الأنباء
الخميس 5 يوليو 2012

إبراهيم صالح ونصر حكيم يتوسطان الوفد الخليجي الزائر

مراكز التسوق في دبي تجاوز عددها 70 مركزا

صالح: 4 ملايين سائح يترددون على دبي سنوياً وينفقون 8,8 مليارات درهم

مدير فندق جميرا ومعاون مدير المبيعات وأسرة العلاقات العامة بالفندق مع الصحافيين الزائرين لدبي

إبراهيم صالح

رشا الحسن

قال المنسق العام للمهرجانات ونائب المدير التنفيذي في مؤسسة دبي للفعاليات والترويج التجاري إبراهيم صالح إن إقامة مهرجانات دبي السياحية والترويجية والتسويقية منذ العام 1995 انطلق من امتلاك دبي بنية تحتية تتيح لها تنظيم هذه الأنشطة والفعاليات والتي تستقطب سائحين من مختلف بقاع العالم، مشيرا الى ان اول مهرجان نظمته مؤسسة دبي شهد نجاحا فاق التوقعات، حيث تضافرت الجهود الحكومية والقطاع الخاص وهذا ما ساهم في إنجاح الحدث.

وتوجه صالح بالحديث لعدد من الصحافيين من عدة دول، مثل الكويت كاتب هذه السطور عن جريدة «الأنباء» ومن جريدة «القبس» الزميل إبراهيم السعيدي إلى جانب صحافيين آخرين من مملكة البحرين والمملكة العربية السعودية قائلا إن الإقبال الكبير على أول انطلاقة لمهرجانات دبي جعل مؤسسة دبي للسياحة تحت المجهر وحينما كان النجاح تلو النجاح رأت الحكومة في دبي أهمية دفع هذه الأنشطة والفعاليات من خلال تبعية مؤسسة دبي للفعاليات والأنشطة إلى الحكومة حتى تعطي لها المزيد من الثقل.

ولم تتوان الحكومة مشكورة في توفير كل ما يلزم نحو تحقيق التقدم في جميع المهرجانات المتوالية ومن خلال هذا الدعم غير المحدود من قبل الدولة، وعليه تم تنظيم 6 أسابيع ترويجية، وأضاف صالح للصحافيين الذين حضروا تلبية للمشاركة في فعاليات الدورة الخامسة عشرة لحدث مفاجآت صيف دبي وللتعرف عن قرب على أهم الفعاليات والأنشطة إلى جانب زيارة ابرز المعالم السياحية في إمارة دبي، إن النجاحات الواضحة في الفعاليات دفعتنا الى التوسع في إقامة انشطة اخرى حيث تم تنظيم بطولة العالم للتنس وغيرها من الأنشطة.

وأثنى المنسق العام للمهرجانات على دعم الشركات الكبرى لجميع الأنشطة من خلال عمل مهرجانات تسويقية لاقت استحسانا لافتا وبدأ الوعي يتزايد بأهمية هذه المناسبات التي تستقطب الملايين بشكل قوي إلى إمارة دبي، لافتا الى ان الرعاة ومع مرور الوقت تزايدت اعدادهم حتى وصل العدد إلى 27 شركة ومؤسسة راعية.

وجدد التأكيد على أن العمل تحت مظلة الحكومة أعطى قوة لمؤسسة دبي للفعاليات وأصبح هناك اقتناع بأن مثل هذه الفعاليات تحدث أثرا إيجابيا على الاقتصاد بشكل عام ممثلا في الفنادق والأسواق التجارية والمرافق والمتنزهات السياحية والترفيهية داخل دبي.

وردا على سؤال حول انعكاس ما تشهده عدد من الدول العربية لاسيما التي تأثرت بالربيع العربي مثل مصر وتونس وكذلك ما يحدث في لبنان وسورية، قال: مما لا شك فيه ان عددا من السياح غيروا وجهتهم من السفر الى هذه البلدان الى دبي لما تتمتع به من امكانيات سياحية كبيرة وبنية تحتية قادرة على استيعاب ما يرد إليها بشكل دوري مشيرا الى ان اي سائح ما يعنيه في المقام الأول هو الأمن والاستمتاع ومثل هذه الامتيازات متواجدة في دبي بصورة كبيرة.

وأشار المنسق العام للمهرجانات ونائب المدير التنفيذي في مؤسسة دبي للفعاليات والترويج التجاري الى ان السياحة في دبي ورغم ما تتمتع به من فنادق على مستوى راق جدا ومرافق ترفيهية مميزة وأسواق الا ان كلفة السياحة غير مرهقة بالنسبة لأي سائح حيث هناك شركات تنظم رحلات الى دبي بأسعار مناسبة جدا.

إلى جانب أن السائح يحقق فائدة مزدوجة من الحضور الى دبي فهو يتمتع بمناظر خلابة ويجد المرافق الترفيهية التي يحتاج إليها كما انه يذهب الى الأسواق ويتحصل على بضائع ذات جودة عالية وبأسعار تنافسية قد لا يجدها في أي قُطر آخر، لاسيما أن معظم الوكالات والشركات حريصة على عمل

80 ألف غرفة فندقية بنهاية 2012 والفنادق مكتظة على مدار العام

مفاجآت صيف دبي
١٤ يونيو إلى ١٤ يوليو 2012

إطلالة جميرا ساحرة

سمية سعيد خلفان مدير الاتصالات والعلاقات العامة في فندق جميرا بيتش ومساعدة مدير العلاقات العامة والاتصالات المؤسسية سارة ضاحي نظمتا مؤتمرا للوفد الصحافي حيث تم الالتقاء مع مدير فندق جميرا بيتش تشارلس اي ام كلارك ومعاون مدير المبيعات وتطوير الأعمال زالون كمنغ وخلال المؤتمر الصحافي تطرق المسؤولون الى عرض نبذة عن الفندق واطلالته المميزة على برج العرب وتميزه بإطلالة فريدة على البحر ووجود خدمات مميزة، سواء فيما يتعلق بالضيافة والخدمات المقدمة من قبل الفندق وقدرته الاستيعابية وايضا الخدمات المتاحة لجميع المقيمين داخله.

خدمات فندق جميرا

نظمت للوفد الصحافي جولة للتعرف على الخدمات التي يقدمها فندق جميرا وخلال الجولة تم التنقل بالبقي والذي يتيح لأي زائر التنقل في أرجاء الواجهة البحرية التي تصل بين سلسلة كبيرة من الفنادق والمطاعم الفخمة كما أن التنقل بالبقي بين الفنادق المختلفة مجاني.

رشا الحسن من أسرة مؤسسة دبي للفعاليات والترويج التجاري بذلت جهودا كبيرة مع الوفد الصحافي حيث قامت بمرافقة الوفد في برنامجه داخل دبي ورغم كثرة أسئلة الوفد الصحافي حول دبي كانت رشا تجيب عن جميع أسئلتهم برحابة صدر.

جوائز بـ 3 ملايين درهم

مركز الغرير الى جانب كونه مركزا تجاريا مرموقا فهو ايضا يقدم عروضا ترفيهية شيقة مثل ألعاب الماء والمرح كما انه يقدم جوائز غير مسبوقة تتمثل في هدايا نقدية دوعينية تقدر بـ 3,000,000 درهم.

أسعار تنافسية

منسق التسويق بمركز دبي الغرير اياد أحمد كان في استقبال الوفد الصحافي حال وصوله الى المركز وقام باطلاعه على ما يحتويه المركز من خدمات ومحلات تقدم بعض المنتجات العالمية بأسعار تنافسية

598 غرفة فندقية و19 ڤيلا بإطلالة بحرية ومتعة الغوص وصيد اللؤلؤ في فندق جميرا

يمثل جميرا بيتش هوتيل وجهة فندقية مخصصة بالكامل لممارسة مختلف أنواع الترفيه والتسلية للعائلات، فهو أول فندق تم تأسيسه وإدارته من قبل مجموعة جميرا وسيكمل عامه الـ 15 في العيد الوطني لدولة الإمارات في شهر ديسمبر المقبل، ويشتمل هذا الفندق على 598 من الغرف والأجنحة التي تم تجديدها مؤخرا، إضافة إلى 19 ڤيلا تتمتع بخصوصية تامة وجميعها تتميز بإطلالة بحرية ساحرة مواجهة لفندق برج العرب الذي يعد الرمز البارز لدبي.

وتتراوح مساحة الفلل بين 79 و112 مترا مربعا وتعد مثالية لكل من العائلات والأصدقاء وتتميز بوجود الخادم الشخصي على مدار أربعة وعشرين ساعة مع تقديم وجبة الإفطار وشاي الظهيرة في الڤيلا، كما تتميز بقربها من الشواطئ النظيفة وأحواض السباحة الاربعة ومجموعة متنوعة من المطاعم والعديد من الخيارات الاخرى التي ترتقي بالتجربة الفريدة التي يدخل فيها الضيف لدى إقامته في هذه الڤلل المرموقة. وقد أطلق جميرا بيتش هوتيل مؤخرا تجربة تقليدية لصيد اللؤلؤ لاستحضار أجواء الماضي لزواره بالتعاون مع مركز بافيليون للغطس التابع للفندق ومجموعة الإمارات للبيئة البحرية، حيث يتم تتبع نفس التقاليد القديمة المتعارف عليها في عملية الصيد واستخدام أدوات الغوص الخاصة بمهنة صيد اللؤلؤ الأصلية لالتقاط المحار من مياه الخليج العربي.

إدارة فندق جميرا تدير 21 فندقا حول العالم وقد تضاعف عدد فنادقها منذ بداية 2011 وإلى اليوم حيث افتتحت 6 فنادق جديدة العام الماضي بما فيها جميرا زعبيل سراي في دبي، وجميرا هيمالاياز شنغهاي في الصين، وجميرا ديفانافوشي وجميرا فيتافيلي في جزر المالديف، وجميرا في أبراج الاتحاد في أبوظبي، وجميرا فرانكفورت في ألمانيا. أيضا فإن مجموعة جميرا تركز على 50٪ من أعمالها في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وشمال آسيا وما تبقى ينتشر في آسيا الباسيفك، والأميركيتين، وأوروبا. كما ان لدينا 5 مشاريع جار تطويرها في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وشمال آسيا بما فيها فندق ومنتجع جميرا شاطئ المسيلة، ومنتجع جميرا غمشا باي في مصر، وجميرا سرايا العقبة في الاردن، وجميرا أبراج دبي الدوحة في قطر، ومنتجع جميرا مراكش للجولف والبولو في المغرب.

الشيخ أحمد بن سعيد: دبي تمتلك من الإمكانات والكفاءات والخبرات المتراكمة ما يجعلها تقود صناعة

كشفت مؤسسة دبي للفعاليات والترويج التجاري، إحدى مؤسسات دائرة التنمية الاقتصادية في دبي، عن نتائج دراسة اقتصادية دقيقة وشاملة، تناولت حدث «مفاجآت صيف دبي 2011» وأثره على الاقتصاد في الإمارة، وقد استندت الدراسة على نتائج الأبحاث التي تم اجراؤها أثناء فعاليات الدورة الرابعة عشرة من الحدث والتي أظهرت أن مفاجآت صيف دبي 2011، التي استمرت لمدة خمسة أسابيع من 22 يونيو وحتى 31 يوليو، استقبلت حوالي 4 ملايين زائر، فيما بلغ معدل انفاق هؤلاء الزوار 8,8 مليارات درهم، توزعت على قطاعات التجزئة والسفر والضيافة بشكل أساسي، بالاضافة الى العديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى في امارة دبي. وفي محاولة لتحديد تأثير مفاجآت صيف دبي على اقتصاد الإمارة تم استخدام الدراسة لتقدير نسبة انفاق سكان دولة الإمارات العربية المتحدة والزوار الدوليين في دبي خلال فترة المفاجآت، وبالتحديد اعتمدت الدراسة على سؤال زوار المفاجآت أن يقدروا مجموع إنفاقهم على السكن والتسوق والمواصلات والطعام والشراب خلال زيارتهم لإمارة دبي، أما بالنسبة لسكان إمارة دبي فان تأثير الحدث الاقتصادي كان بشكل أساسي من خلال التسوق، وتم احتساب أعداد الزوار الدوليين خلال فترة المفاجآت بالاعتماد على بيانات التأشيرات الممنوحة من قبل إدارة الجنسية والإقامة عبر مطار دبي الدولي خلال تلك الفترة، أما بالنسبة للزوار من سكان الدولة (الإمارات الأخرى) فتم تقديره بناء على استطلاعات خاصة. وأظهرت الدراسة أيضا أن عدد الزوار الدوليين للحدث بلغ ما يقارب من 890,000 بمعدل انفاق بلغ 5,9 مليارات درهم، بينما بلغ عدد الزوار من داخل الدولة أكثر من 3 ملايين زائر أنفقوا 2,9 مليار درهم، فيما أكد 73٪ من الزوار أن حدث «مفاجآت صيف دبي» يعزز من جاذبية امارة دبي كوجهة للعطلات الصيفية الممتعة.

لا مستحيل

وأكد سمو الشيخ أحمد بن سعيد آل مكتوم، رئيس هيئة دبي للطيران المدني، الرئيس الأعلى والرئيس التنفيذي لطيران الامارات والمجموعة ورئيس لجنة التنمية الاقتصادية في دبي، ان النتائج التي أظهرتها الدراسة تؤكد بوضوح أنه لا شيء مستحيل على مدينة مثل دبي، حيث ان توجيهات قيادة دبي قبل 15 عاما باطلاق حدث صيفي يجتذب الزوار الى امارة دبي أثارت العديد من علامات الاستفهام والشكوك بسبب التحديات المتمثلة بالطقس والحرارة ومنافسة الوجهات السياحية الأخرى في المنطقة، ولكن دبي استطاعت أن تحول هذه التحديات الى عوامل جذب من خلال ابتكار المبادرات والمرافق السياحية والبنية التحتية التي لا تتأثر بهذه العوائق، بل وتجعل من زيارة المدينة خلال الصيف تجربة متميزة لا تنسى، وهذا ما تؤكده الأرقام المعلنة. وقال سموه: «ان تكون لديك الرؤية لوضع خطط مستقبلية طموحة تتحدى العوائق وتقفز فوق الواقع لتصل الى حدود المستحيل في عرف الآخرين، هو أمر لطالما تميزت به قيادة دبي على مدى العقود الأربعة الماضية، ولكن ما يميزنا هنا هو التخطيط الاستراتيجي ومن ثم العمل الجاد والدؤوب لتحقيق هذه الرؤية بأفضل الوسائل، والوصول الى نتائج تتخطى التوقعات، وخاصة في ظل التعاون الفريد من نوعه بين القطاعين العام والخاص لما فيه خير دبي، وأعتقد أن هذا هو جوهر الانجازات التي وضعت امارة دبي على الخارطة العالمية كوجهة رائدة».

أهمية قطاع الفعاليات والمهرجانات

وأضاف سموه: «لا شك أن دور قطاع الفعاليات والمهرجانات في دعم الاقتصاد المحلي يزداد أهمية عاما بعد عام، وتمتلك دبي أفضل الكفاءات والخبرات في هذا المجال الذي كانت سباقة فيه على مستوى المنطقة منذ أكثر من عقد ونصف، ومن هذا المنطلق، فان حكومة دبي تسعى باستمرار لتطوير هذا القطاع الحيوي من خلال ابتكار مبادرات واستراتيجيات طموحة تهدف لخلق البيئة المناسبة لنمو قطاع الفعاليات في امارة دبي». وكانت شركة الأبحاث العالمية المستقلة «يوغوف سراج» قد قامت بهذه الدراسة بطلب من مؤسسة دبي للفعاليات والترويج التجاري، حيث قامت الشركة باستطلاع آراء 1,295 شخصا من زوار الحدث من داخل الدولة وخارجها طيلة مدة المفاجآت (22 يونيو الى 31 يوليو 2011)، وتهدف الدراسة الى تحديد عادات الانفاق، ومدى اهتمام المشاركين بالفعاليات، وجنسيات الزوار، والنتائج التي حققها الحدث في تحفيز قطاعات تجارة التجزئة والضيافة والسياحة. ومن أهم النتائج التي كشفت عنها الدراسة أن معظم آراء الزوار حول حدث «مفاجآت صيف دبي» كانت ايجابية للغاية، حيث أكد حوالي ثلاثة أرباع الزوار (73٪) ممن شاركوا في الاستطلاع أن حدث المفاجآت يجعل من الامارة «وجهة أكثر اجتذابا للزوار»، فيما وصفت غالبية الزوار (98٪) زيارتهم الى دبي خلال الحدث بأنها «جيدة» أو «ممتازة»، وأكد 85٪ منهم أنهم يفكرون في العودة الى دبي في المستقبل.

نجاح كبير وإنجاز رائع

من جهتها، قالت ليلى محمد سهيل، المدير التنفيذي لمؤسسة دبي للفعاليات والترويج التجاري: «نهدي هذا النجاح الكبير والانجاز الرائع الى مدينة دبي حكومة وشعبا، ونحن نرى أن هذا النجاح الذي حققه حدث مفاجآت صيف دبي والمتمثل في استقطاب حوالي 4 ملايين زائر، ومعدل انفاق يقترب من 9 مليارات درهم في خمسة أسابيع فقط،

الأنباء
الخميس 5 يوليو 2012

إطلالة على دبي من برج خليفة

مهرجان صيف دبي يلقى إقبالا متزايدا

والكويتيون يحتلون الترتيب الثاني خليجياً في زيارة دبي والسعوديون أولاً

مدينة الثلج تحوي ألعابا مميزة

خصومات جيدة جدا.

وأكد ان قطاع السياحة في دبي يعمل وفق خطط مدروسة تعتمد على استقطاب اعداد كبيرة من السائحين دون النظر الى ما يحدث في محيطه العربي من احداث قد تدفع السياح الى عدم الذهاب اليها وتفضيل دبي على العديد من الدول السياحية.

وقال الصالح ان اي تجارة وأي مشاريع ناجحة تعتمد على العرض والطلب وحينما نقيس حجم الاقبال السياحي على دبي يمكن ان نقيسه بعدد المجمعات الكبرى التي افتتحت لدينا حيث تم افتتاح نحو 70 مركزا كبيرا للتسوق وأن مثل هذه المراكز ما كان لها ان تفتتح في الإمارة إذا لم يكن هناك اقبال متزايد عليها.

واشار الى ان عدد الغرف الفندقية داخل دبي يصل الي 73 غرفة فندقية وانه مع نهاية عام 2012 سيصل عدد الغرف الفندقية الى 85 ألف غرفة فندقية لافتا الى ان الأسعار في الفنادق متقاربة حسب ما تقدمه من خدمات، وبالتالي فإن أي سائح يستطيع الحضور وإنفاق ما يتناسب مع ميزانيته المالية.

وأشار صالح الى ان سقف الطموح غير محدود بالنسبة للعاملين على قطاع السياحة وهذا يظهر من خلال الازدياد المطرد في عدد السائحين ومن يقصدون دبي للتنزه والتسوق منوها الى ان إمارة دبي حريصة على التنوع من جهة السائحين، فهناك على سبيل المثال 13 رحلة طيران تابعة للخطوط الجوية الإماراتية تتجه بشكل يومي الى المملكة المتحدة وفي الغالب فإن الرحلات تكون مكتملة العدد، كما ان هناك نسبة كبيرة من الأشقاء الخليجيين يقصدون دبي من دولنا الخليجية وهم موضع ترحيب من قبلنا.

واشار الى ان أكبر عدد من السياح الذين يقصدون دبي من الدول الخليجية يحضرون من السعودية وتأتي الكويت في الترتيب الثاني من جهة عدد السائحين ثم سلطنة عمان ودولة قطر.

وأشار الى ان عدد السائحين الذين قصدوا دبي في العام الماضي بلغ نحو 4 ملايين زائر وان التقديرات تشير الى انهم أنفقوا 8,8 مليارات درهم.

وعلى صعيد ذي صلة قال مدير المركز الإعلامي ومدير قسم العلاقات العامة والإعلام في مؤسسة دبي للفعاليات والترويج التجاري نصر حكيم ان التنوع السياحي غير محدود في دبي حيث هناك احتفالات ممتدة على مدار العام وهناك رحلات للصيد مثمنا حرص طيران الامارات على تنشيط القطاع السياحي من خلال رعاية بعض من الأنشطة والفعاليات وتكثيف الجهود لنقل أفواج تقصد دبي للسياحة والتسوق.

وأشار حكيم الى ان التقديرات تشير الى ان نحو 600 ألف زائر يقصدون دبي خلال رمضان.

حكيم: التنوع السياحي في دبي غير محدود و600 ألف زائر في رمضان

● دبي - أمير زكي

برج خليفة وإطلالة من السحاب

مؤسسة دبي للفعاليات والترويج التجاري وبالتعاون مع ادارة فندق جميرا بيتش حرصتا على تنظيم برنامج حافل للوفد الصحافي تضمن زيارة عدد من أبرز المعالم في دبي حيث التقى الوفد القائمين على مؤسسة دبي وهم: المنسق العام للمهرجان ونائب المدير التنفيذي في مؤسسة دبي للفعاليات والترويج التجاري ابراهيم الصالح ومدير المركز الإعلامي ومدير قسم العلاقات العامة والإعلام في مؤسسة دبي للفعاليات والترويج التجاري نصر حكيم، جولة الصحافيين شملت زيارة برج خليفة وهو أحد المعالم المهمة في إمارة دبي ومن خلال إطلالة منه يكون الشخص قريبا من السحاب وأيضا من خلال إطلالة تستطيع ان تشاهد جميع المعالم وناطحات السحاب التي تنتشر بصورة لافتة في دبي.

مدينة الثلج والتلفريك

نظمت مؤسسة دبي وفندق جميرا بيتش رحلة ترفيهية شيقة في مول الامارات والذي يحتوي على مدينة الثلج والتي تحتوي على ألعاب شيقة جدا وكذلك يستمتع الزائر بالتجول داخل مدينة الثلج باستخدام «التلفريك» ولم يقتصر البرنامج على مول الامارات وبرج خليفة بل شملت الجولة أيضا تفقد الخدمات التي يقدمها فندق جميرا من رحلات بحرية لإطلاق السلاحف وهو حدث عالمي يشهد إقبالا لافتا من قبل وسائل الإعلام الى جانب الاطلاع على شاليهات فئة 5 نجوم تتسع لإقامة ما لا يقل عن 4 أشخاص بها.

مركز غرير.. متعة تسويقية

قام المسؤولون على مؤسسة دبي وفندق جميرا بتنظيم جولات لمركز الغرير التجاري والذي يضم عددا كبيرا من اكبر المحلات والتي تضم منتجات لماركات عالمية وداخل مركز الغرير كان العرض الشيق لباربي والتف حول هذا العرض عدد كبير من الأسر مصطحبين معهم أطفالهم كما تم الاقبال على الكثير من الألعاب الترفيهية المجانية التي يقدمها مركز الغرير.

برجمان.. تسوق ليوم لا يكفي

كانت المحطة الأخيرة للوفد الصحافي داخل أحد أكب أسواق دبي وهو مول برجمان وفي هذا المجمع والذي يمتد على مساحة شاسعة يمكن لأي شخص ان يجد ما يحتاجه من أغراض وكذلك يجد جميع أنواع المطاعم التي تقدم الأطعمة الشهية التي تعد من قبل متخصصين ومهرة في اعداد الطعام، وهو يحتاج الى أكثر من يوم حتى تستطيع ان تطلع على ما يحتويه من محلات تقدم خصومات غير مسبوقة.

صيد اللؤلؤ وعبق الماضي

ينظم فندق جميرا رحلات دورية تعيد عبق الماضي ويتم اصطحاب أكثر الراغبين في الخروج الى رحلات بحرية لصيد اللؤلؤ وقبل الانطلاق الى هذه الرحلات يتم تدريبهم على قواعد صيد اللؤلؤ... بعد انتهاء جولة صيد اللؤلؤ يكون من حق أي زائر صاد عددا من القواقع ان يحصل على اللؤلؤ بداخله.

نبذة عن مؤسسة دبي.. وعالم مدهش

في العام 2000 اكتمل المشهد الرائع لمفاجآت صيف دبي مع إطلاق شخصية «مدهش»، التي أضافت أجواء تعبق بالفرح والمرح، لتتملك قلوب الكبار قبل الصغار. وقد ظهر مدهش لأول مرة عبر إعلان تلفزيوني يروج لدورة مفاجآت صيف دبي2000، حيث قدم أب لابنه وابنته هدية كانت عبارة عن صندوق مغلق مغلف بأوراق هدايا لامعة، فما أن قام الطفلان بفتح الهدية حتى ظهر لهما وجه مدهش بابتسامته المشرقة، فشعرا بالفرح الشديد والدهشة وأحبا هذه الهدية الرائعة. وبذلك نشأت هذه الشخصية المحبوبة التي سرعان ما تطورت بعد ذلك بعام ليصبح لها رجلان ولتكتمل هذه الصورة بأبهى صورها حتى يومنا هذا.

ومدهش هو شخصية كرتونية لديه عاله الخاص به، حيث يعتبر «عالم مدهش» من أفضل الأماكن الترفيهية التي تقصدها العائلات والأطفال في فصل الصيف.

ويمتاز مدهش بشخصيته المرحة، وهو دائم الابتسام، كما أنه محب للتعلم والاكتشاف، ويحرص على غرس القيم النبيلة والمعرفة في نفوس الأطفال وتنمية مهاراتهم.

وأصبحت هذه الشخصية علامة تجارية قائمة بحد ذاتها تحظى بشعبية واسعة بين الأطفال في المنطقة، وهناك الكثير من المنتجات والهدايا التذكارية التي تحمل اسم مدهش في الأسواق. وتجاوزت عوائد الشركات المتعاملة مع مؤسسة دبي للفعاليات والترويج التجاري عبر منتجات مدهش 100 مليون درهم خلال العام 2008، وقد وصلت منتجات مدهش حوالي 1000 صنف من منتجات عالية الجودة مع نهاية 2009، توزعت على شكل منتجات غذائية وملابس ولوازم قرطاسية وأدوات وحقائب مدرسية ومفروشات ودمى وملابس نوم ومختلف الثياب وإكسسوارات الألعاب والحفلات، وألعاب وبرامج إلكترونية تعليمية تهدف الى تنمية مهارات الأطفال. وفي عام 2004 تم افتتاح «نادي أصدقاء مدهش» خلال أنشطة «مفاجآت صيف دبي»، الذي يوفر لأعضائه فرصة مثالية للتعلم وتنمية المواهب وصقل المهارات خلال العطلة الصيفية. ويستهدف النادي الأطفال الذين تتراوح أعمارهم ما بين 3 و12 عاما، ويساهم في اكتشاف المواهب وتنمية المهارات السلوكية الفطرية التي يتمتع بها الأطفال الأعضاء فيه من خلال الرحلات والحفلات التي تنظم بشكل مستمر، ويحرص على تعزيزها عبر ورش العمل المتخصصة التي تستهدف مختلف الهوايات مثل: الرسم، الحرف اليدوية، المسرح، الرياضة والثقافة العامة وغيرها الكثير. يشكل «عالم مدهش»، الذي يستقبل زواره سنويا طيلة أيام فعاليات مفاجآت صيف دبي منذ العام 2000، أكبر وجهة ترفيهية مكيفة ومغطاة في المنطقة.

الفعاليات والمهرجانات في المنطقة.. والقطاع الخاص ساعدنا في تحقيق نجاحات لافتة

يثبت بشكل قاطع صواب استراتيجية حكومة دبي في دعم قطاع الفعاليات باعتباره أحد أهم القطاعات غير النفطية الرافدة للاقتصاد المحلي، وهو أيضا يدخل ضمن سعي الحكومة لتحقيق التنمية المستدامة من خلال تنويع مصادر الدخل والاستثمار في صناعة تعد من أهم الصناعات العالمية حاليا، وهي صناعة الفعاليات والمهرجانات».

وأضافت قائلة: «إن هذا النجاح يضعنا أمام مسؤوليات كبيرة وتحديات أكبر، وها نحن نستعد للاحتفال بالدورة الخامسة عشرة للحدث، والتي ستنطلق في 14 يونيو المقبل تحت شعار الحملة الترويجية «دبي... وجهتكم الأروع لهذا الصيف»، حيث نستعد لاستقبال الزوار بالعديد من الفعاليات والمفاجآت السارة، ونحن بهذا نسعى لأن نحافظ على نفس زخم الدورة السابقة من حيث الزوار ومعدل الإنفاق رغم أن هذه الدورة ستكون أقصر من الدورة السابقة من حيث المدة». ولفتت إلى أن الدراسة أثمرت ع نتائج في غاية الأهمية، وخاصة بالنسبة إلى تأثير الحدث على قطاعات اقتصادية مهمة مثل التجزئة والضيافة والسياحة وغيرها، وقالت سهيل: «إنه من الأهمية بمكان أن نشير إلى حجم التغيير الذي أحدثته «مفاجآت صيف دبي» في المشهد السياحي لفصل الصيف في الإمارة، حيث اننا إذا عقدنا مقارنة مع نتائج الدورة الأولى من الحدث عام 1998، والتي استقطبت 600 ألف زائر وحققت معدل إنفاق بلغ 850 مليون درهم، فإننا نجد أن عدد الزوار تضاعف أكثر من 6 أضعاف، ومعدل إنفاق الزوار ازداد أكثر من 10 أضعاف، وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على أن «مفاجآت صيف دبي» نجحت في تغيير مفهوم فصل الصيف في دبي، من موسم بطيء اقتصاديا واجتماعيا إلى موسم نشط على كافة الأصعدة، ينتظره أكثر من ثلثي سكان دولة الإمارات سنويا، وذلك بحسب الدراسة».

دعم الشركاء والرعاة

وأضافت المدير التنفيذي: «لا شك أن دعم القطاع الخاص ممثلا بشركائنا الاستراتيجيين ورعاة الحدث يشكل سببا رئيسيا من أسباب هذا النجاح الكبير. هذا الدعم تطور على مدى الأعوام ليصبح شراكة استراتيجية راسخة يساهم فيها القطاع الخاص ليس بالدعم المادي فحسب، بل بالتخطيط والتسويق والمشاركة الفعلية في الحدث، وبدورها تضع مؤسسة دبي للفعاليات والترويج التجاري نصب أعينها في كافة المبادرات التي تطلقها أن يكون الهدف الأول هو استفادة القطاع الخاص من هذه المبادرات بأفضل الوسائل الممكنة».

وكشفت الدراسة أن 9 من أصل 10 زوار تقريبا شاركوا في الاستطلاع يعتبرون أن التسوق من أهم عناصر الجذب خلال حدث المفاجآت. يذكر أن الملابس والإكسسوارات والعلامات التجارية العالمية جاءت في المرتبة الأولى من حيث اهتمامات المتسوقين من خارج الدولة بها كمشتريات مفضلة، حيث قام 4 من أصل 5 زوار بشراء إحدى هذه البضائع، في حين قام ما يقارب 3 من أصل كل 5 زوار بشراء العطورات ومستحضرات التجميل والعناية بالبشرة خلال الحدث، كما ي أن زوار الحدث من داخل الدولة أنفقوا 1,2 مليار درهم على التسوق. وتعتبر المعدات والأجهزة الإلكترونية (بما فيها أجهزة الحاسوب الشخصية والمحمولة، وأجهزة الهاتف المتحرك) من جهة، والملابس والبضائع ذات العلامات التجارية المشهورة والإكسسوارات من جهة أخرى، مشتريات مفضلة لدى الزوار من سكان الدولة، حيث يحرص نصف زوار الحدث المحليين على شراء سلع هاتين الفئتين (47٪ و45٪ على التوالي). واعتبر معظم الزوار أن حدث «مفاجآت صيف دبي» ليس مجرد تجربة تسوق، حيث أجمعوا على أنه «أكثر بكثير من كونه حدثا خاصا بالتسوق»، فيما أكد 72٪ منهم أن الحدث «يمنح المدينة تألقا خاصا وجوا احتفاليا مميزا». ويعتبر «مفاجآت صيف دبي» حدثا يترقبه سكان الدولة بلهفة، حيث أعرب ثلثا الزوار من المقيمين في الدولة (ما نسبته 67٪) أنهم يتطلعون قدما للمشاركة وزيارة فعاليات الحدث كل عام، كما عبر المقيمون عن سعادتهم بتمديد مراكز التسوق لساعات عملها خلال أيام المفاجآت، حيث أجمع ما يقارب 4 من أصل 5 أشخاص (بنسبة 79٪) على أن خطوة تمديد ساعات العمل تعتبر «مبادرة رائعة»، فيما أكد 74٪ من الزوار أنها «تشجعنا على البقاء في مراكز التسوق لفترة أطول مساء». من جهة أخرى، أعرب الشركاء الاستراتيجيون لمؤسسة دبي للفعاليات والترويج التجاري عن سعادتهم بالنتائج الإيجابية التي حققها حدث «مفاجآت صيف دبي»، مؤكدين أهمية دور الفعاليات والمهرجانات التي تنظمها المؤسسة في دعم العديد من القطاعات الحيوية في الاقتصاد المحلي وتنشيطه.

«طيران الإمارات»

من جهته قال أحمد خوري، نائب رئيس أول طيران الإمارات للعمليات التجارية لمنطقة الخليج والشرق الأوسط وإيران: «تحظى دبي بمكانة عالية كوجهة سياحية عالمية، لذلك يتدفق عليها الزوار من مختلف أنحاء العالم على مدار العام، وخاصة من دول مجلس التعاون الخليجي. وتساهم الأنشطة المتنوعة المتواصلة في دبي، مثل مفاجآت صيف دبي بالإضافة إلى المعارض والفعاليات التجارية والمؤتمرات المختلفة، في تعزيز الحركة السياحية». وأضاف: «تتمتع شركة طيران الإمارات بشبكة واسعة من الخطوط الإقليمية والعالمية، وتشغل عددا كبيرا من الرحلات عبر دول مجلس التعاون الخليجي، ما يتيح للراغبين في زيارة دبي خيارات متعددة للسفر في أي وقت، والاستمتاع بما تقدمه المدينة لزوارها من برامج ترفيه عائلية متنوعة».