

التقرير
السنوي
لزوار دبي
2019



تاريخ النشر: يوليو 2020

دبي
Tourism للسياحة

المحتويات

3

المقدمة

4

دبي:

التعامل مع معدلات انخفاض الأسعار

6

الزوار:

أفضل الوجهات السياحية العالمية

7

منتجنا:

دبي تعزز مكانتها وجهة سياحية للجميع

8

أكثر وجهات الجذب السياحي

10

دبي وجهة عالمية للفعاليات

12

أولوياتنا:

وضع المعايير

13

الاستفادة من قوة وسائل التواصل الاجتماعي

14

قصص شخصية ترسخ دبي في أذهان الناس

15

تقديم تجارب مميزة تعتمد على الطول الرقمية

16

مركز الأعمال العالمي

17

ثقة وسط الصعاب

المقدمة

«لم تكن ولن تكون من الذين ينامون على حبر النجاح أو يركنون إلى بريق الإنجازات أو يظنون أن المسيرة إلى الأمام يمكن أن تتواصل بقوة دفع ذاتي»

صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي، رعاه الله

عندما انطلقت أول رحلة لطيران الإمارات من دبي في عام 1985، لم يكن يتوقع العالم أن تتمكن هذه المدينة الصغيرة من التحليق عالياً في السماء. ومنذ ذلك الحين، حققت دبي الكثير من الإنجازات على الصعيد السياحي، وعززت من مكانتها المتميزة لتحل في عام 2019 بالمركز الرابع كأكثر الوجهات العالمية استقطاباً للزوار مع استقبالها لحوالي 16.73 مليون زائر، لتجاوز بذلك معدلات وتوقعات النمو العالمي.

ولاشك أن رؤية وتشجيع ودعم صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي، رعاه الله، ساهمت في التطور الهائل الذي شهدته المدينة من قرية صغيرة تعمل بالصيد والتجارة إلى وجهة سياحية عالمية، وهو ما يعكس روح التحدي والإصرار والمثابرة التي تتمتع بها القيادة الحكيمة وكذلك الناس مما رسخ من مكانتها العالمية.

بالنظر إلى الإنجازات التي تحققت خلال العام 2019 ومن منظور جديد كلياً، يتوجب علينا إيلاء مجموعة من العوامل التي يتطلع إليها المسافرون أهمية أكبر مثل سهولة وسرعة إجراءات الوصول إلى الوجهة السياحية ومعايير السلامة المتبعة فيها. وبالرغم من التقنيات الحديثة التي شهدتها قطاع السياحة والسفر خاصة مع استخدام الحلول الذكية من قبل المسافرين، فإن تأثير جائحة كورونا كوفيد 19 الكبير لم يكن متوقفاً والعالم بأكمله الآن مشغول بإيجاد حلول لها.

لقد كان قطاع السفر والسياحة من بين القطاعات الأولى التي تأثرت بـ«كوفيد19»، حيث طالت تداعياته كافة القطاعات. ومع ذلك، أتاح الواقع الجديد إمكانيات هائلة للتفكير بطريقة مختلفة، وكذلك تكثيف الجهود مع الشركاء لإيجاد حلول مبتكرة وسريعة. وما زال لدينا فرصة إعادة التفكير بالقطاع ووضع تصور جديد له وصياغته بطريقة مغايرة لم يسبق لها مثيل، وكذلك كيفية الاستجابة والتطور والابتكار وهو ما سيضعنا على الطريق الصحيح لتحقيق الريادة للقطاع ووضعنا على المسار الطبيعي الجديد لضمان مستقبل واعد للسياحة العالمية. ركزت «دبي للسياحة» بشكل أساسي خلال الفترة الماضية على المحافظة على صحة وسلامة سكانها وزوارها، في ظل الإدارة الفعالة لحكومة الإمارات في التعامل مع أزمة كورونا حتى الآن. وسارعت المدينة أيضاً إلى اتخاذ الخطوات الضرورية لإعادة النشاط الاقتصادي، واستجابات بمرونة عالية لمتغيرات السوق، وذلك بهدف تحقيق الاستقرار وتوفير الدعم للشركات بما يمكنها من الصمود أمام هذه التحديات وتجاوز أثارها على المدى القصير.

وبناءً على أولويتنا الاستراتيجية لضمان استدامة المشاريع والأعمال مع إعادة فتح القطاع بسرعة متى أمكن ذلك في مختلف أنشطته بما فيها الضيافة، ومناطق الجذب المتنوعة، ومنافذ البيع بالتجزئة، والمطاعم وكذلك سائر الأنشطة الأخرى التي تعتبر مقومات أساسية لدبي، فإننا نواصل اتباع مرونة عالية في التعامل مع المعطيات بهدف تحفيز النمو. لقد كانت المنظومة الواسعة للاستعداد لعودة قطاع السياحة دليلاً على التضامن والالتزام من قبل جميع الشركاء في القطاعين العام والخاص، فضلاً عن شبكة علاقاتنا الدولية، والتي سيبقى لها دور فعال في مساعدة دبي على جذب ملايين الزوار من مختلف أنحاء العالم.

لاشك في أن التطورات التي سنشهدتها مع نهاية عام 2020، وكذلك أثارها على نتائج القطاع ستكون مختلفة بشكل كبير عما شهدناه في العام الماضي، حيث أن تأثير الجائحة سيغير بشكل ملحوظ سلوك المسافرين وأيضاً توقعاتهم – سواء ضمن فئة الزوار بغرض الأعمال أو الترفيه. ومع ذلك، سيكون هناك العديد من الأمور والنقاط المهمة من عام 2019 والتي يمكننا أن نتعلم منها ونجعلها قاعدة أساسية لنا وكذلك اتخاذها خطة جاهزة للبناء عليها أثناء تطلعنا لاستعادة الزخم السياحي في عام 2021 وما بعده.

يسلط تقرير الزوار الدوليين السنوي لدبي لعام 2019 الضوء على التطور الذي تشهده المدينة التي حافظت على مركزها الرابع كأكثر الوجهات السياحية زيارة على مستوى العالم، لتحقيق بذلك أفضل النتائج على مدار السنوات الماضية. وإننا ندرك أن تلك النتائج لم تكن لتتحقق لولا التعاون المثمر والتنسيق المستمر مع شركائنا في القطاع، فكل الشكر والتقدير لهم على جهودهم المتواصلة، ونحن نعمل سوياً من أجل الترحيب بضيوفنا من مختلف أنحاء العالم مرة أخرى في دبي.



برج خليفة

التعامل مع انخفاض معدلات السفر دبي استقبلت ١٦,٧٣ مليون زائر دولي خلال العام ٢٠١٩ مع زيادة كبيرة من الأسواق الرئيسية

المتواصلة لدائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي بما فيها الحملات الموسمية وتلك التي تستهدف شركاء القطاع والشركاء الاستراتيجيين ووسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية وغيرها. وحققت كل من عُمان والصين اللتان تأتيا في المركز الرابع والخامس على التوالي ضمن قائمة الأسواق الرئيسية لدبي نمواً كبيراً في الزيادة السنوية لأعداد الزوار، حيث تجاوز عدد الزوار العمانيين حاجز المليون زائر بزيادة 24 بالمائة عن العام 2018، بينما وصل عدد الزوار الصينيين 989 ألف بزيادة 15 بالمائة عن الفترة ذاتها.

صيف 2019 موسم قوي لدبي

ارتفع عدد الزوار الدوليين إلى دبي بنسبة 13 بالمائة على أساس سنوي خلال صيف العام 2019 فيما كانت النسبة الأعلى للزوار من العائلات، الأمر الذي يعزز من مكانة دبي كوجهة مفضلة للعائلات على مدار العام.

وكانت نسبة الزوار الخليجين هي الأعلى بين زوار دبي خلال فصل الصيف. فقد جاءت سلطنة عُمان في المركز الأول حيث ارتفعت نسبة الزوار العمانيين 47 بالمائة خلال عيد الأضحى في أغسطس و25 بالمائة خلال اليوم الوطني العماني في نوفمبر ما يؤكد على تزايد شعبية دبي بين العمانيين كوجهة مفضلة للعائلات القصيرة وهذا يعود للمبادرات التسويقية التي تنفذها "دبي للسياحة" في السلطنة.

(Monsoon) التي وصلت إلى أكثر من 30 مليون مسافر من الهند بالإضافة إلى الحملات المستمرة كالفيلم الترويجي الحائر على العديد من الجوائز، كن ضيفي بالتعاون مع النجم العالمي شاروخان، حيث استقطبت النسخة الثالثة منه أكثر من 160 مليون مشاهدة.

وعززت المملكة العربية السعودية مكانتها كأهم سوق رئيسية ضمن دول مجلس التعاون الخليجي وثاني أكبر سوق عالمية بالنسبة لدبي من خلال 1,6 مليون زائر سعودي خلال العام 2019. وتعتبر دبي واحدة من أهم وجهات العطلات القصيرة للعائلات السعودية حيث ازدادت أعداد الزوار بنسبة 36 بالمائة خلال فترة عيدي الفطر والأضحى واليوم الوطني السعودي.

وعلى الرغم من التحديات الاقتصادية الناجمة عن «بريكست»، بلغ عدد الزوار من المملكة المتحدة إلى دبي خلال العام 2019 حوالي 1/2 مليون زائر محافظة بذلك على مركزها الثالث ضمن قائمة الأسواق الرئيسية المصدرة للزوار. وكان ما نسبته 12 بالمائة من الزوار البريطانيين إلى دبي خلال العام الماضي قد زاروا الإمارة مرة واحدة على الأقل خلال الأشهر الـ12 التي سبقت زيارتهم لها فيما أكد 9 بالمائة من الزوار أن الهدف من زيارتهم كان الالتقاء بالأهل والاصدقاء.

وتؤكد الأرقام المرتفعة للزوار من المملكة المتحدة على فعالية الجهود الترويجية والحملات التسويقية

رشدت دبي من مكانتها كرابع وجهة سياحية مفضلة في العالم خلال العام 2019، بعد أن بلغ عدد الزوار الدوليين الذين استقطبتهم أكثر من 16,73 مليون زائر ليلة واحدة بنسبة زيادة بلغت 5,1 بالمائة مقارنة مع العام 2018.

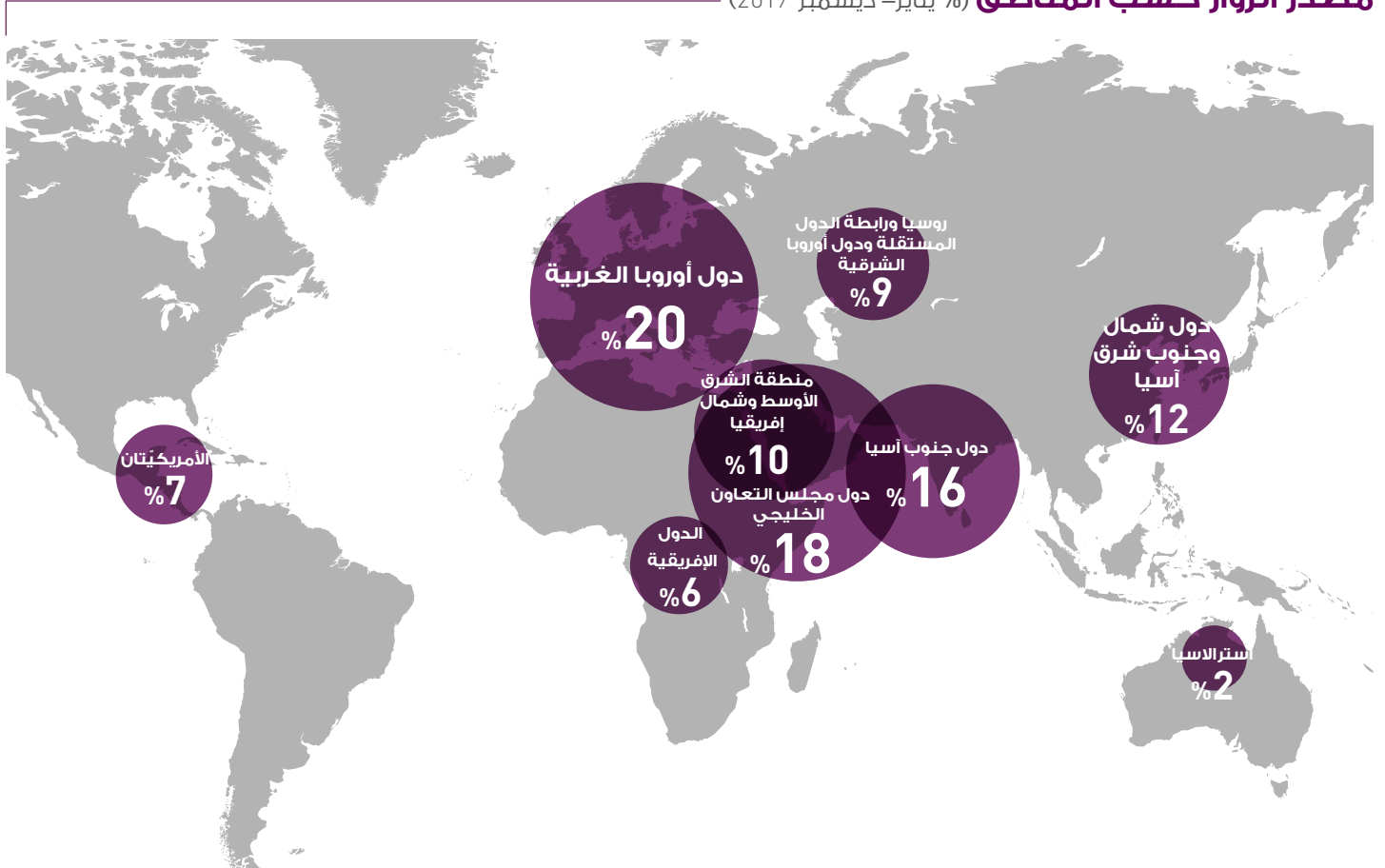
وتجاوزت هذه الأرقام توقعات منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة الخاصة بنمو قطاع السياحة في العالم خلال العام 2019 وذلك بمعدل 3-4 بالمائة، كما أنها سلطت الضوء على جاذبية المدينة على المستوى العالمي.

مرونة الاسواق الرئيسية

تجاوز عدد الزوار من الأسواق الرئيسية المصدرة للسياح لإمارة دبي وهي الهند والمملكة العربية السعودية والمملكة المتحدة وعُمان والصين وروسيا، 7 مليون زائر، وتجاوز عدد الزوار من تسعة أسواق ضمن قائمة الأسواق العشرة الرئيسية حاجز النصف مليون زائر من كل سوق، ما يعكس ازدياد شهرة دبي بين الزوار الدوليين.

وحافظت الهند على صدارتها ضمن الأسواق المصدرة للزوار إلى دبي التي تعتبر من أهم الوجهات السياحية الدولية بالنسبة للزوار من الهند وذلك بعد أن وصل عدد الزوار منها إلى 2 مليون تقريبا خلال العام 2019. وتأتي شهرة دبي بين الزوار من الهند نتيجة للجهود التي تبذلها دبي للسياحة والمبادرات التسويقية الموسمية مثل حملة موسم مونسون

مصدر الزوار حسب المناطق (% يناير- ديسمبر 2019)



نمو الأسواق الرئيسية خلال 2019

أكدت الصين على مكانتها كواحدة من أهم الأسواق الرئيسية المصدرة للزوار إلى دبي مع تجاوز عدد الزوار منها 989 ألف زائر وهو أكثر من ضعف الرقم المسجل قبل أربع سنوات وقبل تطبيق قانون الحصول على تأشيرة الزيارة لدى الوصول لرعايا جمهورية الصين الشعبية. ولزيادة شهرة دبي بين الزوار الصينيين، اعتمدت دبي للسياحة منهج عمل يركز على ثلاثة جوانب: (1) برامج تسويقية موجهة للزوار مباشرة (2) التخطيط المسبق للرحلات مدعوم باتفاقيات تعاون استراتيجية (3) تجربة داخل المدينة تتوافق مع جاهزية دبي لاستقبال الزوار الصينيين.

وحافظت دبي على استراتيجية عملها في تنويع الأسواق الرئيسية وذلك للتخفيف من المخاطر ضمن أسواق معينة ولنعكس مدى التنوع الكبير الذي تتميز به المدينة. ومازالت هذه الاستراتيجية تحقق نتائج قوية استمرت للعام 2019 حيث أصبحت دبي ضمن قائمة الوجهات التي يرغب سكان العديد من الدول ذات الأنظمة الاقتصادية الناشئة زيارتها.

وتبقى دبي وجهة مفضلة للزوار من أفريقيا، حيث احتلت نيجيريا المرتبة الأولى ضمن الأسواق الأسرع نمواً مع استقبال دبي لأكثر من 246 ألف زائر نيجيري خلال العام 2019 بزيادة سنوية بلغت 33 بالمئة، ومن ضمن الأسواق سريعة النمو أيضاً الفلبين وكازاخستان بزيادة سنوية بلغت 23 بالمئة لكل منهما مع عدد زوار وصل إلى 477 ألف و147 ألف على التوالي. وجاءت الأسواق سريعة النمو الأخرى من أوروبا ومنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا حيث شهدت فرنسا زيادة بنسبة 10 بالمئة مع أكثر من 382 ألف زائر، ومصر 8 بالمئة بعدد زوار بلغ 314 ألف، وسجلت روسيا زيادة بنسبة 7 بالمئة بعدد زوار وصل إلى 728 ألف خلال العام 2019.

وبقيت أوروبا الغربية في القائمة حيث شكل الزوار منها والبالغ عددهم 3،4 مليون 20 بالمئة من إجمالي عدد الزوار للعام 2019 على الرغم من التحديات الاقتصادية وتقلبات العملة ويعود الفضل في ذلك إلى الجهود الترويجية التي تبذلها دبي للسياحة، وجاءت منطقة دول مجلس التعاون الخليجي في المرتبة الثانية بما يتجاوز 3 ملايين زائر وبما نسبته 18 بالمئة لتلتها منطقة جنوب آسيا 2،7 مليون زائر بنسبة 16 بالمئة بما يؤكد أهمية القرب الجغرافي وتركيز دبي على توفير تجارب متجددة تشجع الزوار على تكرار الزيارة.

كما جاءت منطقة دول شمال آسيا وجنوب شرق آسيا بالمرتبة الرابعة بنسبة 12 بالمئة، فيما شكلت منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا 10 بالمئة لتأتي في المرتبة الخامسة. وبلغ عدد الزوار من روسيا ورابطة الدول المستقلة وأفريقيا والأمريكيتين وأستراليا حوالى 4 ملايين زائر مشكلة النسبة المتبقية من إجمالي عدد الزوار والبالغة 24 بالمئة.

ويعكس تزايد الاهتمام بدبي كواحدة من أفضل الوجهات السياحية العالمية وبالتحديد بين العائلات والأرواح الجهود التسويقية الكبيرة والمتواصلة التي تبذلها "دبي للسياحة" في كل بلد واستراتيجيات التعاون المثمرة مع شركاء القطاع.

العام 2020 وما بعد

المبادرة لإعادة تعريف مفهوم السفر

تواصل الأداء القوي لقطاع السياحة في دبي مع بداية العام 2020 مع استقبال المدينة لأكثر من 3،27 مليون زائر دولي لليلة واحدة خلال شهري يناير وفبراير بنسبة زيادة 4،2 بالمئة مقارنة مع الفترة ذاتها من العام 2019. وكانت هذه النتائج مميزة بالنظر إلى التحديات وقيود السفر الناجمة عن انتشار فيروس كورونا "كوفيد 19" والتطورات المتسارعة خلال الربع الأول من العام ذاته والإغلاق الكلي لأسواق رئيسية مثل الصين.

وتأثرت كافة الأسواق الرئيسية لدبي بانتقال عدوى الفيروس من خلال تطبيق قيود على السفر بدرجات متفاوتة للحد من انتشار العدوى ولمكافحة الفيروس ضمن سكان تلك الدول، ومع مراحل تطور الفيروس ومدى انتشاره يمكن توقع إعادة فتح المجال الجوي أمام حركة السفر على مراحل خلال الأشهر المقبلة وانحسار حالة الطوارئ.

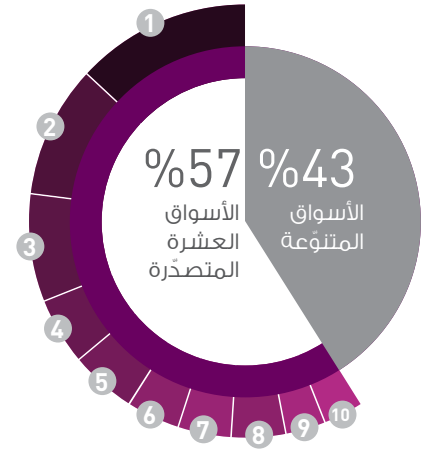
وكانت دولة الإمارات العربية المتحدة سباقة في تطبيق سلسلة من الاجراءات الوقائية والتدابير الإحترازية المتوافقة مع أعلى معايير الصحة والسلامة بما فيها تعزيز البنية التحتية للمستشفيات والفحوصات السريعة ما جعلها ضمن قائمة أفضل 10 دول في العالم استجابة لفيروس كورونا "كوفيد-19" لجهة عدد الفحوصات لكل مليون نسمة، واعتمدت دبي حلولاً تقنية متطورة للحد من انتشار العدوى ومراقبة القطاع السياحي إلى جانب إصدار توجيهات صارمة في المطارات والمواصلات العامة والفنادق والمطاعم ومتاجر البيع بالتجزئة والوجهات والمرافق الترفيهية. ويبقى رضا الزوار الذين عبروا عنه مراراً وتكراراً لدى تقييم تجربتهم زيارة دبي وضمن شعور الزوار بالإطمئنان على سلامتهم في كل الأوقات في سلم أولويات كافة شركاء قطاع السياحة في دبي.

ويعتمد قطاع السياحة في دبي أسس عمل قوية تضمن التجاوب السريع بعد إعادة افتتاح الأسواق أمام حركة الزوار الدوليين مع تجاوز مرحلة فيروس كورونا تمهيداً للعودة إلى الحياة الطبيعية. وتبرز أهمية العام 2021 بالنسبة لدبي من خلال استضافتها للحدث العالمي إكسبو الذي ينظم للمرة الأولى في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وجنوب آسيا بعد أن تمت إعادة جدولته رسمياً خلال النصف الثاني من العام المقبل. ويتوقع أن يستقطب هذا الحدث الذي ينظم على مدى 173 يوماً ويشارك فيه أكثر من 190 عارضاً من مختلف أنحاء العالم، أكثر من 25 مليون زائر.

الأسواق العشرة المتصدرة قائمة الزوّار إلى دبي

ترتيب العام 2019
% حصة إجمالي الزوّار لدبي

12%	1 الهند
9%	2 المملكة العربية السعودية
7%	3 المملكة المتحدة
6%	4 عمان
6%	5 الصين
4%	6 روسيا
4%	7 الولايات المتحدة
3%	8 ألمانيا
3%	9 باكستان
3%	10 الفلبين



زوار أفراد

عدد الزوّار لليلة واحدة	نسبة النمو
16.7 مليون في 2019	5.1% ↑ في 2019-18

أفضل الوجهات السياحية العالمية

2019	2018	2017	
بانكوك	بانكوك	بانكوك	1
لندن	باريس	لندن	2
باريس	لندن	باريس	3
دبي	دبي	دبي	4
سنغافورة	سنغافورة	سنغافورة	5
كوالا لمبور	كوالا لمبور	نيويورك	6
نيويورك	نيويورك	كوالا لمبور	7
إسطنبول	إسطنبول	طوكيو	8
طوكيو	طوكيو	إسطنبول	9
أنطاليا	أنطاليا	سيؤول	10

أفضل الوجهات السياحية العالمية لعام 2019
4

برج خليفة

دبي تعزز مكانتها وجهة للجميع

المدينة تحقق نمواً في فئات الزوار المختلفة من خلال استراتيجية التنوع السياحي

تواصل دبي ضمن جهودها الاستراتيجية لتعزيز جاذبيتها للزوار من مختلف أنحاء العالم تحقيق تقدّم ملحوظ، حيث تظهر اتجاهات 2019 نمواً بمعدل ثابت عبر فئات الزوار الذين يأتون إلى دبي سواء بغرض الترفيه أو الأعمال.

وقد شكّل الزوار الذين كرّروا زيارتهم لدبي ما نسبته 25 بالمائة من إجمالي زوار الإمارة في عام 2019، حيث أرجع نصفهم تقريباً (46 بالمائة) قراراتهم بزيارة دبي إلى النصائح والتوصيات التي حصلوا عليها من السكان والمقيمين أو أصدقائهم الذين سبق لهم زيارة المدينة من قبل - وفي ذلك دلالة على أهمية التجارب التي لها تأثير كبير على اتخاذ القرار لدى شريحة واسعة من الناس. وقد حافظت فئة الزوار المؤيدين للوجهة على ارتفاعها بشكل ملحوظ، حيث بلغت 76.9 بالمائة في عام 2019.

ومن الملاحظ كذلك ارتفاع مدة الإقامة في دبي، حيث بلغ عدد أيام الإجازة التي يقضيها الزوار 8 أيام في عام 2019، مقارنة بـ 7.2 أيام في عام 2018. واستطاعت دبي أن تحافظ على المرتبة الرابعة ضمن قائمة أبرز وجهات العالم استقطاباً للزوار الدوليين وفقاً لمؤشر ماستركارد للمدن العالمية المقصودة لعام 2019. فيما استمر نمو إنفاق الزوار على الأنشطة السياحية في المدينة، ويتضح ذلك من خلال إجمالي

الإنفاق الذي بلغ حوالي 32.1 مليار دولار أمريكي في العام الماضي بزيادة قدرها 4.18 بالمائة مقارنة بعام 2018.

نمو السفر بغرض الأعمال

عززت دبي من مكانتها كواحدة من أفضل الوجهات الترفيهية في العالم، وبدا ذلك واضحاً من أعداد الزوار الذين استقبلتهم المدينة في العام الماضي بغرض الترفيه، والذين بلغوا 12.54 مليون زائر (شكّلوا 75 بالمائة من إجمالي الزوار)، كما رسّخت سمعتها كمركز عالمي للأعمال أيضاً.

وأشار أكثر من 2.3 مليون زائر إلى أنّ زيارتهم لدبي في عام 2019 كانت بغرض الأعمال، بنسبة نمو بلغت 2 بالمائة مقارنة بعام 2018.

كما أعرب الزوار من فئة رجال الأعمال عن رضاهم المتزايد بالنمو الذي يشهده قطاع الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض، وكذلك البنية التحتية لاستضافة الأحداث والفعاليات الرئيسية، حيث ارتفعت نسبة الرضا بثلاث نقاط لتبلغ 72.8 بالمائة.

نعكس الزيادة في أعداد العائلات جاذبية المدينة على مدار العام

ساهم تزايد جاذبية دبي كوجهة عالمية مميّزة للعائلات بالنسبة للعائلات في تحقيق نمو ملحوظ ضمن هذه الفئة المهمة من الزوار خلال عام 2019، وشكّلت العائلات ما نسبته 39 بالمائة من إجمالي زوار

الإمارة، بزيادة قدرها 36 بالمائة مقارنة بعام 2018. وقد برهنت المدينة أنها تمتاز بشعبية خاصة لدى المسافرين في الأسواق المجاورة، حيث بلغت نسبة الزوار من العائلات الهندية وحدها 10 بالمائة في عام 2019، وهو ما يؤكد على جودة وتنوع العروض والتجارب التي تقدّمها المدينة لزوارها.

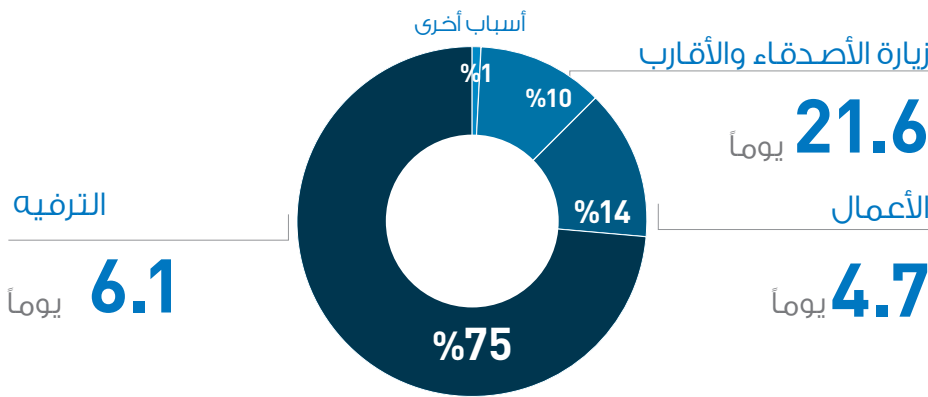
وقد أعرب غالبية الزوار عن إعجابهم بالتنوع والتطور الذي تشهده المدينة في معالمها ووجهاتها السياحية التي تناسب العائلات من مختلف الجنسيات، بالإضافة إلى قدرتها على تلبية احتياجات الأطفال ضمن العروض التي تقدّمها للكبّار - مما يعكس رضاهم بنسبة 71.3 بالمائة.

ويشكّل الأزواج ثاني أكبر فئة للزوار وبنسبة 35 بالمائة من إجمالي، يليهم الأفراد بنسبة 12 بالمائة، مما يشير إلى وجود اتجاه عام نحو المسافرين المستقلين بدلاً عن مسافري المجموعات السياحية الكبيرة.

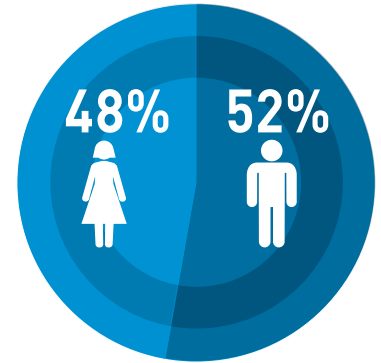
زوار المدينة من الشباب والأزواج

وبالنسبة للإناث والذكور من المسافرين، فقد تقاربت النسبة، حيث شكّلت النساء 48 بالمائة من زوار الإمارة في عام 2019. وعلى الرغم من الزيادة الطفيفة (2 بالمائة على أساس سنوي) في الزوار الذين تتراوح أعمارهم بين 45 و 54 عاماً، إلا أنّ دبي لا تزال وجهة تتمتع بشعبية كبيرة لدى الزوار من الفئة العمرية الأصغر، حيث يمثل الذين تتراوح أعمارهم بين 25 و 44 عاماً ما نسبته 71 بالمائة من إجمالي زوار عام 2019

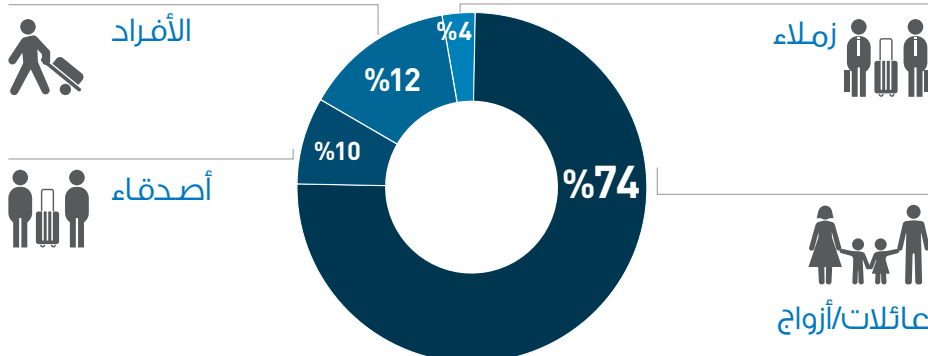
الغرض من الزيارة (مدة الإقامة)



جنس الزوار



تقسيم الزوار إلى مجموعات



متوسط حجم المجموعة



معدّل مدة الإقامة في دبي

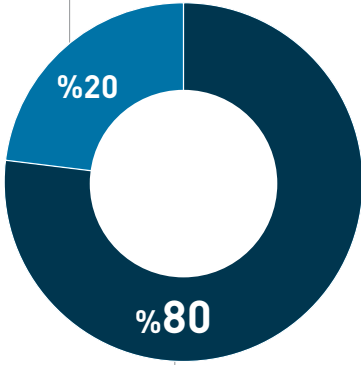


8.0 أيام

اختيار مرافق الإقامة



الإقامة مع الأصدقاء والأقارب



الفنادق والشقق الفندقية



عين دبي

أكثر وجهات الجذب السياحي

أعرب أغلب الزوّار الدوليين (68.7 بالمئة) عن رضاهم بالعروض والتجارب السياحية المتنوعة في دبي، والتي تواصل في التوسع والتطور كل عام.

حيث جذب «دبي مول» 97 بالمئة من إجمالي الزوّار، فيما جذبت «نافورة دبي» 91 بالمئة، والذي أثبت أنه واحد من أكثر المعالم شهرة وجذباً للزوّار في عام 2019، في حين حققت «القرية العالمية» أحد أكبر المنتزهات الثقافية في العالم والوجهة العائلية الأولى للثقافة والتسوق والترفيه على مستوى المنطقة، نمواً في أعداد زوّارها الذين جاءوا من أبرز 14 سوقاً رئيسياً، حيث رُحبت بما نسبته 21 بالمئة من إجمالي زوّار المدينة في العام الماضي. كما سجّل «برج خليفة» أطول مبنى في العالم زيادة بنسبة 3 بالمئة في أعداد الزوّار مقارنة بعام 2018، حيث بلغ العدد الإجمالي 6.19 مليون زائر.

وتواصل دبي تعزيز سمعتها كواحدة من المراكز الثقافية الرائدة في المنطقة، حيث تعرض مزيجاً من الحداثة والتراث الأصيل، وفي العام الماضي تزايدت شعبية مناطق الجذب الثقافية والتراثية في المدينة، والتي استقبلت بحورها ما نسبته 66 بالمئة من إجمالي الزوّار.

وتزايد الطلب على تجارب المغامرات التي حظيت بشعبية واسعة بين المسافرين، لاسيما رحلات السفاري في الصحراء، فيما استقطبت مناطق الجذب الطبيعية شريحة واسعة من الزوّار لاسيما من أوروبا، منهم 54 بالمئة من ألمانيا (أكثر من 10 بالمئة على أساس سنوي)، و 56 بالمئة من فرنسا (أكثر من 9 بالمئة)، و 43 بالمئة من بريطانيا (أكثر من 9 بالمئة)، والذين يتشاركون جميعاً في حبهم وشغفهم لمثل هذه الرحلات بوجود مرشدين سياحيين مؤهلين أثناء إقامتهم في المدينة.

نسبة زوّار المعالم السياحية الرئيسية في دبي



دبي وجهة عالمية للفعاليات الترفيهية

شارك أكثر من 30 ألف في مراكز اللياقة الـ 11 التي توزعت على مناطق مختلفة أيضاً. كما شهدت الدورة الماضية تنظيم ماراثون شارع الشيخ زايد الذي تحول إلى فعالية جماهيرية كبرى شارك فيها أكثر من 70 ألف مشارك من مختلف الأعمار لمسافة 5 أو 10 كيلو مترات.

ومن جهة أخرى، عززت دبي من مكانتها كوجهة للفعاليات الترفيهية خلال العام 2019 من خلال العديد من المرافق التي صممت خصيصاً لاستضافة مثل هذه الفعاليات مثل دبي أوبرا التي تتسع لـ 2000 شخص وقاعة كوكا كولا أرينا الداخلية التي تتسع لأكثر من 17 ألف شخص والتي تم افتتاحها خلال شهر يونيو من العام ذاته واستضافت العديد من النجوم العالميين مثل فرقة (MAROON 5) الأمريكية و(WESTLIFE) الإيرلندية والممثل الكوميدي البريطاني المعروف راسل بيتر.

ومن الفعاليات الرياضية الهامة الأخرى التي تستضيفها دبي، كأس دبي العالمي وبطولة موانئ دبي العالمية للغولف اللتان تحظيان بشعبية كبيرة، وتجلى ذلك من خلال الأعداد الكبيرة التي تابعتهما من مختلف أرجاء العالم.

المهرجان نجم البوب البريطاني والعضو السابق في فرقة (ONE DIRECTION) ليام باين، إلى جانب الشاب خالد وشيرين عبد الوهاب، وحسين الجسمي الذين قدموا حفلات مباشرة أمام جمهور المهرجان.

وفي الوقت ذاته، كان الحظ السعيد على موعد مع 8,818 رابحاً والذين فازوا بجوائز قيمة خلال فترة المهرجان تفوق قيمتها 50 مليون درهم إماراتي بما فيها 87 سيارة وأكثر من 3 آلاف جائزة ذهبية.

ومن جهة أخرى، شهدت الدورة الثالثة لتحدي دبي للياقة، المبادرة الرائدة من نوعها التي أطلقها سمو الشيخ حمدان بن محمد بن راشد آل مكتوم، ولي عهد دبي رئيس المجلس التنفيذي نجاحاً كبيراً من خلال استقطابها لأكثر من 1,1 مليون مشارك من مختلف أرجاء الإمارة بعد أن كان عدد المشاركين في الدورة السابقة مليون مشارك.

وتضمن تحدي دبي للياقة 2019 حوالي 1,300 فعالية لياقة كانت متاحة مجاناً أمام الجمهور وتنوعت ما بين رياضة الجري وتمارين اللياقة المكثفة مع المدرب العالمي جو ويكس إلى جانب قرى اللياقة التي شهدت مشاركة حوالي 285 ألف مشارك وتوزعت بين أماكن مختلفة في الإمارة مثل دبي فستيفال سيتي مول وكايت بيتش، فيما

كانت المهرجانات والفعاليات العالمية التي نظمتها واستضافتها دبي عامل جذب إضافي للزوار الدوليين خلال العام 2019.

وعكست معظم هذه المهرجانات مثل مهرجان دبي للتسوق ومفاجآت صيف دبي وتحدي دبي للياقة الروح الجماعية والانتماء الراسخ اللذان يتميز بهما مجتمع دبي.

وأقيمت الدورة الخامسة والعشرون لمهرجان دبي للتسوق والتي نظمت خلال الفترة بين 26 ديسمبر و1 فبراير الماضيين تغرد هذا الحدث وتميزه ضمن قطاع تجارة التجزئة والترفيه من خلال استقطابه لأكثر من 4 آلاف محل تجاري قدموا عروضاً ترويجية متنوعة، وحوالي 10 ملايين زائر لفعالياته المتنوعة.

وبلغة الأرقام، تضمنت تلك الدورة التي شهدت حفل افتتاح ضخم نظم على مدى يومين في برج بارك، وسط مدينة دبي حوالي 3,847 فعالية، وكان معظمها متاحاً أمام الزوار بشكل مجاني. ومن بين فعاليات هذا الحدث 163 حفلاً غنائياً، و119 عرضاً للألعاب النارية، و8 أسواق للمهرجان توزعت في أرجاء متنوعة داخل الإمارة.

ومن بين الفنانين العالميين الذين شاركوا في حدث



اتجاهات القطاع الواسعة الطيران والفنادق وتجارة التجزئة قطاعات أساسية لتطور السياحة في الإمارة

1 الطيران

رشدت دبي من مكانتها كمركز رئيسي في العالم لقطاع الطيران المدني من خلال مطارين رئيسيين هما مطار دبي الدولي ومطار سنترال اللذان حققا نتائج قوية خلال العام 2019.

وكان مطار دبي الدولي قد استقبل خلال العام 2019 أكثر من 86.4 مليون مسافر معلناً عن ارتفاعه بالمركز الأول في العالم لجهة حركة المسافرين للعام السادس على التوالي.

وشهد مطار دبي الدولي العديد من الانجازات خلال العام 2019 التي تؤكد على مكانته كواحد من أكثر المطارات كفاءة في العالم ومواكبة لاحتياجات المسافرين، حيث شهد تركيب تقنيات مبتكرة تساهم في تنظيم حركة المسافرين تضمنت بوابات عبور ذكية ساهمت في تخفيض وقت الانتظار بنسبة 15 بالمائة وحتى خلال أشهر الذروة في يوليو وأغسطس عندما تتجاوز أعداد المسافرين 8 ملايين. كما اعتمد المطار أيضاً معياراً جديداً لحجم حقائب المسافرين سمح له بتسليم أكثر من 73.1 مليون حقيبة بنسبة نجاح قياسية بلغت 99.96 بالمائة.

واحتفظت الهند بصدارتها كأكبر وجهة بالنسبة لمطارات دبي، حيث وصل عدد المسافرين الهنود خلال العام 2019 إلى 11.9 مليون مسافر متبوعة

ومن ثم الهند (19,300). أما من ناحية المدن فقد جاءت موسكو بالمركز الأول (253,092) ثم بودابست (60,098) وجدة (55,873) مسافر.

وتعمل في مطار دبي وورلد سنترال حالياً ست شركات طيران ركاب تسير 30 رحلة أسبوعية تقريبا إلى 45 وجهة حول العالم، كما يستضيف المطار أيضاً في الوقت الحالي عمليات 17 شركة شحن جوي تخدم حوالي 45 مدينة.

ومع انتشار وباء كورونا كوفيد 19 أثبتت دبي أنها مركزاً أساسياً لرحلات إجلاء الركاب إلى أوطانهم وخدمات الشحن الجوي الدولي بما فيها رحلات الإغاثة الطبية، كما ساعدت الإمارات للشحن الجوي في نقل أكثر من 34,000 طن من المواد الغذائية إلى الدولة بين شهري يناير وأبريل من العام 2020 منها أكثر من 13,000 طن بين شهري مارس وأبريل. وخلال شهر أبريل لوحده نجحت الإمارات للشحن الجوي في إيصال مواد غذائية لدولة الإمارات العربية المتحدة من أكثر من 35 دولة حول العالم.

وتقدم مطارات دبي تحابير إغاثية لشركائها في قطاع طيران الركاب والشحن الجوي ضمن إطار استراتيجية استقرار الأعمال وذلك للمساهمة في دفع عجلة قطاع الطيران الدولي عندما تزداد حركة المسافرين الدوليين خلال الأشهر القادمة.

بالمملكة العربية السعودية بعدد مسافرين تجاوز 6.3 مليون والمملكة المتحدة في المركز الثالث بعدد مسافرين 6.2 مليون. ومن الدول الأخرى المتصدرة لجهة عدد المسافرين الصين 3.6 مليون والولايات المتحدة الأمريكية 3.2 مليون.

وأدى إغلاق المدرج الجنوبي في مطار دبي الدولي لمدة 45 يوماً لإعادة التأهيل خلال شهري أبريل ومايو من العام 2019 إلى زيادة حركة المسافرين في مطار دبي الثاني دبي وورلد سنترال. وساعدت هذه الزيادة المطار على تحقيق زيادة سنوية نسبتها 81.5 بالمائة بعدد مسافرين وصل إلى 1.6 مليون. كما ازداد عدد المسافرين خلال الربع الأخير من العام الماضي مقارنة مع الفترة ذاتها من العام 2018 ليصل إلى 363,626 مسافر بزيادة تجاوزت 38.2 بالمائة نتيجة لزيادة العمليات الموسمية لشركات الطيران.

وتزايدت شعبية مطار دبي وورلد سنترال كوجهة مفضلة للمسافرين من الأسواق التي تشهد نمواً سريعاً مثل روسيا ورابطة الدول المستقلة خلال العام 2019، حيث جاءت منطقة رابطة الدول المستقلة بالصدارة بعدد مسافرين وصل إلى 683,763 ثم منطقة جنوب آسيا بعدد مسافرين وصل إلى 380,000 ومن ثم دول مجلس التعاون الخليجي 281,244. واحتلت روسيا مركز الصدارة كأكبر بلد لجهة عدد المسافرين الذي وصل إلى 549,806 تلتها المملكة العربية السعودية (201,138)

2 الإقامة

سجل قطاع إقامة الزوار في دبي أداءً قياسياً مرة أخرى للعام 2019 حيث تجاوز عدد الحجوزات ليلة واحدة أكثر من 32 مليون للمرة الأولى وبنسبة زيادة وصلت إلى 6.5 بالمائة مقارنة مع أرقام العام 2018 والذي شهد تسجيل 30,13 مليون ليلة.

وسجلت دبي لجهة غاية ديسمبر 2019 حوالي 126,120 غرفة لإقامة الزوار بنسبة زيادة سنوية بلغت 9 بالمائة بينما وصل عدد المنشآت الفندقية إلى 741 منشأة بعد ان كان 716 خلال العام الذي سبقه.

ووصل معدل نسبة الأشغال 75 بالمائة وهو رقم مرتفع بالنظر إلى الزيادة في خيارات إقامة الزوار كما انعكس هذا الرقم على متوسط المعدل اليومي الذي وصل إلى 415 درهمًا (11- بالمائة كنسبة سنوية) وعلى العائد حسب الغرف المتاحة الذي وصل إلى 312 درهمًا (12- بالمائة كنسبة سنوية) الأمر الذي يعكس قوة الدولار الأمريكي ومواكبة احتياجات الزوار والقدرة التنافسية للإمارة على مستوى عالمي.

وفي الوقت الذي تواصل فيه دبي التوسع في خيارات الإقامة الفندقية الصغيرة والمتوسطة تبقى خيارات الفنادق من فئة خمس نجوم هي الأعلى حيث تجاوزت نسبتها 34 بالمائة، ووصل عدد الغرف الفندقية من فئة أربع نجوم 33,120 غرفة حتى ديسمبر 2019 مشكلة ما نسبته 26 بالمائة من إجمالي عدد الغرف.

ويستمر الطلب على خيارات الإقامة الفندقية عالية الجودة المقرونة بأسعار محروسة في النمو في دبي وهو ما يدفع الإمارة لمواصلة الجهود لتتوسع خيارات الإقامة لاستقطاب المزيد من الزوار الدوليين خاصة من الأسواق التي تشهد نمواً سريعاً في آسيا وأفريقيا ورابطة الدول المستقلة. ويبدو هذا

الوجهات الآمنة في العالم.

وتسمح القيود التي تم تخفيفها مؤخراً بإعادة فتح الشواطئ الخاصة بالفنادق واستئناف بعض من الرياضات المائية مع الاخذ بعين الاعتبار عمليات التعقيم المتكررة لضمان أعلى معايير الصحة والسلامة لكافة نزلاء الفنادق والعاملين فيها على السواء، وتحرص دبي على مواصلة اتخاذ خطوات إضافية تعزز ثقة القاطنين فيها للعودة إلى الحياة الطبيعية مجدداً. ويعتبر رفع القيود التدريجي لإفتاح الشواطئ وبعض الرياضات المائية في الفنادق من أهم المراحل في خطط إعادة الأنشطة الاقتصادية كونها مكون أساسي في قطاع الترفيه في دبي وستسمح بإعادة زخم السياحة بشكل عام.

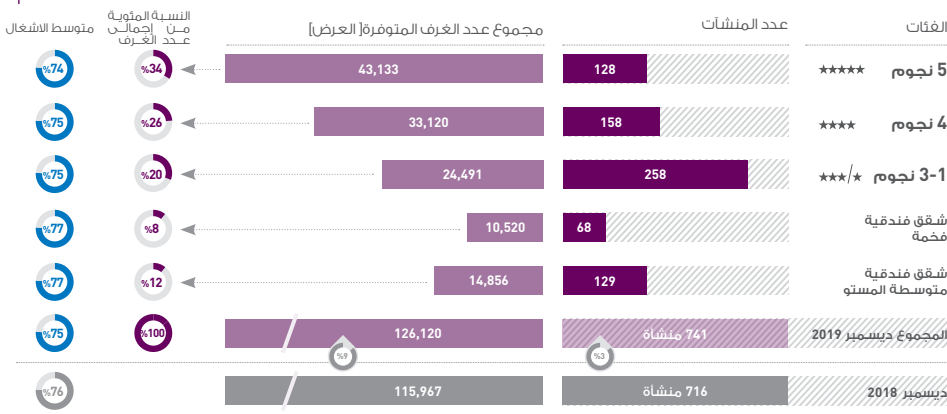
واضحاً من خلال عدد الغرف الفندقية من فئة 1 إلى 3 نجوم الذي وصل إلى 258 ألف غرفة ما يشكل نسبته 20 بالمائة من إجمالي عدد الغرف الفندقية في دبي لغاية العام 2019.

وتعد الشقق الفندقية أيضاً من بين خيارات الإقامة الأسرع نمواً في دبي حيث سجلت أعلى متوسط أشغال بين الخيارات الأخرى من مختلف الفئات وصل إلى 77 بالمائة خلال العام 2019.

ويضمن النمو الكبير في خيارات الإقامة المتنوعة في دبي تزايد شعبيتها كواحدة من أفضل الوجهات العالمية للسياحة والأعمال خاصة مع انعاش القطاع في الأشهر القادمة.

وتعتمد الفنادق في دبي التي تفتح ابوابها مجدداً لاستقبال الزوار حزمة من الاجراءات الصارمة التي تتماشى مع أعلى معايير الصحة والسلامة العالمية والتي تؤكد على سمعة دبي كواحدة من أكثر

عدد الفنادق بحسب الفئة ومؤشرات الأداء الرئيسية | 2019 | 2018



3 تجارة التجزئة

تجارة التجزئة

تعززت مكانة دبي كوجهة عالمية للتسوق خلال العام 2019 مع افتتاح العديد من مراكز التسوق الضخمة التي شكلت إضافة قيمة للقطاع بشكل عام.

وحافظ دبي مول على مكانته كأكثر الوجهات استقطاباً للزوار خلال العام 2019 ما يعكس أهمية قطاع تجارة التجزئة بالنسبة للعروض السياحية التي توفرها الإمارة، حيث استقطب حوالي 97 بالمئة من إجمالي عدد زوار المدينة الدوليين لذلك العام والبالغ 16,73 مليون زائر خلال إقامتهم في دبي.

وذلك حسب استبيان آراء الزوار الدوليين في دبي، ووفقاً لشركة جونز لانغ لاسيل للاستشارات العقارية، تم الانتهاء من أكثر 282 ألف متر مربع من مساحة تجارة التجزئة خلال العام 2019 وهذه تعتبر النسبة الأكبر منذ العام 2015، بما فيها نخيل مول على جزيرة النخلة جوميرا وتوسعة دبي مول زعبيل، ومع هذه الإضافات بلغت مساحة تجارة التجزئة في دبي حوالي 4 ملايين متر مربع.

ووفقاً لاستبيان آراء الزوار الدوليين في دبي تعتبر وجهات تجارة التجزئة التي تقدمها دبي موضع اهتمام الزوار الدوليين وتحظى بالقبول لديهم حيث عبر 63,5 بالمئة عن رضاهم، وتتميز دبي عن مثيلاتها في العالم بتوفيرها لتجربة تسوق عالمية المستوى، حيث يمكن للمتسوقين الاستمتاع بزيارة فاشن أفينيو في دبي مول في اليوم الأول واكتشاف الاسواق التقليدية في اليوم الثاني أو محلات الأرباب الفاخرة في منطقة جميرا، وما يعزز تجربة التسوق في دبي أيضاً وفرة العلامات التجارية المحلية والعالمية والفعاليات الترفيهية والموجهة لكافة أفراد العائلة إلى جانب كرم الضيافة العربية والبنية التحتية المتطورة وشبكة المواصلات الواسعة التي تسمح التنقل عبر أرجاء المدينة بكل سهولة ويسر.

وتتضمن العديد من حملات التسوق الترويجية والمهرجانات الهامة والفعاليات ومناسبات الأعياد، بشكل كبير في نجاح قطاع تجارة التجزئة في الإمارة خلال العام 2019، وكان من أبرز مكوناته الدورة الخامسة والعشرين لمهرجان دبي للتسوق أهم مهرجانات التسوق في المدينة والذي نظم خلال الفترة بين 26 ديسمبر و1 فبراير الماضيين واستقطب أكثر من 10 ملايين زائر لكافة فعالياته المتنوعة التجارية والترفيهية وغيرها والتي نظمت على مدى 38 يوماً. وتعتبر فعاليات ومهرجانات التجزئة من العوامل الرئيسية لإستراتيجية دبي السياحية للإستفادة من العروض المتنوعة والقطاعات المساعدة في تعزيز تجربة السياح والزوار الدوليين.

ومن بين فعاليات تجارة التجزئة الأخرى التي استقطبت عدداً كبيراً من الزوار إلى دبي وخاصة



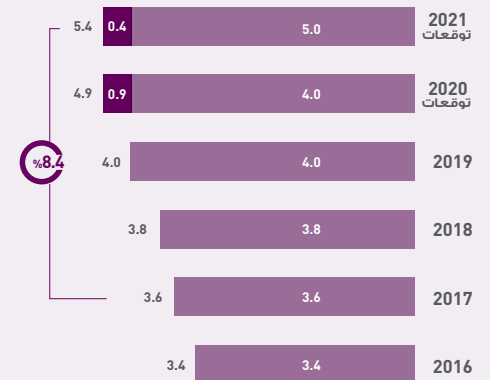
سبتي ووك

من العائلات في منطقة الخليج مفاجآت صيف دبي واحتفالات العيد في دبي خلال عيدي الفطر والأضحى. وكذلك استقطبت الفعاليات التي شهدتها الإمارة خلال فصل الصيف والتي شملت عروضاً متنوعة أهدتاً كبرى من الزوار من دول مجلس التعاون الخليجي وخاصة المملكة العربية السعودية وعمان ما يؤكد على مكانة دبي كوجهة مفضلة للتسوق على مدار العام.

وتتضافر جهود القطاعين العام والخاص لإحتواء تبعات الوضع الحالي على قطاع تجارة التجزئة من خلال خطط عمل بالتنسيق مع الهيئات المعنية بتوفير خدمات العناية الصحية تضمن العودة التدريجية للحياة الطبيعية مع مراعاة تطبيق إجراءات صارمة مثل تركيب أجهزة قياس درجة الحرارة وارتداء أقنعة الوجه من قبل الجميع والمحافظة على التباعد الإجتماعي كون سلامة الجميع من زوار وموظفين تأتي في سلم الأولويات.

مساحات بيع التجزئة

(بالمليون متر مربع)



3

السعة الفندقية

126 ألف غرفة متوفرة في 2019 في 9% ↑



2

حركة المطار

86.4 مليون مسافر



1

الاتصال والربط

257 وجهة في مختلف أنحاء العالم



أثبتت دبي أنّ التجارب المميّزة التي تقدّمها لزوّارها تساهم في نمو قطاع السياحة

في 40 دولة.

وفي شهر نوفمبر، وقّعت كلية دبي للسياحة اتفاقية مع «برنامج جيل إكسبو» التابع لإكسبو 2020 دبي، بهدف تدريب أكثر من 350 مواطناً ومواطنة لتولي مهام مختلفة خلال فترة تنظيم هذا المعرض العالمي الضخم مباشرة بعد إنهاء التدريب. وتأتي هذه الخطوة ضمن إطار برنامج «مضيف» الذي أطلقتها الكلية من أجل تعزيز جهود التوطين وتخريج مواهب محلية عالية المهارة للعمل في قطاع السياحة.

وتندرج هذه المبادرة ضمن الجهود التي تقوم بها كلية دبي للسياحة من أجل توفير خيارات مهنية مميزة للمواطنين في وظائف تتطلب التعامل المباشر مع الزوّار، وذلك من أجل تحقيق هدف توفير تجربة حقيقية للزوار أثناء فترة إقامتهم في المدينة، وكذلك تعزيز العروض التي تقدمها الإمارة لزوارها.

وقامت كلية دبي للسياحة خلال جائحة «كوفيد-19» بتطوير مجموعة من المبادرات لتثقيف ودعم الموظفين العاملين في قطاع السياحة. والتي تساهم في الحفاظ على سلامة الجميع من موظفين وزوار، بالإضافة إلى المساعدة في تمكين الموظفين من التعامل مع مختلف الظروف وكذلك مواجهة التحديات الخاصة بفيروس كورونا، وكيف يمكن إعادة تهيئة وتشكيل السفر العالمي خلال الأشهر الـ 12-18 المقبلة.

في غضون العشرين عاماً الماضية، عزّزت دبي من مكانتها العالمية كإحدى أكثر الوجهات المتميّزة في الترفيه والأعمال، حيث ساهم التزامها بتوفير تجارب استثنائية وفريدة من نوعها تبغى ذكرياتها عالقة في أذهان الزوّار من مختلف الجنسيات، في حصولها على العديد من الجوائز العالمية، ومن بينها جائزة «الوجهة العالمية الرائدة» للأعوام 2004 و2008 و2013 وحتى 2016 ضمن جوائز السفر العالمية، كما أنها ترشحت كأحد من أفضل الوجهات للزيارة لعام 2020 وفق مجلة «كوندي ناس ترافيلر»، وكذلك كانت من بين الوجهات المفضلة للزيارة ضمن قائمة مجلة «لونلي بلانيت»، وأما إصدار «دبي» الشهير لدليل ميشلان الأخضر، فقد أُنرى معلومات المسافرين الفرنسيين حول الجوانب الفنية والثقافية والاجتماعية للمدينة.

وبشكل عام، كان مستوى الرضا مرتفعاً لدى الزوّار الدوليين في عام 2019 بما تقدّمه دبي من تجارب مميّزة وعروض سياحية، حيث بلغت نسبة الرضا 68.7 بالمائة بين الأشخاص ممن تم استطلاع آرائهم في الاستبيان الذي أعدّته «دبي للسياحة» في العام الماضي، والذي أظهر ارتفاعاً ملحوظاً بمستوى الرضا للزوار من روسيا (أكثر من 9 بالمائة سنوياً). وقد سجلت الوجهات الترفيهية في دبي أعلى معدلات الرضا ونسبة 73.7 بالمائة، تلتها فعاليات الأعمال والمؤتمرات بنسبة 72.8 بالمائة، والترفيه العائلي بنسبة 71.3 بالمائة. وبالنسبة للقطاعات الأخرى، فقد سجّلت المنشآت الفندقية والإقامة نسبة رضا بلغت 71 بالمائة، والتي ارتفعت من 70.4 بالمائة في عام 2018، فيما حافظ قطاع المطاعم والمأكولات على نسبته بواقع 60.8 بالمائة، وكذلك التسوق والبيع بالتجزئة بنسبة 63.5 بالمائة.

وساهم تقديم كلية دبي للسياحة التابعة لـ «دبي للسياحة»، لدورات تدريبية مبتكرة، والتعليم الأكاديمي والمهني في تحقيق هذه النتائج المميزة والأداء القوي. ففي شهر يناير 2019، فتحت كلية دبي للسياحة مبناها الجديد في مقر «دبي للسياحة» الواقع في «ون سنترال- المكاتب 2»، ضمن منطقة مركز دبي التجاري العالمي النابضة بالحياة. وتوفر الكلية في فاعاتها التي تتسع لحوالي 150 طالباً فرصة الحصول على شهادة الدبلوم العالي، وشهادة البكالوريوس التطبيقي المعتمدة من هيئة المعرفة والتنمية البشرية بحبي في مجال السياحة والضيافة والتجزئة وإدارة الفعاليات وفنون الطهي. وتمكن الصوف الواسعة الطلبة من تحقيق الاستفادة القصوى من التعليم المهني المبني على التفاعل والخبرة العملية. ويعكس افتتاح المبنى طموح «دبي للسياحة» في تحقيق مستوى عالمي لمعايير الخدمات وتقديم تجارب مميزة للزوار، لاسيما للأسواق الرئيسية المصدّرة للزوار والتي تشهد نمواً متسارعاً مثل الصين. كما اتخذت كلية دبي للسياحة نهجاً فريداً، حيث أنها وخلال شهر إبريل، أطلقت «معايير المسافر الصيني» ضمن إطار استراتيجية «جاهزية دبي لاستقبال الزوّار الصينيين» وهو من البرامج التدريبية الإلكترونية المصمّمة خصيصاً لتزويد الموظفين من مختلف أطراف قطاع السياحة في دبي بالمهارات والمعرفة الضرورية لتقديم تجارب استثنائية لزوار المدينة من الصين.

ويمكن استخدام تلك البرامج عبر منصة التدريب التفاعلية الإلكترونية «هيج دبي» التي هي واحدة من أكثر الخدمات ابتكاراً من نوعها في العالم وتتاسب جميع الشركاء والموظفين العاملين في قطاع السياحة في دبي. ويعتمد البرنامج على نماذج تفاعلية على الإنترنت ومقاطع فيديو تعليمية تغطي مجموعة من المواضيع، من بينها الارتقاء بالمعلومات الخاصة بالثقافة المحلية، والأسلوب الاحترافي للترحيب بالزوار وخدمة العملاء والتعرف على القيم والأخلاقيات الخاصة بدبي.

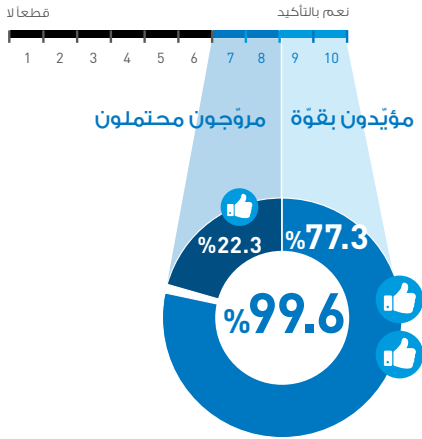
ويعتبر برنامج «خبير دبي» و «نهج دبي» اللذين أطلقتتهما الكلية في عام 2017 ضمن مبادراتها للتعليم الإلكتروني. وهما اليوم من الأدوات الأساسية للتدريب على خدمة العملاء واكتساب خبرات ومعلومات حول آخر تطوّرات القطاع السياحي في دبي. وقد شهدت البرامج التدريبية تفاعلاً من قبل العاملين في قطاع السياحة وشبكة الشركاء من حول العالم، حيث بلغ عدد المشاركين في تلك البرامج أكثر من 30 ألف شخص. ويحصل المشاركون في نهاية التدريب على شهادة «رواد نهج دبي».

وتم خلال عام 2019 إجراء تحديثات على البرنامجين، حيث شهد برنامج «نهج دبي» إدخال نموذج تدريبي جديد بعنوان «الخدمة الشاملة» يركز على توفير أفضل خدمات العملاء للزوار من أصحاب الهمم، ويعكس مجتمع دبي الأصيل والمتكاتف.

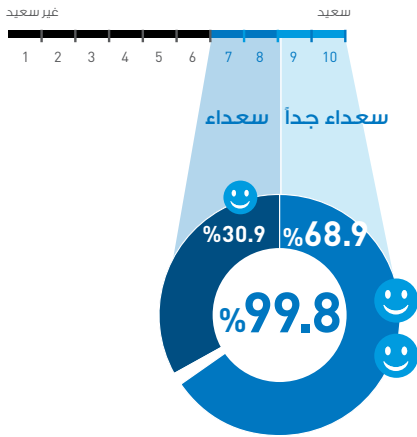
بينما يقدم برنامج التدريب «خبير دبي» واجهة مستخدم تفاعلية تتيح لوكلاء السفر حول العالم الحصول على آخر التحديثات من أخبار ومعلومات وتطورات في قطاع السياحة بدبي، فضلاً عما يقدمه من رؤية شاملة لوكلاء السفر تساعدهم على إعداد برامج سياحية جذابة للزوار الدوليين الراغبين في زيارة دبي. وتتضمن آخر التحديثات التي طرأت على برنامج «خبير دبي» تحسينات لواجهة المستخدم والتي تتوفر الآن بـ 14 لغة

قياس مستوى رضا وتأييد زوّار دبي

ما مدى إحتماية التوصية بزيارة دبي للأصدقاء والأقارب؟ 2019



ما مدى رضاك عن تجربتك خلال فترة زيارتك لدبي؟ 2019



الاستفادة من قوة وسائل التواصل الاجتماعي

ساهمت وسائل التواصل

الاجتماعي في زيادة جاذبية

دبي عالميا وأثبتت كفاءتها

في الترويج لقطاع السياحة

ساهم النهج الطموح والابتكار الذي اتبعته دبي في التسويق الإلكتروني لاسيما من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز مكانتها وسمعتها كواحدة من الوجهات السياحية الرائدة في العالم.

وحرصت «دبي للسياحة» على توسيع نطاق حضورها على المنصات الإلكترونية والإنترنت، بحيث بلغت أكثر من 80 قناة وموقعا للتواصل الاجتماعي بـ 22 لغة، بما في ذلك الفيسبوك، وانستجرام، وتويتر، ويوتيوب، ولينكد ان، وتيك توك، وسناب شات، وفي كج، وويبو، ووي تشات، ودوين، ويوكو، وكاكاو، وناقر ولاين.

وقد عقدت «دبي للسياحة» شراكات مع هذه المنصات المهمة، إلى جانب بعض المؤثرين المميزين، وذلك ضمن جهودها الترويجية العالمية، ونتيجة لذلك أظهرت إحصاءات عام 2019 أن عدد المتابعين النشطين بلغ 20.1 مليون متابع عبر 15 موقعا فريدا للتواصل الاجتماعي، بزيادة بلغت أكثر من 10 بالمئة مقارنة بعام 2018.

كما حققت «دبي للسياحة» نتائج إيجابية في هذا الصدد مع بلوغ نسبة مشاركة وتفاعل الجمهور إلى نسبة 14 بالمئة في العام الماضي، وهو ما يمثل ضعف النسبة التي سجلها القطاع، مما لا يدع مجالاً للشك بمدى فاعلية تلك الوسائل في الوصول إلى شرائح مختلفة من الجمهور المستهدف. ومن جهته يقوم موقع Visit Dubai بإدارة وتشغيل 60 حسابا لوسائل التواصل الاجتماعي بأكثر من 25 لغة على مستوى العالم، بالإضافة إلى الإشراف على ما يزيد على مليون محادثة كل عام. وتقوم «دبي للسياحة» ومن خلال هذا الموقع بإطلاق حملاتها الترويجية الكبرى مع مشاهير هوليوود وبوليوود، والتي تحظى بمشاهدة واسعة من قبل الجمهور لتسجل أكثر من 700 مليون مشاهدة عبر جميع القنوات والمواقع.

«وارنر ميديا» وتضمنت الحملة سلسلة مقاطع فيديو رقمية قصيرة، تستعرض رحلة «توزكي» في دبي، إضافة إلى محتوى تفاعلي حول الإمارة، يتضمن أبرز المعالم والتجارب الرئيسية فيها. كما تمت دعوة مستخدمي الإنترنت في الصين لمتابعة رحلة «توزكي» على Weibou و DubaiTourism.cn و WeChat، والتفاعل معه من خلال منصة ألعاب H5، حيث تمكنوا افتراضياً من التجول مع «توزكي» في الإمارة، وذلك للحصول على فرصة ربح واحدة من أربع باقات عطلات رائعة إلى دبي. واستطاعت الحملة جذب ملايين المستخدمين الصينيين للتعرف على مناطق الجذب الرئيسية والفريدة في المدينة.

وعلى صعيد المهرجانات فقد حققت «دبي للسياحة» وبالتعاون مع شركائها الرئيسيين نجاحاً خلال مهرجان دبي للتسوق، ومهرجان دبي السينمائي الدولي للترويج للمدينة كوجهة رائدة للتسوق والثقافة عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي.

وفي أواخر العام الماضي وبداية عام 2020 تم الاحتفال باليوبيل الفضي لمهرجان دبي للتسوق من خلال حفل افتتاح ضخم أقيم على مدار يومين في حديقة البرج، وسط مدينة دبي، وتضمن الكثير من الفعاليات والأنشطة المناسبة للعائلات، بالإضافة إلى الحفلات الغنائية والموسيقية لأشهر الفنانين المحليين والإقليميين والعالميين، ومن الأسماء اللمعة التي شاركت نجم البوب البريطاني ليام باين.

لقد ساهم هذا المهرجان المهم في جذب آلاف الزوار إلى المدينة، وكذلك خلق أجواء تفاعلية على وسائل التواصل الاجتماعي. وقد أسفرت الشراكة مع مهرجان دبي للتسوق والشركاء في إضافة أكثر من 350 ألف محادثة على تلك المواقع في عام 2019. كما ترتبط «دبي للسياحة» بشراكة مع عدد من المؤسسات الترفيهية والعلامات الموسيقية للترويج للمدينة عالمياً عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، كما أنها تقوم برعاية مقاطع فيديو موسيقية لأشهر الفنانين والغنائات أمثال: ريتا أورا، وجيدينا، وإيماين دراجونس، والتي حققت كلها أكثر من 1.7 مليار مشاهدة على قناة اليوتيوب لودها.

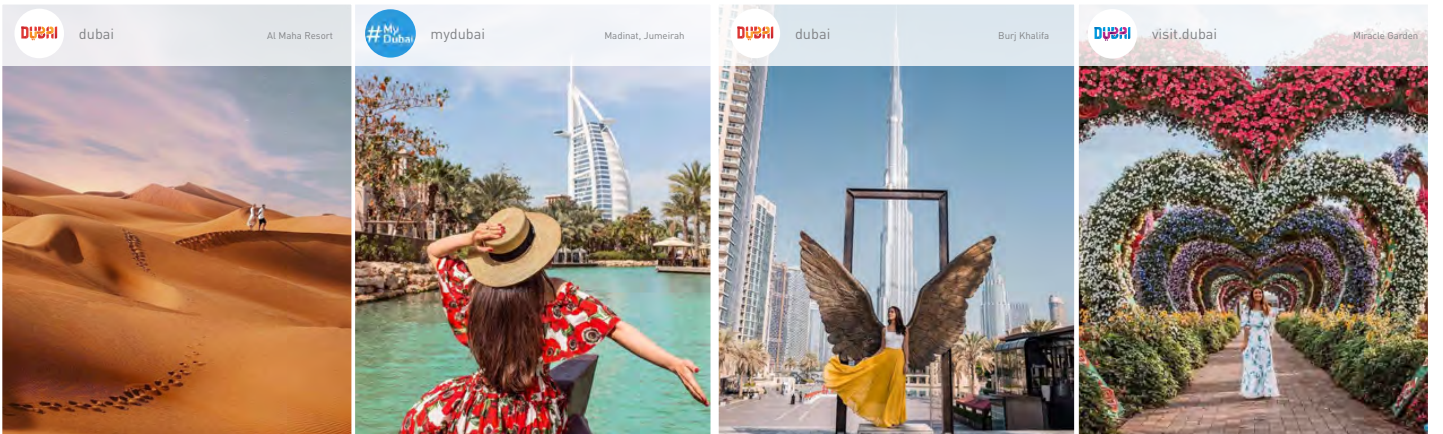
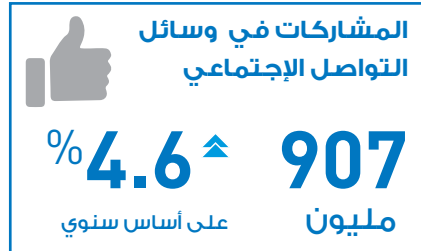
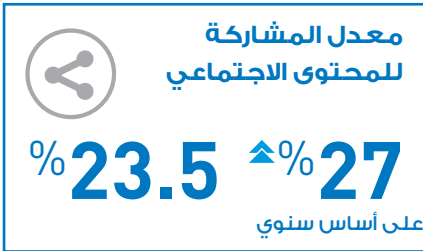
فعلى سبيل المثال، حقق الفيلم الترويجي القصير الذي أطلقته «دبي للسياحة» في عام 2019 بعنوان «A Story Takes Flight» من بطولة غوينيث بالترو، وكيت هيدسون، وزوي سالदानا نجاحاً مبهراً على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تمت مشاهدته أكثر من 521 مليون مرة، ونتج عنه جذب المتابعين والمشاهدين لزيارة موقع Visit Dubai الذي تصفحه أكثر من مليوني شخص خلال شهرين فقط من إطلاق الفيلم في شهر نوفمبر.

وفي الوقت ذاته، حرصت «دبي للسياحة» على تصميم حملاتها التسويقية على أساس التفاعل مع الجمهور المستهدف، وهذا ما فعلته أيضاً خلال العام الماضي عبر شراكاتها مع منصة «تيك توك» الرائدة عالمياً لمقاطع الفيديو القصيرة على الهواتف المحمولة، حيث أطلقت حملة بعنوان حملة «#ThisDubai»، وهو ما يؤكد فاعلية استراتيجية وسائل التواصل الاجتماعي التي تنفذها الدائرة.

وفي ذات الوقت، وجهت الحملة مستخدم تيك توك في أكثر من 150 سوقاً حول العالم لمشاركة مقاطع فيديو تتضمن ملصقات وموسيقى لإبراز مناطق الجذب وتجارب حملة «فقط في دبي». وقد حققت الحملة تجاوباً واسعاً لدى الجمهور، حيث تم تسجيل أكثر من 30 مليون مشاهدة على صفحة الـ «تيك توك»، وكذلك أكثر من 10 آلاف مقطع فيديو مميز أنشأها المستخدمون.

وقامت «دبي للسياحة» في العام الماضي كذلك بعقد شراكات مع أسماء مميزة على الإنترنت مثل Google، TripAdvisor، Beautiful Destinations بهدف إنشاء محتوى مناسب للترويج لدبي لدى شريحة الزوار المحتملين من شتى أنحاء العالم.

ومن بين أنجح الحملات التسويقية المبتكرة التي أطلقتها الدائرة لجذب الزوار من الصين كان بطلها شخصية «الإموتيكون» الشهيرة «توزكي» Tuzki، ذلك الأرنب الأبيض الذي يحظى بشعبية واسعة، وكان هذا العمل ثمرة الشراكة التي عقدتها «دبي للسياحة» مع شركة «تيرنر آسيا باسيفيك»، إحدى شركات



قصص شخصية ترسخ دبي في أذهان الناس

مبادرات «دبي للسياحة» التسويقية الإقليمية والعالمية تعكس نهجها المتميز في إنشاء محتوى مناسب ومقنع

إن نهج «دبي للسياحة» الفريد في إشراك الجمهور وتفاعله، وكذلك مبادراتها التسويقية المتخصصة العالمية والإقليمية ساهمت في تعزيز سمعة دبي كواحدة من أكثر الوجهات ديناميكية وشعبية للأعمال والترفيه في العالم.

ففي عام 2019، تجلّت تلك الاستراتيجية تماماً في حملتها التسويقية العالمية 'A Story Takes Flight'، بمشاركة نجومات هوليوود «غورنيث بالترو» و«زوي سالدانا»، وكيت هدسون»، ومن إخراج ريد مورانو، الحائزة على جائزة رابطة المخرجين الأميركيين «جيلد» و«إيمي».

ويدعو هذا الفيلم الترويجي الجمهور للانضمام إلى النجمات العالميات الشهيرات عندما يقمن برحلات ومغامرات استكشافية في دبي تمتاز بالإلهام، واكتشاف الذات، والتواصل مع الناس، يتم خلالها التعرف على أصالة وبراء المدينة، فمن خلال استخدام أسلوب سينمائي مميز، سلطت الحملة الضوء على الجانب المشرق النابض بالحياة، وكذلك جوانب أخرى غير مكتشفة من خلال سكانها متعددي الثقافات. وقد أثبتت الحملة، التي تم إطلاقها في 21 نوفمبر من عام 2019، نجاحاً على المستوى العالمي، حيث تمت مشاهدته أكثر من 521 مليون مرة على المنصات الإلكترونية والإنترنت، وهو ما نتج عنه تشجيع الجمهور على زيارة موقع VisitDubai، الذي شهد أكثر من مليوني زيارة في تلك الفترة وحتى 31 يناير 2020. وعكس الفيلم الترويجي 'A Story Takes Flight' تحول «دبي للسياحة» إلى استراتيجية الاتصال عبر التسويق الدائم 'always-on'، حيث يحتل سرد القصص بطريقة فريدة مكان الصدارة، وتقوم الحملة بعمل حوار شخصي مع الضيوف المحتملين من جميع أنحاء العالم.

إن هذه الإستراتيجية مبنية على القصص البشرية التي تلامس القلوب والتي تعرض التجارب التي يمكن لزوار دبي الاستمتاع بها سواء كأفراد أو مجموعات، بدلاً من أن يقوموا بالتركيز على تفاصيل التجارب بأنفسهم. وينعكس النهج الشخصي، والذي يجسد العاطفة والرضا عن السفر ذاته، في الحملات الإقليمية الرائدة التي أطلقتها «دبي للسياحة». ففي عام 2019، تم إطلاق أحدث أجزاء الفيلم الترويجي «كن ضيفي» #BeMyGuest الحائز على العديد من الجوائز العالمية، وهو من بطولة نجم هوليوود شاروخان، وخلال مدة الحملة التي تتكون من 6 حلقات يتمكن معجبيه من مختلف دول العالم من التواصل معه ومساعدته في حل الألغاز والحصول على الأدلة التي تقوده لمعرفة وجهات جديدة، وسيعرف فهم هذا أكثر على التجارب التي تنتظرهم فقط في دبي. وقد قام شاروخان خلال هذه الحلقات التفاعلية بزيارة وجهات مشهورة مثل «أي إم جي عالم من المغامرات» و«سيتي ووك»، و«سوق مدينة جميرا»، و«الفهيدي»، وعرض «لايبرل» من إخراج دراجون في الحيتور سيتي. يذكر أن الفيلم الترويجي «كن ضيفي»، الذي تم إطلاق جزئه الأول في شهر ديسمبر 2016 شهد تفاعلاً كبيراً



والفعل في إشراك الجمهور أيضاً في حملتها التي أطلقتها مؤخراً عبر وسائل التواصل الاجتماعي بعنوان «نلتقي قريباً».

ويعرض الفيلم الترويجي، الذي تم إطلاقه في شهر إبريل الماضي مقاطع ومشاهد للتجارب والمناظر الطبيعية الرائعة لدبي، بما في ذلك الصحاري والشواطئ ومشاهد بانورامية للمدينة، حيث اتخذ الفيلم الطابع الشخصي والمشوق، ولمس الجانب العاطفي لدى المشاهدين، لتذكيرهم بما يحبونه ويفتقدونه في دبي. كما أنه يؤكد على أن المدينة وأهلها على استعداد لاستقبالهم مرة أخرى عند استئناف السفر مرة أخرى.

عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وواصل الفيلم نجاحه في جزئه الثاني، الذي أطلق في عام 2017 ليستقطب أكثر من 100 مليون مشاهدة من جميع أنحاء العالم، وفي باكستان، عقدت «دبي للسياحة» في العام الماضي شراكة مع شبكة تلفزيون جنوب آسيا الرائدة، House of ARY، لإطلاق حملة «Chalo Dubai» (لنذهب إلى دبي). حيث قدمت المبادرة للزوار الباكستانيين فرصة تجربة أفضل مناطق الجذب في دبي، وكذلك مكنتهم من مقابلة شخصيات تلفزيونية وسينما مشهورين ومنهم همايون سعيد، وفهد مصطفى، وندا ياسر، وفصيل قريشي، الذين تربطهم علاقات شخصية متميزة بدبي. واستمتع الزائرون بجولات سياحية للمواقع الثقافية والمعالم السياحية الشهيرة في جميع أنحاء المدينة، وكذلك تجربة عشاء على إحدى السفن في خور دبي، وبالإضافة إلى تجربة رحلة سفاري في الصحراء.

وفي ظل الحظر العالمي الناتج عن تفشي «كوفيد-19»، انعكس نهج «دبي للسياحة» المتميز

تقديم تجارب مميزة تعتمد على الحلول الرقمية

الوجهة في متناول اليد

لطالما كان الاستثمار في التقنيات الافتراضية والمعززة أولوية بالنسبة ل دبي سواء كمدينة أو كوجهة سياحية. وقد أعطت قيود السفر المؤقتة في الفترة الماضية فرصة مثالية للزوار المحتملين للإطلاع على مقومات المدينة، وخوض تجارب افتراضية في أشهر معالمها السياحية، وكذلك رؤية المنظر البانورامي للمباني وناطحات السحاب، إلى جانب الطبيعة بما فيها الشواطئ الرائعة. حيث قام آلاف الأشخاص خلال فترة الحظر بزيارة الموقع «دبي 360»، الذي قدم لهم جولات افتراضية للمدينة براوية 360 درجة، والتي وصفت بأنها واحدة من أخطر الجولات الافتراضية في العالم لأي وجهة رئيسية، وهي تمكّن الزوار من تكبير واستكشاف دبي من خلال جولات افتراضية بزوايا فريدة، إذ يتيح الموقع إمكانية رؤية مشاهد بانورامية من الأعلى للمعالم الثقافية ومراكز التسوق والأسواق ومناطق الجذب المختلفة، وذلك من خلال مجموعة كبيرة من الصور بمختلف الزوايا، ومقاطع الفيديو التفاعلية. نمواً متسارعاً مثل الصين.

«وي تشات»، ويمكن للزوار من الصين الاختيار من بين 10 جولات رقمية من «مساعدة دبي المصغر»، والتي تشمل مجموعة من أبرز المواقع في دبي، وتعتمد كل واحدة من الجولات الرقمية على فكرة معينة تركز بشكل أساسي على ثقافة دبي وتراثها وفنونها. كما أنه مدعم ببرنامج محادثة مزود بالذكاء الاصطناعي، بما يساهم في تحسين وسهولة جولاتهم حول المدينة، كما بإمكان المتسوقين الصينيين استرداد قيمة الضريبة المضافة عبر تطبيق «وي تشات».

تطوير تجربة الوجهة

ضمن مبادراتها أطلقت «دبي للسياحة» لوحات مزودة بخاصية قراءة الرمز «QR code» في 54 معلماً وموقعاً بارزاً في مختلف أنحاء الإمارة، والتي تتيح للزوار إمكانية التعرف على معالم ومواقع المدينة الرئيسية خلال جولاتهم السياحية، فيما يمكن العثور على لوحات «QR code» في مواقع متعدّدة بالمدينة منها مراكز التسوق والأسواق، والحدائق، والمنتزهات، والمواقع الثقافية، وهي مصممة لإتاحة المجال أمام الزوار لاستخدام أجهزتهم الذكية لاستكشاف معالم المدينة، والحصول على المعلومات الضرورية عن كل موقع بطريقة جذابة.

دبي عزّزت سمعتها كأحد أكثر المدن المتطورة تكنولوجياً وتواصل ترسيخ جاذبيتها أمام الزوار المحتملين

تبنّت دبي، إحدى الوجهات العالمية الأكثر حيوية حلولا تكنولوجية مبتكرة لتعزيز تجارب الزوار في كل جانب من جوانب رحلتهم وزيارتهم للمدينة.

مبادرات للصين

أطلقت «دبي للسياحة» في عام 2019 استراتيجية «الإعلام الرقمي والهواتف الذكية ومواقع التواصل الاجتماعي»، التي تستهدف شريحة واسعة من الزوار القادمين من الأسواق الرئيسية مثل الصين، لتستكمل بذلك «استراتيجية دبي لاستقبال الزوار الصينيين»، كما عقدت الدائرة ضمن إطار زيادة الحصة السوقية ل دبي في السوق الصيني تحالفاً استراتيجياً مع شركة الإنترنت «تينسنت» بهدف الترويج ل دبي كوجهة سياحية مفضلة للزوار الصينيين، وتعزيز تجربة زيارتهم لها، من خلال استخدام النسخة المحدّثة من البرنامج المصغر City Experience Mini Program المتوفرة على أشهر منصات التواصل الاجتماعي في الصين وهي





أسبوع جيتكس للتقنية

هذه الشراكة الضوء على دبي في برامجها الرئيسية، وكذلك أهدت في المحتوى والبرامج التي تستهدف الأسواق الهندية والأفريقية مثل Indian Business Week و Captains of Industry.

وأما بالنسبة لـ Euronews، فإنها تبث أخبارها وبرامجها بـ 9 لغات للجمهور الأوروبي، والتي ساعدت في إبراز مجتمع الأعمال والتكنولوجيا ونمط الحياة في دبي، وكذلك الحال بالنسبة إلى إفريقيا من خلال الشراكة مع Africanews، وعلى إثر ذلك وسعت Euronews مساحة مكتبها في المدينة، وعززت برنامجها الرئيسي الخاص بالأعمال Business Line من دبي.

وقامت «دبي للسياحة» كذلك بالبناء على التعاون المثمر خلال السنوات الماضية مع كل من CNN و BBC لترسخ تلك الشراكة لتصبح شاملة، وذلك للاستفادة من شبكتها العالمية، فقد أضافت شبكة CNN برامج جديدة لعام 2019 مع التركيز على رواد الأعمال في دبي من خلال سلسلة Becky Anderson، و Follow That Start-Up، إلى جانب البرنامج المتجدد Downtime Dubai الذي يبث لمدة نصف ساعة. ومن جهتها قامت BBC بتغطية إعلامية للمدينة من خلال التقارير المستقلة حول التكنولوجيا والأعمال والسياحة، بالإضافة إلى عمل سلسلة تلفزيونية تجارية بعنوان This is Dubai التي تبثها لأكثر من 100 دولة.

وتوفر هذه الشراكات المتخصصة مواد إعلامية ومحتوى مميز وجذاب على مدار العام عبر المنصات والقنوات الإعلامية التي تركز على الأعمال وأسلوب الحياة، والتي تتضمن إجراء مقابلات مع رواد رجال الأعمال في المدينة، إلى جانب تسليط الضوء على الشركات الناشئة وابتكاراتها، وكذلك الأعمال الريادية في المدينة.

وسوف يكون الأمر مختلفاً بعد مرحلة ما بعد جائحة كوفيد-19، حيث ستساهم تلك البرامج في إبراز أهمية محافظة المدينة على صحة وسلامة سكانها وزوارها التي تأتي في مقدمة الأولويات إلى جانب ما تمتاز به من بيئة خصبة للازدهار التي تتيحها لأصحاب الأفكار الإبداعية والأعمال.

ولاستثمار الفرص في هذا المجال، تخطط «دبي للسياحة» لزيادة مستوى مشاركتها وتفاعلها في السوق من خلال تنظيم حملات ترويجية والتعاون مع شركائها في القطاعين العام والخاص لاستعراض قائمة المعارض والمؤتمرات والاجتماعات التي ستقام في دبي والتي تجذب بدورها مئات الآلاف من صناعات القرار والخبراء من جميع أنحاء العالم كل عام.

4 بالمئة مقارنة لعام 2018، واستضاف ما مجموعه 349 فعالية أعمال، تم تصنيف 97 منها على أنها كبرى، وبحضور أكثر من 2000 شخص ومشارك. وقد ارتفعت المشاركة الدولية في الفعاليات المقامة في مركز دبي التجاري العالمي بنسبة 15 بالمئة لتصل إلى 1.2 مليون، وهو ما يؤكد الفوائد العديدة التي تحصدها الشركات من حول العالم عندما تحرص على المشاركة وتتبادل الخبرات والمعرفة، وتوسع من شبكة علاقاتها وتسرع من معدلات نموها.

وشملت أبرز المعارض والفعاليات التي استضافها المركز «مؤتمر الصحة العربي» الذي سجل زيادة بنسبة 27 بالمئة بأعداد الحضور والزوار، بالإضافة إلى معرض «جلفود» وأسبوع جيتكس للتقنية» - وكلاهما يعتبران من المعارض المهمة والرئيسية في مجال كل منهما. كما أضاف المركز إلى أجندته فعاليات التكنولوجيا المستقبلية مثل قمة مستقبل البلوك تشين، ومؤتمر دبي للخبراء الاصطناعي، للتركيز على الابتكارات التي تقودها دبي لتشكيل مستقبلها.

ولطالما تطلبت التحديات العالمية حلولاً مبتكرة على مستوى دولي، وقد نجحت دبي في جمع الخبراء والمفكرين الرواد في مجال تخصصاتهم ووفرت لهم المنصة المثالية لتبادل المعرفة ومناقشة القضايا المشتركة، ولاشك أن سجلها القوي في استضافة فعاليات أعمال عالمية يعني أنها قادرة على مواصلة مسيرتها لتحافظ على مكانتها المتألقة في هذا المجال. برنامج المشاركة والتفاعل العالمي يساهم في نمو الأعمال

في الوقت الذي نتطلع به نحو المستقبل، فإن المدينة قادرة على المضي قدماً في خطتها، وذلك نتيجة للجهود المتواصلة لدائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي «دبي للسياحة»، على مدار السنوات القليلة الماضية، والتي نجحت خلالها في توسيع شبكة شراكاتها وتواصلها مع مجتمع الأعمال العالمي.

وعززت «دبي للسياحة»، في العام الماضي من شراكاتها القوية مع مؤسسات إعلامية كبرى مثل CNN و Bloomberg و CNBC و The Times Group و Euronews و NBC، والتي بثت مجتمعة أكثر من 1500 دقيقة من المحتوى المميز عن دبي. وقد جذبت الحملات الإعلامية وكذلك الرقمية أكثر من 251 مليون مشاهدة لمقاطع الفيديو، و 1.76 مليون مشاركة على المواقع الإلكترونية لينشاهدها أكثر من 1.3 مليار شخص.

وأضافت دبي إلى شبكة شراكاتها الإعلامية كلاً من Euronews و CNBC في عام 2019، حيث تميزت كل منهما بأسلوبها في الكتابة التحرييرية والمحتوى. فقد سلطت CNBC ومن خلال شبكتها الواسعة وضمن إطار

سمعة دبي التجارية والحيوية ونهجها الفريد تساهم في تعزيز مكانتها كأحدى الوجهات العالمية الرائدة في سياحة الاجتماعات والحوافز والمعارض والمؤتمرات واستضافة الفعاليات الكبرى

ساهمت سمعة دبي العالمية كإحدى الوجهات المهمة لمنطقة الشرق الأوسط وإفريقيا وآسيا وأوروبا، إلى جانب اقتصادها الحيوي وبنيتها التحتية المتطورة، في جذب الأنظار إليها لاستضافة الأحداث والفعاليات العالمية الكبرى، وهذا يتضح من النمو الهائل الذي شهده القطاع على مدار السنوات الماضية. واستمر الأمر خلال عام 2019، حيث تمكن «فعاليات دبي للأعمال»، المكتب الرسمي لجذب الفعاليات والمؤتمرات في دبي وبالتعاون مع الشركاء من استقطاب المزيد من فعاليات الأعمال للمدينة مع فوز دبي بـ 301 عرض استضافة اجتماعات ومؤتمرات ورحلات تحفيزية، وكان قد تقدّم بـ 595 عرض

استضافة فعاليات أعمال. ومن المتوقع أن تساهم تلك الفعاليات إذا ما أضيفت إلى الفعاليات التي فازت باستضافتها المدينة خلال الأعوام الماضية في حجز أكثر من مليون ليلة فندقية، وهذا يدل على مدى أهمية هذا القطاع وتأثيره الإيجابي على اقتصاد المدينة. ومن بين أبرز الفعاليات التي تم الفوز بها خلال عام 2019: المؤتمر العالمي الـ 45 للمستشفيات، والذي ستستضيفه المدينة في عام 2021

وكذلك المؤتمر الآسيوي لجراحة المسالك البولية في عام 2023، بالإضافة إلى المؤتمر العالمي للجمعية الدولية لحماية الملكية الفكرية في 2025. كما عززت دبي من مكانتها في برامج رحلات السفر التحفيزية، فقد فازت باستضافة الندوة التحفيزية السنوية Amway China Leadership Seminar 2020 بحضور حوالي 8 آلاف مشارك، فيما يتوقع أن يستقطب Enersys Phoenix XL Annual Incentive حوالي 1000 شخص خلال فترة انعقاده في عام 2021. وضمن إطار الجهود التي تقوم بها دبي لجذب منظمي حفلات الزفاف

واستقطاب المزيد من الزوار، استضافت الإمارة مؤخراً الدورة الثالثة من «الملتقى العالمي لحفلات الزفاف»، الذي نظمه مكتب «فعاليات دبي للأعمال» بهدف استعراض الإمكانيات التي تتمتع بها المدينة لتكون الخيار المثالي للأزواج ممن يرغبون بإقامة حفل زفاف مميز يبهر العائلة والأصدقاء، وكذلك قضاء شهر العسل.

ومن جهته حقق مركز دبي التجاري العالمي نمواً في عام 2019، مع استقباله لأكثر من 3.57 مليون زائر، بزيادة

ثقة وسط الصعاب: الريادة نحو عصر جديد للسياحة

في التطلع إلى المستقبل، حيث تبنت مفهومي الابتكار والتطوير في جميع العروض السياحية لتلبية احتياجات المسافرين من كافة أنحاء العالم. وكذلك مهدت الطريق نحو المستقبل للإسراع في نهضتها وتقديمها لتصبح الوجهة المفضلة الأولى في العالم.

وفي الختام، فإن هذه الحقائق، بالإضافة إلى التطور الملحوظ والنخيم الذي شهده قطاع السياحة في دبي على مدار العقد الماضي، وكذلك خطتها المستقبلية الطموحة والتي لا تزال قائمة على الرغبة من التحديات الحالية، ستعزز عناصر النجاح المستمر للمدينة باعتبارها واحدة من أكثر الوجهات المفضلة في العالم. وتتطلع دبي للسياحة، للعمل مع كافة شركائها عندما نرحب مرة أخرى بالعالم في دبي.

كرم الضيافة الذي لطالما اشتهرت به دبي، علاوة على الخطوات التي اتخذتها المدينة للحفاظ على صحة وسلامة ورفاهية كل ضيف، حتى يتمكنوا من الاستمتاع بالتجارب المتنوعة التي أعدها لهم.

تمتاز دبي بسمعة عالمية كوجهة آمنة والتي كانت إحدى المزايا التي شكلت هويتها على مدار السنوات الماضية، وفي ظل ما نشهده اليوم مع تداعيات «كوفيد-19»، والعودة التدريجية للحياة الطبيعية فإنها بلاشك سوف تعزز الثقة في هذه الميزة وتحرص على نشر الطمأنينة في نفوس الأشخاص الذين يشترطون للسفر مرة أخرى لاسيما من العائلات. لقد استطاعت دبي أن ترسخ من مكانتها كمدينة حيوية ومتعددة الثقافات إلى جانب مركزها المرموق عالميا في السياحة والتجارة، فها هي تستضيف أكثر من ثلاثة ملايين مقيم من أكثر من 200 دولة، لتصبح بذلك مثالا للانفتاح والتناغم الاجتماعي وصورة مصغرة للعالم الحقيقي. كما أنها لم تتهاون

بعد تحقيق نتائج قياسية في عام ٢٠١٩، تستند دبي على ركائز قوية تجعلها مستعدة لمواجهة العالم المتغير.

إن نهج دبي المتطور فيما تقدمه من عروض سياحية وخدمات، انعكس بشكل مباشر على الإنجازات الهائلة التي حققتها القطاع في العام الماضي، إلى جانب قوة أسسها الاقتصادية وما تتمتع به من مرونة في التعامل مع التحديات والمستجدات يضمن للمدينة أن تكون جاهزة لأي تحول في سلوك المسافرين وتوقعاتهم واتجاهاتهم خلال مرحلة ما بعد «كوفيد-19».

لقد عززت دبي من مكانتها كراعي أكثر الوجهات زيارة على مستوى العالم، ولا يزال الملايين من الزوار يترقبون استئناف السفر مرة أخرى حتى يزوروا مدينتهم المفضلة إما للترفيه أو للأعمال.

لاشك أنه سيتم الترحيب بهم بحفاوة بالغة تعكس

التحديات هي فرصتنا للتفكير بطريقة مختلفة ولاختبار طاقاتنا وقدراتنا وصقل مهارتنا وإمكاناتنا

صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم،
نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي، رعاه الله

مدّة الإقامة

تشير إلى عدد الأيام التي قضاها الزائر في دبي. وتجدر الإشارة أن 8 أيام التي وردت في هذا التقرير هي مختلفة مرة أخرى عن الأرقام التاريخية التي نشرتها الدائرة عن مدة الإقامة في الفندق ولا يمكن إجراء مقارنة مباشرة بينهما لسببين جوهريين وهما: 1) اختلاف المجموعات - مجموعة تشير إلى ضيوف الفنادق، أما الأخرى فتشير إلى زوّار دبي بشكل عام. 2) اختلاف وحدات المقارنة فواحدة تشير إلى مدة الإقامة بالأيام، فيما تشير الأخرى إلى مدّة الإقامة بالليالي.

الليالي الفندقية

عدد الغرف المحجوزة ضرب بعدد ليالي الإقامة.

الغرض من الزيارة

السبب الرئيسي للزيارة والذي يعرف من خلال طرح عدد من الأسئلة ومن ضمنها القطاعات السياحية الإعتيادية: الترفيه، العمل، زيارة الأصدقاء والأقارب.

الإقامة مع الأصدقاء والأقارب

تصنيف لنوع الإقامة ويجب أن لا يتم الخلط بينه وبين زيارة الأصدقاء والأقارب الذي يشكل تصنيفاً لنوع الزيارة. وتجدر الإشارة إلى أن نسبة الإقامة مع الأصدقاء والأقارب خلال 2019 تبلغ 11 بالمائة من الزوار بينما زيارة الأصدقاء والأقارب تبلغ 10.3 بالمائة من الزوار. ويوضح الفرق من خلال حقيقة أن ليس كل من يقيم مع الأصدقاء والأقارب يكون السبب الرئيسي لزيارة دبي هو زيارة الأصدقاء والأقارب.

الرضا

لقد تم استخراج كافة علامات الرضا باستخدام مقياس من 10 نقاط حيث كانت الدرجات الدنيا "غير قوية" والدرجات الأعلى "مستوى عالمي". وقد تم احتساب صافي علامات الرضا على منهجية "نت برموتر سكور" وهو مقياس لولاء العملاء ومدى رغبة الزائر في منح توصية عن منتج أو خدمة أو رضاه عنها.

وقد تم تصنيف عينة الزوار على النحو التالي:

- المروجون الفاعلون / السعداء جدا (درجة 9-10)
- المروجون المحتملون / السعداء (درجة 7-8)
- السليبيون / المقتنعون (درجة 5-6)
- المنتقدون / غيد السعداء (درجة 1-4)

المروجون/ درجة الرضا يتم الحصول عليها على أساس الفرق بين النسبة المثوية للمروجين الفاعلين السعداء جدا والمروجين المحتملين السعداء

زيارة المعالم الرئيسية في دبي

يتم تحديدها في معظم الحالات بالتذاكر المدفوعة، حيث تحدد الزيارة إلى دبي أكواريوم، وبرج خليفة، وسكي دبي، وبرج العرب، ورحلات السفاري الصحراوية، والقرية العالمية وموشنغيت ودبي جلو جاردن ولبغو لاند وأي أم جي عالم من المغامرات وبليوود باركس والحدايق المائية كلها من خلال التذاكر المدفوعة في هذه المعالم. أما الشواطئ، والمارينا والوجهات المائية - المارينا، دبي مول، ونافورة دبي، ونخلة جميرا والمناطق التراثية فلا يمكن تحديدها بهذه الطريقة.

الزوار الدوليون لليلة واحدة

تشير إحصائيات الزوّار الواردة في هذا التقرير إلى الزوّار الدوليين الذين يمضون في دبي ليلة واحدة على الأقل. وهذا يتضمن الزوّار المسافرين جواً وبراً وبحراً بإستثناء المقيمين في دولة الإمارات العربية المتحدة و المواطنين الإماراتيين و أفراد طواقم الملاحة الجوية و البحرية. و قد تم تحليل إحصائيات الزوار بحسب الجنسية بناءً على مجموعة محددة من المعلومات بما في ذلك الزوار القادمين إلى دبي من الإدارة العامة للإقامة وشؤون الأجانب في دبي، و معلومات النزلاء في الفنادق و الشقق الفندقية، و أستطلاع رأي الزائر الدولي في دبي. ويجدر بالإشارة أن هذه الإحصائيات التاريخية التي نشرتها دائرة السياحة والتسويق التجاري في دبي والتي تشير فقط إلى نزلاء المنشآت الفندقية.

استطلاع رأي الزائرين الدوليين في دبي

تأتي معظم مواصفات الزوار الواردة في هذا التقرير من استطلاع رأي الزائر الدولي وهو المسح المستمر الذي يغطي عينة من حوالي 57,000 زائر سنوياً إلى دبي. ويتم من خلال إجراء لقاءات مباشرة مع زوار في الأماكن العامة. ويجري تأهيل المستجيبين للاستطلاع باعتبارهم زوار دوليين، واستناداً إلى مقدار الوقت الذي قضوه في دبي.

ويتم اختيار العينات للاستطلاع بناء على نسبة شهرية معينة لضمان وجود ما يكفي منها لمحاور رئيسية أخرى وتقييم البيانات المجمعة حسب بلد الإقامة وموعد الزيارة والأماكن التي تمت زيارتها بناء على إحصائيات الزوار القادمين.

لمحة عن دبي للسياحة

تعمل دبي للسياحة على ترسيخ مكانة دبي لتصبح المدينة الأكثر زيارة في العالم، وهي بذلك تعتبر السلطة المسؤولة عن التخطيط لمستقبل قطاع السياحة المحلي والإشراف عليه وتطويره وتسويقه، ناهيك عن تسويق وتعزيز أداء قطاع التجارة المحلي. وتتولى الدائرة أيضاً مهمة التصنيف وإصدار التراخيص الخاصة بالخدمات السياحية ومزودها، بما يتضمن الفنادق ومنظمي الرحلات السياحية ووكالات السفر.

للمزيد من المعلومات حول الدائرة، يرجى زيارة الموقع الإلكتروني الرسمي:

www.visitdubai.com



