة)

تدير وتشغل مجموعة عبد المحسن الحكير للسياحة والتنمية ٣٥ فندقاً، و٩٢ مركزاً ترفيهياً في السعودية والإمارات، مع أكثر من ٥١٢٢ غرفة فندقية. وقد بلغت إيرادات المجموعة ١٩٢ مليون دولار في عام ٢٠٢٢، وسجلت أصولها ٥٥١,٢ مليون دولار حتى نهاية العام الماضي. يشغل سامي الحكير منصب العضو المنتدب للمجموعة بالإضافة إلى عضوية مجلس إدارة شركة الخطوط السعودية للتأمين.



ARTIC

Al Rayyan Tourism Investment Co.

شركة الريان للاستثمار السياحي

Setting Benchmarks In Global Hospitality

علامة فارقة في عالم الضيافة



«كتارا للضيافة» تطوّر عالم الضيافة وفنادقها أيقونية تحمل بعداً تاريخياً

بالإضافة إلى ذلك، افتتحت مؤخراً فندق قصر التازي في المغرب والذي يضم ١٣٣ غرفة وجناحاً ومنتجع فيرمونت الصحي والعديد من المطاعم وقاعات المؤتمرات ومآدب حديثة. كما أعادت افتتاح فندق «كارلتون كان» أحد فنادق ريجنت ويحتوي على ٣٣٢ غرفة و٣٧ مسكناً

يحمل علامة تجارية، صممه المصمم الداخلي الفرنسي تريستان أوير، والمعروف بنهجه الفريد وجماليته متعددة السطوح ورؤيته الرائعة المضادة للانعكاس، يحافظ برنامج التجديد وبمهارة عالية على المميزات التاريخية للفندق الذي يقع على شارع لا-كروازيت في قلب مدينة كان، حيث يتميز بطابعه المعماري من الحقبة الجميلة "La belle époque" وبإطلالته الخلابة على خليج كان، ما يجعله معلماً تاريخياً فريداً ووجهة استثنائية تجمع الخدمة المتميزة بالرفاهية المطلقة وسيختبر الضيوف المقيمون في فندق كارلتون كان - ريجنت السمات المميزة الجديدة للعلامة التجارية.

تمثل إضافة كارلتون كان إلى مجموعة فنادق ومنتجات ريجنت علامة فارقة تاريخية في إعادة تصور العلامة التجارية الأسطورية «ريجنت» منذ

انضمامها إلى مجموعة فنادق ومنتجات إنتركونتيننتال في عام ٢٠١٨، أنشئت العلامة عام ١٩٧٠ لإعادة إحياء فكرة السفر الفاخرة، مع تقديم خدمات استثنائية للضيوف. سوف ينضم «كارلتون كان» إلى عصر جديد من ريجنت جنباً إلى جنب مع تشونغتشينغ وشنغهاي وفوكوك في احتفال التجارب الأكثر دقة للأزياء الفاخرة الحديثة.

بالإضافة إلى فندق رافلز وفيرمونت الدوحة في لوسيل مارينا المستوحى من شعار دولة قطر، ويعد من أبرز معالم الضيافة في القرن الحادي والعشرين، البرجان التوأمان في منطقة المارينا ضمن مشروع مدينة لوسيل، ويضم هذا المشروع فندقاً من فئة الخمس نجوم لتلبية متطلبات المسافرين من رجال الأعمال، وفندق من فئة الست نجوم للباحثين عن إقامة تتميز بأقصى درجات الفخامة والرقي، إضافة إلى شقق فاخرة للسكان الدائمين من محبي الراحة المطلقة.

مع خبرة تمتد لأكثر من خمسين عاماً في قطاع الضيافة، تعمل كتارا للضيافة KATARA HOSPITALITY الشركة العالمية المالكة والمطورة والمشغلة للفنادق ومقرها دولة قطر على تنفيذ خططها الاستراتيجية للتوسع من خلال الاستثمار في الفنادق الرائدة في قطر، في الوقت الذي تعمل فيه أيضاً على تنمية مجموعتها من الفنادق الرائدة في الأسواق الدولية الرئيسية، كما تمتلك وتدير ٤٠ فندقاً ضمن محافظتها. وبصفتها شركة الضيافة الرائدة في قطر، تدعم كتارا للضيافة الرؤية الاقتصادية طويلة الأمد للدولة.

كما تمتلك كتارا للضيافة حالياً مجموعة من الفنادق الرائدة التي تتوزع عبر أربع قارات في ١٢ دولة وهي قطر، مصر، المغرب، بريطانيا، فرنسا، إيطاليا، إسبانيا، سويسرا وهولندا وسنغافورة وتايلاند والولايات المتحدة الأميركية. ولدى الشركة شراكات مع بعض أفضل شركات إدارة الفنادق، وتشغل كتارا للضيافة مجموعة من الفنادق التي تمتلكها وأخرى تديرها.

إن مجموعة كتارا للضيافة لا تعترضها أي تحديات بل هي تُجري تحديثات عدة.

ونجحت كتارا للضيافة في تعزيز موقعها داخل قطر والاسهام في تطوير قطاع الضيافة، حيث أصبحت فنادق كتارا للضيافة داخل الدولة وعالمياً بمثابة أيقونة وتحمل بعداً تاريخياً بتصميمها الأنيق. وبفضل خبرتها تمكنت من تكوين محفظة غنية وتعزيز استثماراتها الدولية من خلال التعاقد مع أفضل العلامات التجارية في قطاع الفنادق وهذا ما يجعل نسب الاشغال مرتفعة في جميع الفنادق العاملة تحت مظلتها محلياً وفي الأسواق الرئيسية التي تتوسع فيها.

مشاريع مستقبلية

وتتمثل أبرز المشاريع المستقبلية جزيرة قطيفان في دولة قطر والتي سيتم افتتاحها قريباً، وتتميز بحديقة الألعاب المائية الأكثر حداثة في المنطقة، منتجع ريكسوس في جزيرة قطيفان الشمالية وأماكن إقامة رائعة ومرافق عالمية تجعل منها مجتمعاً حديثاً يتسم بالمنافسة العالمية وذات تصميم مستوحى من الثقافة الغنية وطبيعة المنطقة.



FAIRMONT & RAFFLES HOTELS - DOHA



كارلتون كان احد فنادق ريجنت - فرنسا



فندق فيرمونت قصر التازي - طنجة المغرب

مطاعم شيراتون جراند الدوحة تحصد جوائز FACT Dining



يستمر منتج ومركز اجتماعات شيراتون جراند الدوحة في تقديم تجربة إستثنائية في مطاعمه الفاخرة، بالإضافة الى مجموعة واسعة من الأنشطة والفعاليات والعروض الترفيهية لزواره في دولة قطر. وحاز ثلاثة من مطاعمه الفاخرة مؤخراً على جوائز مجلة FACT Dining Awards 2023 التي تعتمد على تصويت القراء لمطعمهم المفضل في ٢٨ فئة مختلفة تضم أكثر من ١٥٠ مطعماً.

ووفق تصويت القراء، حصل مطعم الحبارى Al Hubara على جائزة أفضل وجبة فطور وغداء للعائلات، في حين فاز مطعم جامافار الدوحة Jamavar Doha على جائزة أفضل مطعم هندي فاخر، ونال مطعم السلطان إبراهيم Al Sultan Brahim جائزة أفضل مطعم لبناني فاخر.

واستطاع منتج ومركز اجتماعات شيراتون جراند الدوحة أن يرسخ سمعته كوجهة رئيسية لعشاق الطعام والترفيه من خلال هذه المطاعم التي تستقطب الكثير من الزوار سواء على المستوى المحلي أم الإقليمي أو الدولي، وتقدم لهم تجربة استثنائية لا تنسى.



رولف ليبونر مديراً عاماً لفندق فيرمونت الرياض



كشف فندق «فيرمونت الرياض» عن تعيين رولف ليبونر في منصب المدير العام للفندق. يمتلك ليبونر خبرة واسعة تمتد لأكثر من ٣٠ عاماً في مجال الأعمال والإدارة بقطاع الضيافة، حيث شغل مؤخراً منصب الرئيس التنفيذي ورئيس عمليات الأصول في شركة العلا للتطوير، وشغل منصب الشريك

الإداري ورئيس الأخلاقيات في شركة كراون أند كو، وشغل منصب المدير العام في فندق فور سيزونز الرياض.

وتعليقاً على تعيينه، قال رولف ليبونر: «تشرفت حقاً بالانضمام إلى عائلة فندق فيرمونت الرياض كمدير عام جديد، وأنا ممتن لهذه الفرصة الرائعة للمساهمة في تحقيق «رؤية المملكة العربية السعودية الطموحة ٢٠٣٠»، التي تهدف إلى تنويع الاقتصاد، وخلق فرص جديدة، وتعزيز السياحة. أنا متحمس للغاية للعمل مع علامة فيرمونت المميزة والتي تتميز بثقافة الأشخاص المميزة بها. سأعمل عن كثب مع الفريق الموهوب في فندق فيرمونت الرياض لتقديم تجارب لا تُنسى لضيوفنا، ودعم نمو وتطوير مجال الضيافة في المملكة العربية السعودية».

Deutsche Hospitality accelerating its Middle East growth plans



With an extensive portfolio spanning 19 countries on three continents, leading German hospitality management group Deutsche Hospitality seeks to accelerate its Middle East growth plans. The group currently operates 150 hotels worldwide, with around 30 under development. Siegfried Nierhaus, Vice President – Middle East at Deutsche Hospitality

declared that they are committed to maintaining Deutsche Hospitality's successful presence in the Middle East and their regional portfolio spans 1531 rooms. "In February 2023, we strengthened our regional team with the aim to expand our portfolio and enhance Deutsche Hospitality's leading position in the market. The appointments of Mohamed Khedr as Regional Director of Sales and Marketing and Toufic Tamim as Senior Business Development Director bring a combined 48 years of invaluable regional hospitality experience to the team. Khedr and Tamim play a vital role in enhancing strategies to drive sales and marketing efforts and identifying business opportunities in new and operating source markets such as Saudi Arabia, Oman, the UAE and Qatar", Nierhaus added.

At the Arabian Travel Market 2023, Deutsche Hospitality focused on three key areas, including the group's loyalty programme and two brands in its portfolio – InterCity Hotels and Zleep Hotels. "We have updated our personalized loyalty rewards program, H Rewards, to offer guests more flexibility and added benefits. These enhancements will provide our 200 million members with more flexibility, quicker ways to earn points and digital touchpoints for a seamless guest journey", Nierhaus stated. Deutsche Hospitality also highlighted at ATM the redesign of the InterCityHotel brand to accelerate its international growth by embracing a diverse, mobile and tech-savvy group of travelers, noting that the CitySquare, a new social lobby will create a multifunctional seamless space, revealing that the economy brand, Zleep Hotels, is centered around Danish design and the sensibility of simplicity alongside a great night's sleep.

نغمة الصيف: عصائر الروابي الطازجة - مزيج منعش من النكهات

البرتقال والجزر أو البرتقال المدعم بالكالسيوم مما يضمن لهم وفرة من الفيتامين سي.

إن كنت تتوق إلى نكهات تشعرك بالحيوية، فإن عصير الليمون بالنعناع هو المزيج المثالي من الحمضيات المنعشة والنعناع الذي يبقيك هادئاً. يضيف عصير الجوافة من الروابي طابعاً إستوائياً، بينما يثير خليط الكيوي والليمون الشهى بنكهته الحامضة والحلوة. يوفر كوكتيل الفواكه مزيجاً متناغماً من الفواكه، ويخلق سمفونية لذيذة مع كل رشفة. ودعونا لا ننسى

الإضافة الأحدث إلى عائلة عصائر الروابي الطازجة - عصير التوت البري، المفعم بنكهات حامضة ومنعشة ولاذعة تنعكس على مزاجك الصيفي.

أخيراً، يبرز عصير التفاح بنكهته النقية والمنعشة، مستحضراً شعور القضم الأولى من التفاحة المقطوفة من البستان. لذا، بفضل مجموعة واسعة من النكهات، تضمن عصائر الروابي الطازجة وجود ما يرضي حاسة التذوق لدى

بمجرد إعلان الشمس الحارقة موعد قدوم فصل الصيف، يصبح الحل الوحيد للتغلب على الحرارة والبقاء منتعشاً هو كوب من عصير الروابي الطازج. وبفضل مجموعة واسعة من النكهات إضافة إلى التقيد بأعلى معايير الجودة، أصبحت الروابي رمزاً للمشروبات اللذيذة والمنعشة. إنضم إلينا في رحلة لاستكشاف الطعم المنعش والطبيعي لعصائر الروابي الطازجة لإحياء حواسك وتنشيط جسمك.

احتفالاً بالصيف:

الصيف هو فصل الحر والحيوية والاسترخاء. تتناغم عصائر الروابي مع جوهر هذا الفصل فتأخذ كل رشفة منها إلى عالم خاص من الفاكهة اللذيذة التي تمتع مذاقك وتعطيك شعوراً رائعاً تحت أشعة الشمس، سواء كنت تسترخي عند حوض السباحة أو تستضيف العائلة والأصدقاء، أو تبحث عن الراحة من ضجيج الحياة اليومية. لذلك، تعتبر عصائر الروابي الطازجة الصديق المثالي لمغامراتك الصيفية.

الانتعاش المتجدد:

تحتوي عصائر الروابي على فوائد طبيعية، حيث أنها تُصنع من أجود أنواع الفواكه المعاد تكوينها والمنتقاة من حول العالم مما يضمن اندماجاً مثالياً للنكهات والحفاظ على العناصر الغذائية.

من حلاوة المانجو إلى الانتعاش اللاذع لعصير الليمون، تشكل كل جرعة من عصائر الروابي الطازجة مزيجاً رائعاً ولذيذاً يناسب كل الأذواق. يذهل عصير «إعصار التوت» الحواس بمزيجه المتنوع من التوت اللذيذ، بينما يتميز عصير العنب الأحمر بطعمه الغني وقوامه الناعم. أما بالنسبة للذين يفضلون البرتقال فيسعدهم اختيار عصير البرتقال الكلاسيكي أو لذة



الجميع، مما يجعل كل جرعة رحلة مميزة لاستكشاف الطعم.

قوة الشعور الجيد:

لا يقتصر الاستمتاع بهذه العصائر المنعشة على الطعم المميز بل إنه أيضاً يساعد في تحسين مزاجك وجعل وقتك ممتعاً. تمتلك عصائر الروابي الطازجة القدرة على رفع معنوياتك وجعل كل لحظة من الصيف فرصة للشعور بالحيوية والنشاط. هذه العصائر هي الرفيق المثالي لمغامراتك في الصيف. لذا، اجلب زجاجة منها وارفع كأساً ودع الطعم اللذيذ لعصائر الروابي الطازجة ينقلك وأصدقائك إلى عالم من الاستمتاع ليس له نهاية. ستشعر مع كل رشفة بحيوية الصيف تجري في عروقك مما يدفعك لنشاطات ممتعة ويخلق لك لحظات قيّمة تستمر لما بعد نهاية هذا الفصل السعيد.



SHERATON
GRAND
Doha
Resort & Convention Hotel

هنا حيث يجتمع العالم معًا



يرجى مسح الكود لزيارة موقعنا الإلكتروني

٩٧٤ ٤٤٨٥ ٤٤٤٤

sheraton.doha@sheraton.com

MARRIOTT
BONVOY

انضم إلينا مع كل ما تحتاجه للاسترخاء والهروب
من ضوضاء الحياة. شارك النكهات الشهية
مع من تحب من العائلة والأصدقاء. كل ذلك وأكثر
ينتظرك هنا حيث نقدم السعادة بلا حدود.

sheratongranddoha f @

sheratondoha

sheratongranddoharesort&conventionhotel in



KATARA
HOSPITALITY



تغيّر عالم الضيافة

نطوّر عالم الضيافة.

الفخر هو ما نشعر به عند استذكار ماضيها؛ والشغف هو ما يبني حاضرها؛ أما الغد، فله ممّا كلّ التميّز.
كتارا للضيافة. نُجَدِّد التاريخ. نُلهِم الأجيال. نُرحّب بالعالم.

