الرحلة

ملحق الرحلة الخاص

سوق السفر العربي
دبي 2025

الملتقى arabian travel market®

أبريل 2025 28

برعاية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي





منتجع مازاغان بيتش آند جولف

ملاذ عائلي وعالمٍ يجمع بين المتعة الخالصة والتجارب المنعشة

توقعات بأن يحطم الأرقام القياسية بحضور أكثر من 55 ألف زائر

اليوم انطلاق فعاليات معرض سوق السفر العربي 2025 اليوم بحضور أبرز خبراء السفر من 166 دولة

مصر ترسم ملامح مستقبلها السياحي ...

15.8 مليون زائر في 2024..

و25% نمو في الربع الأول من 2025

"جسور عقارية بين القارات"..

رؤية BestLiving لربط الخليج بإسبانيا

أكسانا لـ«الرحلة»:
نعيد تشكيل مشهد السفر العالمي بمنصات رقمية وشراكات استراتيجية

الرحلة

ملحق الرحلة الخاص

سوق السفر العربي
دبي 2025

الملتقى arabian travel market®

أبريل 2025 28

برعاية 2



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي

توقعات بأن يحطم الأرقام القياسية بحضور أكثر من 55 ألف زائر

اليوم انطلاق فعاليات معرض سوق السفر العربي 2025 بحضور أبرز خبراء السفر من 166 دولة



الملتقى arabian travel market®

دبي- الإمارات

تنطلق اليوم فعاليات الدورة الثانية والثلاثين من معرض سوق السفر العربي في مركز دبي التجاري العالمي، بمشاركة أكثر من 2800 عارض وأكثر من 55 ألف خبير في قطاع السفر من 166 دولة. وتأكيدًا على الأهمية المتزايدة لمعرض سوق السفر العربي في المشهد السياحي العالمي، يُمثل العارضون الدوليون 67% من الشركات المشاركة في الحدث، بينما تُشكل منطقة الشرق الأوسط 17% من العارضين هذا العام.

هذ ويُقام معرض سوق السفر العربي 2025، تحت شعار "السفر العالمي: تطوير سياحة المستقبل من خلال تعزيز التواصل"، ويستكشف كيف سيُشكل التواصل عبر الحدود والقطاعات والمجتمعات مستقبل السياحة. وسيركز الحدث على كيفية تمكين التواصل لقطاع سفر أكثر استدامة وشمولية وتكاملًا عالميًا، وهي فكرة سيتم استكشافها في جميع أنحاء المعرض، بدءًا من مؤتمر سوق السفر العربي القيّم ووصولًا إلى جلسات التواصل المُخصصة.

وبهذه المناسبة قالت دانييل كورتيس، مديرة معرض سوق السفر العربي في الشرق الأوسط: "يشهد معرض سوق السفر العربي 2025 نموًا ملحوظًا في أعداد الحضور ومشاركة العارضين، ونتطلع هذا الأسبوع إلى الترحيب بخبراء السفر من جميع قطاعات السفر والقطاعات، بما في ذلك قطاعات الترفيه وفعاليات الأعمال والسفر الفاخر وسفر الشركات، ولمواكبة الاهتمام المتزايد بمعرض سوق السفر العربي، أضفنا قاعتين إضافيتين هذا العام، وسنقدم برنامج مؤتمرات سوق السفر العربي عبر ثلاث مسارح ومنصات رئيسية تشمل كلاً من: المسرح العالمي، والمسرح المستقبلي، ومسرح فعاليات الأعمال، وأتطلع بشكل خاص إلى انطلاق IBTM@ATM، فعالية وهي منطقة مخصصة لفعاليات الأعمال، وفعالية تقنيات السفر في سوق السفر العربي، التي تسلط الضوء على الدور التحويلي للتكنولوجيا في تشكيل مستقبل هذه الصناعة".

وتبرز آسيا كأسرع منطقة نموًا في معرض سوق السفر العربي 2025 حيث ارتفعت مشاركة العارضين بنسبة 27% على أساس سنوي. ويعزى هذا النمو إلى عوامل منها تعزيز التواصل الإقليمي وتوطيد العلاقات مع الأسواق الدولية. وسيضم معرض سوق السفر العربي 2025 مجموعة متنوعة من الوجهات الآسيوية، بما في ذلك اليابان وماكاو وجزر المالديف وموريشيوس وكوريا الجنوبية وتايلاند والهند، مما يُبرز التأثير المتزايد للمنطقة في قطاع السفر العالمي.

ومع النمو الملحوظ الذي يشهده قطاع السياحة في الهند، زاد حضور البلاد في معرض

ملحق الرحلة الخاص
سوق السفر العربي
دبي 2025
الرحلة
الملتقى arabian travel market®
أبريل 2025 28

برعاية
FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com
KATARA HOSPITALITY



أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي









سوق السفر العربي بنسبة 41% هذا العام، مدفوعًا بحضور قوي من العارضين، بما في ذلك وزارة السياحة الهندية وشركات الطيران مثل طيران الهند وطيران الهند إكسبريس. كما زادت هيئات السياحة الإقليمية من غوا وكارناتاكا وماديا براديش وأوتار براديش من تمثيلها في الحدث هذا العام.

وُمثل الأسواق الدولية أكثر من 52% من إجمالي عدد الزوار المسجلين، حيث ساهم زوار الإمارات ودول مجلس التعاون الخليجي بشكل كبير في إجمالي الأرقام، بنسبة 48%. وتُعد الإمارات العربية المتحدة، والهند، ومصر، والمملكة العربية السعودية، والمملكة المتحدة الدول الخمس الأولى المسجلة في معرض سوق السفر العربي 2025، مما يؤكد جاذبية المعرض الواسعة في الأسواق العالمية والإقليمية الرئيسية.

ويعكس معرض تكنولوجيا السفر في سوق السفر العربي التقارب التام بين قطاع السفر والتكنولوجيا والابتكار، حيث يشهد أكبر عدد من المنتجات المعروضة في هذا الحدث، بزيادة تتجاوز 26%. يُقام معرض تكنولوجيا السفر بالتزامن مع معرض سوق السفر العربي، ويقدم رؤىً ثاقبة حول التقنيات المبتكرة التي تُحرك قطاع السفر والضيافة، ويمتد على مساحة القاعة 1 وقاعة زعبيل 3 في حدث هذا العام.

كما يضم معرض تكنولوجيا السفر في سوق السفر العربي منطقة الشركات الناشئة والابتكار الجديدة، التي ستُسلط الضوء على الجيل القادم من رواد السفر، وتتميز بتجربة واقع افتراضي غامرة تُتيح للزوار منظورًا جديدًا للإمكانات المتاحة في هذه الصناعة. وللعام الرابع على التوالي، وسيستضيف معرض سوق السفر العربي مسابقة عروض الشركات الناشئة، التي تُسلط الضوء على أكثر العقول ابتكارًا في الشرق الأوسط.

ومن أبرز فعاليات معرض سوق السفر العربي 2025 إطلاق IBTM@ATM، فعالية وهي منطقة مخصصة لربط مُشتري فعاليات الأعمال بمجموعة واسعة من العارضين، بما في ذلك أماكن الفعاليات والفنادق ومكاتب المؤتمرات وهيئات السياحة وشركات الطيران وغيرها، حيث يتمثل جوهر هذه الفعالية الجديدة في مسرح الأحداث التجارية، الذي سيستضيف سلسلة من الجلسات المفيدة طوال فترة المعرض، لاستكشاف الاستراتيجيات الرامية إلى إطلاق العنان للنمو والفرص في الأحداث التجارية والسفر للشركات.

وتتضمن أبرز فعاليات يوم الغد على مسرح الفعاليات التجارية جلسة حول كيفية دفع عجلة الأحداث والمهرجانات العالمية للنمو الاجتماعي والاقتصادي، والتي سيتحدث فيها متحدثون من الجمعية الدولية للمؤتمرات والاجتماعات ودائرة الاقتصاد والسياحة في دبي، ودائرة الثقافة والسياحة في أبوظبي، وهيئة رأس الخيمة لتنمية السياحة، والرابطة الدولية لمنظمي المؤتمرات المحترفين (IAPCO).

في هذه الأثناء، سيجتمع خبراء من Booking.com موقع ومجموعة دناتا للسفر على مسرح Airbnbو المستقبل لاستعراض التوجهات الجزئية التي تُعيد تعريف السفر، أما على المسرح العالمي، فسيستعرض كبار ممثلي فنادق ومنتجعات فور سيزونز، وفنادق روتانا، وفنادق رأس الخيمة، كيفية قيام أبرز شركات الفنادق في المنطقة بتطوير علاماتها التجارية لتقديم تجارب غامرة وهادفة.

سينعقد معرض سوق السفر العربي 2025 بالاشتراك مع مركز دبي التجاري العالمي وشركاؤه الاستراتيجيون مثل: دبي للسياحة كشريك الوجهة، وطيران الإمارات بصفتها شريك الطيران الرسمي، وفنادق ومنتجعات آي إتش جي بصفتها الشريك الفندقي الرسمي، وشركة الريس للسفريات بصفتها الشريك الرسمي لشركة إدارة الوجهات السياحية.








الرحلة

ملحق الرحلة الخاص
سوق السفر العربي
دبي 2025

arabian travel market®
الملتقى

أبريل 2025 28

برعاية 4



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



أكسانا ماشيرا
رئيسة قطاع السفر الخارجي في Fun & Sun

أكسانا لـ«الرحلة»:

نعيد تشكيل مشهد السفر العالمي بمنصات رقمية وشراكات استراتيجية

رئيسة قطاع السفر الخارجي في «Fun & Sun» تسلّط الضوء على خطط التوسع في أسواق الخليج وآفاق النمو التكنولوجي

> نحن نقدم منصة حجز إلكترونية قوية مصممة خصيصًا لشركائنا من وكلاء السفر. يمكن لوكلاء السفر من خلالها حجز الفنادق، الباقات السياحية، الجولات اليومية، خدمات النقل، والرحلات الجوية في الوقت الفعلي دون الحاجة إلى التواصل اليدوي أو الطلبات خارج النظام

FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

في حوار خاص مع جريدة الرحلة خلال مشاركتها في معرض سوق السفر العربي 2025، تحدثت أكسانا ماشيرا، رئيسة قطاع السفر الخارجي في شركة "Fun & Sun"، عن التحولات الجذرية التي شهدتها الشركة منذ انطلاقتها تحت اسم "TUI Russia" وحتى تطورها إلى علامة مستقلة تُعيد تعريف السياحة متعددة الوجهات في العالم.

كيف تقيمون أداء شركة Fun & Sun في السوق السياحي العالمي مؤخرًا، وما هي أبرز المحطات المفصلية في مسيرة الشركة؟

أظهرت Fun & Sun مرونة قوية وقدرة استراتيجية على التكيّف خلال السنوات الأخيرة، مما عزز مكانتها كإحدى أكثر شركات السفر موثوقية في المنطقة. وقد كانت تُعرف سابقًا باسم TUI Russia حتى عام 2022، لتقوم بعدها بإعادة إطلاق علامتها التجارية تحت اسم Fun & Sun، مواصلة بذلك البناء على أكثر من عقد من الخبرة في مجال السياحة الصادرة والواردة.

الاستثمار في التكنولوجيا

وكان من أبرز المحطات المفصلية في مسيرتنا التحول من هيكل يركز على السوق الروسية إلى منظمة أكثر ارتباطًا بالأسواق العالمية، وقادرة على خدمة عدة أسواق مختلفة. وقد شمل هذا التحول توسيع وجودنا من خلال مكاتب إقليمية في كل من الإمارات العربية المتحدة، ومصر، وتركيا، وتايلاند، بالإضافة إلى تنويع منتجاتنا بما يتجاوز الوجهات التقليدية.

ومن العلامات الفارقة الأخرى كان استثمارنا في التكنولوجيا، من خلال إطلاق منصات مثل funsuntravel.com، التي تتيح لوكلاء السفر خارج روسيا الوصول المباشر إلى مخزوننا السياحي. وقد أعادت هذه الخطوة تموضع Fun & Sun لتكون ليس فقط خبيرة في إدارة الوجهات، بل أيضًا مزودًا تقنيًا منافسًا في قطاع السفر العالمي.

وبفضل توسعنا في مجال السياحة المؤسسية (MICE)، والباقات السياحية المتعددة الوجهات، والشراكات القوية مع شركات الطيران والموردين المحليين، تساهم Fun & Sun اليوم بفعالية في تعزيز تدفقات السياحة في أوروبا الشرقية وآسيا الوسطى ودول مجلس التعاون الخليجي. ويكمن أساس أدائنا في قدرتنا على الدمج بين المعرفة العميقة بالوجهات

الرحلة

ملحق الرحلة الخاص

سوق السفر العربي
دبي 2025

الملتقى arabian travel market®

أبريل 2025 28

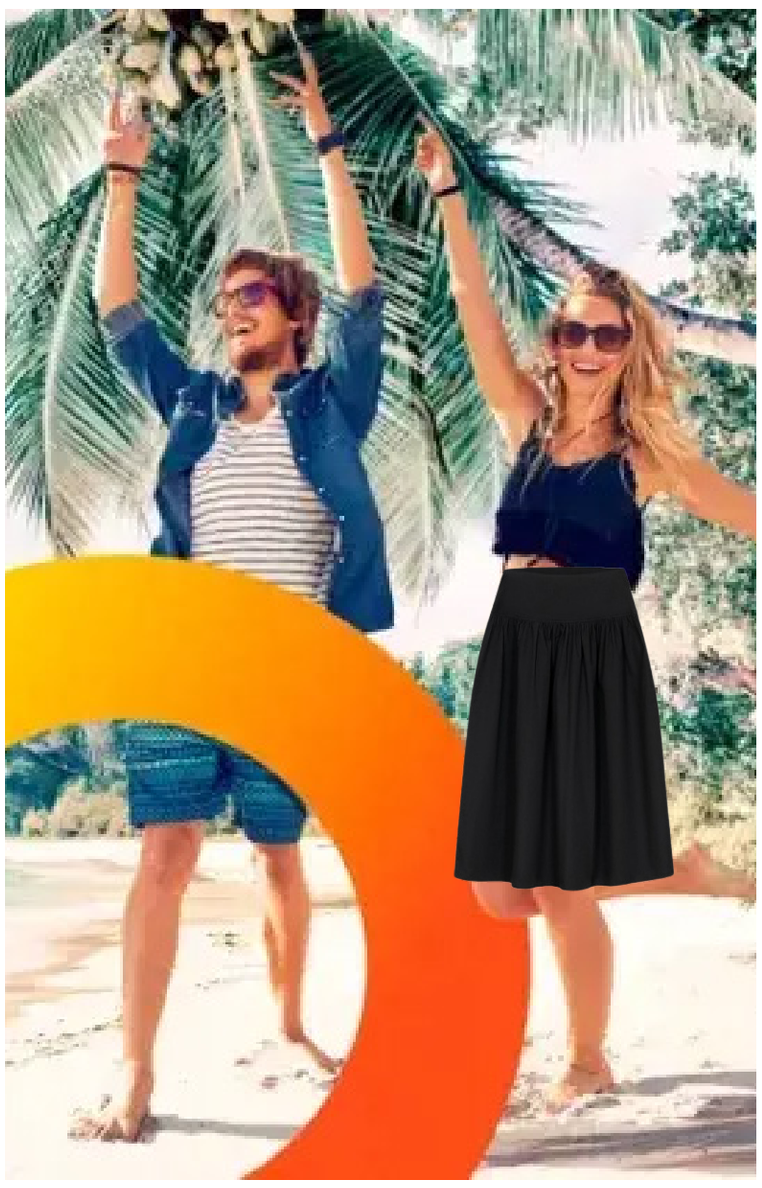
برعاية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي







والابتكار والمرونة، إلى جانب نهجنا القائم على الشراكة مع وكلاء السفر.

ما الذي يميز نموذج أعمالكم القائم على التعامل بين الشركات (B2B)، وما التحديات الرئيسية التي تواجهونها في هذا القطاع؟

الشيء الذي يميز نموذج Fun & Sun في مجال B2B هو قدرتنا على الدمج بين الخبرة المحلية العميقة والتكنولوجيا الدولية القابلة للتوسع، مما يمنح شركاءنا إمكانية الوصول إلى مجموعة واسعة من الوجهات عبر نظام مركزي واحد.

نحن نعمل كجهة إدارة وجهات سياحية (DMC) حقيقية في أسواق المصدر والوجهة الأساسية، ونقدم في الوقت نفسه منصة حجز إلكترونية قوية مصممة خصيصًا لشركائنا من وكلاء السفر. ومن خلال funsuntravel.com، يمكن لوكلاء السفر حجز الفنادق، الباقات السياحية، الجولات اليومية، خدمات النقل، والرحلات الجوية في الوقت الفعلي – مع تأكيد فوري وشروط واضحة – دون الحاجة إلى التواصل اليدوي أو الطلبات خارج النظام.

بالإضافة إلى بيع منتجاتنا الخاصة، نرحب أيضًا بتكامل واجهات برمجة التطبيقات (API) سواء الواردة أو الصادرة، مما يجعلنا شريكًا ذا قيمة للجهات العالمية مثل الموزعين الكبار ومنصات الحجز الإلكترونية (OTAs) والمشغلين المتخصصين. وتُعزز هذه المرونة عبر فرق دعم إقليمية (مثل مكتبنا في دبي لسوق الخليج)، مما يخلق نموذجًا هجينًا يجمع بين الخدمة الشخصية والتشغيل الآلي الحديث.

لكن، وكأي عمل ديناميكي في قطاع B2B، نواجه تحديات – خاصة عند دخول أسواق جديدة. وتشمل هذه التحديات:

- تغيير التصور العام للعلامة التجارية من كونها تركز على روسيا إلى تقديم عرض دولي فعلي.
- بناء الثقة في الأسواق التي تتسم بالمنافسة العالية والحساسية السعرية.
- والأهم من ذلك، مواصلة تثقيف الشركاء حول عمق وتنوع عروضنا السياحية – من قازان وبايكال إلى كابادوكيا وآسيا الوسطى.
-

ورغم هذه التحديات، فإننا نراها كفرص عظيمة. ومع تطور السوق، تتطور Fun & Sun أيضًا – برؤية واضحة لبناء منظومة موثوقة ومواكبة للمستقبل تخدم المتخصصين في قطاع السفر.

نعد من بين أبرز العلامات التجارية السياحية في السوق الناطقة بالروسية

هل يمكنكم مشاركة أرقام تقريبية أو نسب مئوية حول حصتكم السوقية على المستوى الإقليمي أو العالمي؟ بينما لا نكشف عن أرقام مالية أو نسب حصة سوقية محددة بشكل علني، يمكننا القول بثقة إن Fun & Sun تُعد من بين أبرز العلامات التجارية السياحية في السوق الناطقة بالروسية، وتحقق حضورًا متزايدًا بسرعة في منطقة الشرق الأوسط وآسيا الوسطى.

محليًا، نحافظ على موقع قيادي في السوق الروسية بفضل شبكتنا الواسعة من وكالات السفر وشراكاتنا القوية مع الموردين. ومع إطلاق funsun-travel.com، فإن هدفنا هو تحقيق حصة فاعلة في قطاع B2B السياحي الصادر من دول مجلس التعاون الخليجي، حيث نرى بالفعل اهتمامًا قويًا من الوكالات بسبب تنوع منتجاتنا ونظام الحجز المتطور.

ما يميزنا فعليًا هو قدرتنا على تقديم منتجات محلية بخيارات وصول عالمية – وهي معادلة تجعل من Fun & Sun منافسًا جادًا على قيادة السوق الإقليمية في مجال السفر متعدد الوجهات.

ما هي الأسواق التي تركزون عليها حاليًا، وهل هناك خطط للتوسع في مناطق جديدة مثل الشرق الأوسط أو أفريقيا؟ تركز Fun & Sun حاليًا على تعزيز أسواقها الأساسية والتوسع الاستراتيجي في مناطق جديدة.

ومع إطلاق منصتنا الجديدة funsuntravel.com، نُولي اهتمامًا خاصًا لمنطقة الخليج والشرق الأوسط. وتُعد الإمارات العربية المتحدة مركزنا الإقليمي الرئيسي لتطوير السياحة الصادرة، ونشهد اهتمامًا متزايدًا من شركاء B2B في دول مثل السعودية، والكويت، وعُمان، وقطر.

ولا يعتمد تركيزنا الإقليمي فقط على أعداد المسافرين، بل على القدرة على تقديم منتجات قابلة للحجز مدعومة بخبرة محلية. هذه هي الطريقة التي نخطط من خلالها للنمو – خطوة بخطوة، سوقًا تلو الآخر، من خلال التكنولوجيا الموثوقة، والمنتجات المُنسقة، والاتصال الإنساني الحقيقي.

الملتقى arabian travel market®

ملحق الرحلة الخاص

سوق السفر العربي دبي 2025

الرحلة

أبريل 2025 28

برعاية 6



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي

كيف تتكيف Fun & Sun مع التحول الرقمي في قطاع السياحة، وهل هناك مبادرات تقنية قادمة لدعم شركائكم؟

التحول الرقمي هو في صميم استراتيجية Fun & Sun للنمو والبقاء ذات صلة عالميًا. نحن ندرك أن شركاء السفر اليوم بحاجة إلى أكثر من مجرد منتجات رائعة – فهم بحاجة إلى أنظمة ذكية وسلسة توفر الوقت، وتقلل من الجهد اليدوي، وتعزز الثقة في عملية الحجز.

لدعم ذلك، أطلقنا منصة www.funsuntravel.com – وهي منصة حجز حديثة موجهة أولًا لشركاء B2B من خارج روسيا في منطقة الخليج ورابطة الدول المستقلة وغيرها. وتوفر المنصة إمكانية الوصول في الوقت الفعلي إلى:

- الفنادق (المتعاقدة والديناميكية)
- الباقات السياحية
- الجولات اليومية وخدمات النقل
- الرحلات الجوية

وكلها قابلة للحجز مع تأكيد فوري، وأدوات تصفية متقدمة، وإمكانية دخول على مدار الساعة.

نقوم أيضًا بتوسيع نظامنا التكنولوجي من خلال:

- تكامل واجهات API الواردة لجلب المحتوى من جهات خارجية، خاصة للوجهات خارج محفظتنا الأساسية
- قدرات API الصادرة لتمكين الشركاء العالميين من توزيع محتوى Fun & Sun عبرمنصاتهم الخاصة
- لوحات تحكم مخصصة للوكلاء، وتبسيط إجراءات الانضمام، وتنسيقات محتوى خاصة بكل منطقة (بما في ذلك العملة واللغة والتفضيلاتالمحلية)

بناء بوابة تقنية لسفر عالميمنسق وقابل للتكيف مع اسلوب تشغيل كل شريك

رؤيتنا طويلة الأمد هي بناء نموذج مرن يمكن دمجه بسهولة، يجعل من Fun & Sun ليس فقط مزودًا للخدمات السياحية – بل بوابة تقنية لسفر عالمي مُنسق، وقابل للتكيف مع أسلوب تشغيل كل شريك.

نفخر بما أحرزناه حتى الآن، ونتحمس لإطلاق العديد من التحديثات وأدوات الشركاء خلال الأشهر القادمة.

ما الدور الذي تلعبه الشراكات الاستراتيجية في نمو وتوسع شر كتكم ؟

تلعب الشراكات الاستراتيجية دورًا محوريًا في نمو Fun & Sun – سواء في أسواقنا المحلية أو في جهود التوسع العالمي. نحن نؤمن أن النجاح طويل الأمد في السياحة لا يأتي فقط من امتلاك منتجات ممتازة، بل من بناء علاقات قوية وموثوقة عبر منظومة السفر بأكملها.

سواء كانت شراكات مع شركات طيران، أو هيئات سياحية محلية تدعم الترويج للوجهات، أو وكالات سفر B2B وموزعين يستخدمون نظامنا – فإن كل شراكة تمثل جسرًا للنمو والموثوقية والتأثير في صناعة شديدة التنافسية.

ومع توسعنا في مناطق جديدة مثل الخليج والشرق الأوسط، نرى أن الشراكات هي الوسيلة الأسرع والأكثر فاعلية لتوطين عروضنا. ويشمل ذلك التعاون مع شركات إدارة وجهات محلية، ومزودي خدمات تقنية، وسلاسل فنادق لتعزيز محفظتنا – وتقديم تكامل سلس عبر واجهات API.

نحن لا نرى أنفسنا مجرد مزود خدمات – بل شريك مرن وموجه للحلول، يستمع، ويتكيف، ويصنع النجاح المشترك. هذه الفلسفة هي ما شكل طريقة عملنا في روسيا، وهي ذات النهج الذي نحمله معنا إلى كل سوق جديد ندخله.

كيف تقيمون تأثير التغيرات الجيوسياسية والاقتصادية على السياحة وعلى عملياتكم ا لتشغيلية ؟

قطاع السياحة دائمًا ما يكون على ارتباط وثيق بالتطورات الجيوسياسية والاقتصادية، وبصفتنا شركة سفر عالمية، تعلمت Fun & Sun كيفية التعامل مع هذه التغيرات بمرونة وبعد نظر.

على مدار السنوات الماضية، شهدنا تحولات كبيرة في تدفقات السفر، وأنماط الطلب، وأولويات الشركاء – غالبًا بسبب أحداث جيوسياسية، أو تقلبات في أسعار العملات، أو تغييرات في أنظمة التأشيرات. ويمكن أن تؤثر هذه العوامل على كل شيء، من سعة الرحلات إلى ثقة ا لمستهلك .

لكن بدلًا من اعتبار هذه التحديات عوائق، فإننا نراها مؤشرات على ضرورة تعديل استراتيجيتنا. ولهذا السبب استثمرنا في:

- تنويع محفظتنا من الوجهات عبر مناطق متعددة، لتقليل الاعتماد على سوق واحد فقط
- تشغيل يعتمد على التكنولوجيا، مما يتيح لنا الاستجابة بسرعة لأي تغييرات في الطلب أو الوصول

ستبقى السياحة عرضة للتقلبات دائمًا – لكن مع رؤية واضحة، وشراكات قوية، والأدوات الصحيحة، نؤمن بأن Fun & Sun في موقع قوي يمكنها من تجاوز تلك التحديات وتحقيق نمو مستدام.

من شركة إقليمية رائدة إلى منظومة سفر عالمية حقيقية مدعومة بالتكنولوجيا

ما هي رؤيتكم للسنوات الخمس المقبلة؟ وهل تفكرون في التوسع في مجالات متخصصة مثل السياحة الصحية أو البيئية؟

رؤية Fun & Sun للسنوات الخمس القادمة تتمثل في التطور من شركة إقليمية رائدة إلى منظومة سفر عالمية حقيقية – مدعومة بالتكنولوجيا، وموثوقة من قبل المحترفين، وملهمة بتجارب مُنسقة. نهدف إلى تعزيز موقعنا في السياحة متعددة الوجهات، مع بناء مجالات جديدة تعكس تفضيلات المسافرين المتغيرة واحتياجات السوق المتنامية.

كما أننا ملتزمون بتحسين الاستدامة والسفر المسؤول عبر سلسلة التوريد الخاصة بنا – بدءًا من تصميم البرامج السياحية إلى نوعية التجارب التي نروج لها.

وقبل كل شيء، هدفنا هو أن نكون أكثر من مجرد منصة حجز أو مزود خدمات – نريد أن نكون شريكًا استراتيجيًا يقدم قيمة ونمو وابتكار لكل وكالة، وكل وجهة، وكل مسافر نخدمه.

المشاركة في المعارض السياحية العالمية جزءًا أساسيًا من استراتيجياتنا

كيف تنظرون إلى مشاركتكم في المعارض السياحية العالمية، وما مدى أهمية هذه المنصات لنمو علامتكم التجارية؟

تُعد المشاركة في المعارض السياحية العالمية جزءًا أساسيًا من استراتيجية Fun & Sun الدولية. فهذه المنصات تتيح لنا ليس فقط عرض منتجاتنا، بل الأهم من ذلك، التواصل مع شركائنا، والاستماع لاحتياجات السوق، وتعزيز مكانة علامتنا التجارية على الساحة العالمية .

وبالنسبة لنا، المعارض ليست مجرد وسيلة للظهور – بل هي وسيلة لبناء الثقة. الجلوس وجهًا لوجه مع الشركاء، والإجابة على أسئلتهم في الوقت الفعلي، وإظهار مرونة نظامنا، تُسهم جميعها في بناء علاقات تتجاوز مجرد المعاملات التجارية.

كما أنها ضرورية لاكتشاف توجهات السوق الجديدة، واستكشاف شراكات استراتيجية، والشروع في تكاملات عابرة للحدود – سواء عبر ربط API جديدة، أو تعاونات فندقية، أو حملات ترويجية مشتركة.

ومع استمرار Fun & Sun في التوسع عالميًا، تبقى هذه الفعاليات جزءًا حيويًا من خارطة طريقنا – تساعدنا على البقاء على اتصال، وعلى صلة، وعلى استعداد للمستقبل في مشهد سفر سريع التغير.

ما نوع الدعم الذي ترغبون في رؤيته من الحكومات لتعزيز دور الشركات B2B في القطاع السياحي؟

شركات B2B هي العمود الفقري لصناعة السياحة، ورغم ذلك غالبًا ما يُغفل عن دورها. نعتقد أن الحكومات يمكن أن تدعم هذا القطاع من خلال تعزيز التعاون بين القطاعين العام والخاص، وتبسيط إجراءات مثل إصدار التأشيرات، وتشجيع الابتكار والتحول ا لرقمي .

كما أن إنشاء منصات للترويج المشترك، والاستثمار في التدريب، وفتح حوار أكثر انفتاحًا مع الهيئات السياحية، يمكن أن يساعد شركات B2B مثل Fun & Sun في توسيع أثرها، وربط الأسواق، والمساهمة بشكل أكثر فاعلية في اقتصاد السفر العالمي.

FUN & SUN

b2b.funsuntravel.com

FUN & SUN

WHERE TRAVEL BEGINS

Holiday Experiences. Hotel Access. B2B Booking Power.

Tailored for Travel Professionals Across the Globe.

WHAT WE OFFER ?

HOLIDAY PACKAGES

Tailored experiences across Russia, Turkey, Thailand, Egypt & more

HOTELS & RESORTS

Real-time availability, contracted rates, and instant confirmation

DAILY TOURS & TRANSFERS

Curated activities, city breaks, and personalized ground services

Group Tours . Family Trips

FIT & Custom Travel

MICE Services

YOUR BOOKING POWER 24/7

- Instant Access to Hotel & Package Inventory
- Multi-destination Booking | One Login
- Smart Filters | Real-time Availability
- Built for Agencies — Built for You

b2b@funsuntravel.com

b2b.funsuntravel.com

الرحلة

ملحق الرحلة الخاص

سوق السفر العربي
دبي 2025

الملتقى arabian travel market®

أبريل 28 2025

برعاية 8



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



شريف فتحي
وزير السياحة المصري

مصر ترسم ملامح مستقبلها السياحي ... 15.8 مليون زائر في 2024.. و25% نمو في الربع الأول من 2025

في أجواء تعكس الحراك المتصاعد للسياحة العربية والعالمية، وعلى هامش مشاركته في فعاليات سوق السفر العربي بدبي، تحدث وزير السياحة المصري لـ"الرحلة" عن ملامح النهضة السياحية التي تشهدها مصر حاليًا، مدعومةً برؤية استراتيجية تضع التنوع والاستدامة والابتكار في صدارة أولوياتها.

قفزات استثنائية للسياحة المصرية وسط مشهد عالمي متغير

وأشار الوزير إلى أن مصر سجلت أداءً لافتًا خلال عام 2024 باستقبال 15.8 مليون سائح، محققةً نموًا بنسبة 6% مقارنة بالعام السابق، بينما واصلت مؤشرات الانتعاش قفزاتها خلال الربع الأول من عام 2025 بتحقيق نمو تجاوز 25% مقارنة بنفس الفترة من 2024، متخطية بذلك مستويات ما قبل الجائحة بنسبة تفوق 21%.

وأكد الوزير أن هذه النتائج لم تأتِ مصادفة، بل كانت ثمرة خطط مدروسة شملت تيسير التأشيرات، وتوسيع الطاقة الاستيعابية للفنادق، وتعزيز تجربة السائح منذ وصوله إلى مغادرته، في إطار جهود متكاملة لتأكيد مكانة مصر كأحد أهم المقاصد السياحية في العالم.

"تنوع لا يُضاهى": شعار يقود السياحة المصرية نحو 2030

وأضاف الوزير:" من أبرز الإنجازات التي حققناها مؤخرًا، تمديد العمل بتأشيرة الترانزيت المجانية لمدة 96 ساعة حتى نهاية أبريل 2026 بجميع مطارات مصر، بالإضافة إلى إصدار ضوابط لترخيص وحدات شقق الإجازات (Holiday Homes) لزيادة الطاقة الفندقية وتحسين جودة الخدمات السياحية، فضلًا عن تطوير البنية الخدمية للمواقع السياحية لتحسين تجربة السائح منذ لحظة وصوله وحتى مغادرته."

وأوضح الوزير أن رؤية مصر السياحية للسنوات الخمس المقبلة ترتكز على تعزيز مكانة مصر كأحد أكثر المقاصد تنوعًا في العالم تحت شعار "تنوع لا يُضاهى"، موضحًا:

"نعمل على تقديم منتج سياحي متكامل يجمع بين الثقافة والترفيه والطبيعة والعلاج والرياضة، بما يفتح أمامنا آفاقًا تسويقية واسعة. كما أن الاستدامة السياحية أصبحت في قلب استراتيجيتنا، حيث نعمل على تمكين المجتمعات المحلية وتعزيز وعيها بأهمية الحفاظ على تراثنا الثقافي والطبيعي."

كما أن مفهوم السياحة المستدامة بات محورًا رئيسيًا في هذه الرؤية، من خلال تمكين المجتمعات المحلية، وتحفيز مشاركتها في الاستفادة من العائدات السياحية، بما يعزز من وعيها بأهمية الحفاظ على التراث الثقافي والطبيعي.

تحديات عالمية وفرص محلية: كيف تتعامل مصر مع معوقات التنمية السياحية

أردف الوزير قائلا:" رغم الطفرة الكبيرة التي نعيشها، فإننا نواجه تحديات مثل تقلبات الأسواق العالمية نظرا للظروف الجيوسياسية والمنافسة الدولية القوية، والحاجة الدائمة إلى تطوير البنية التحتية والخدمات الداعمة. وللتعامل مع هذه التحديات، نعتمد على الابتكار السياحي وتحسين بيئة الاستثمار

> ان وزارة السياحة والآثار تدعو المستثمرين إلى استغلال الزخم الحالي في القطاع السياحي، حيث توفر الدولة بيئة استثمارية جاذبة وتؤكد على التزامها الكامل بتوفير مناخ آمن ومرن للاستثمار، بما يسهم في تحقيق التنمية المستدامة ودعم الاقتصاد الوطني

الرحلة

ملحق الرحلة الخاص
سوق السفر العربي
دبي 2025

الملتقى arabian travel market®

أبريل 2025 28

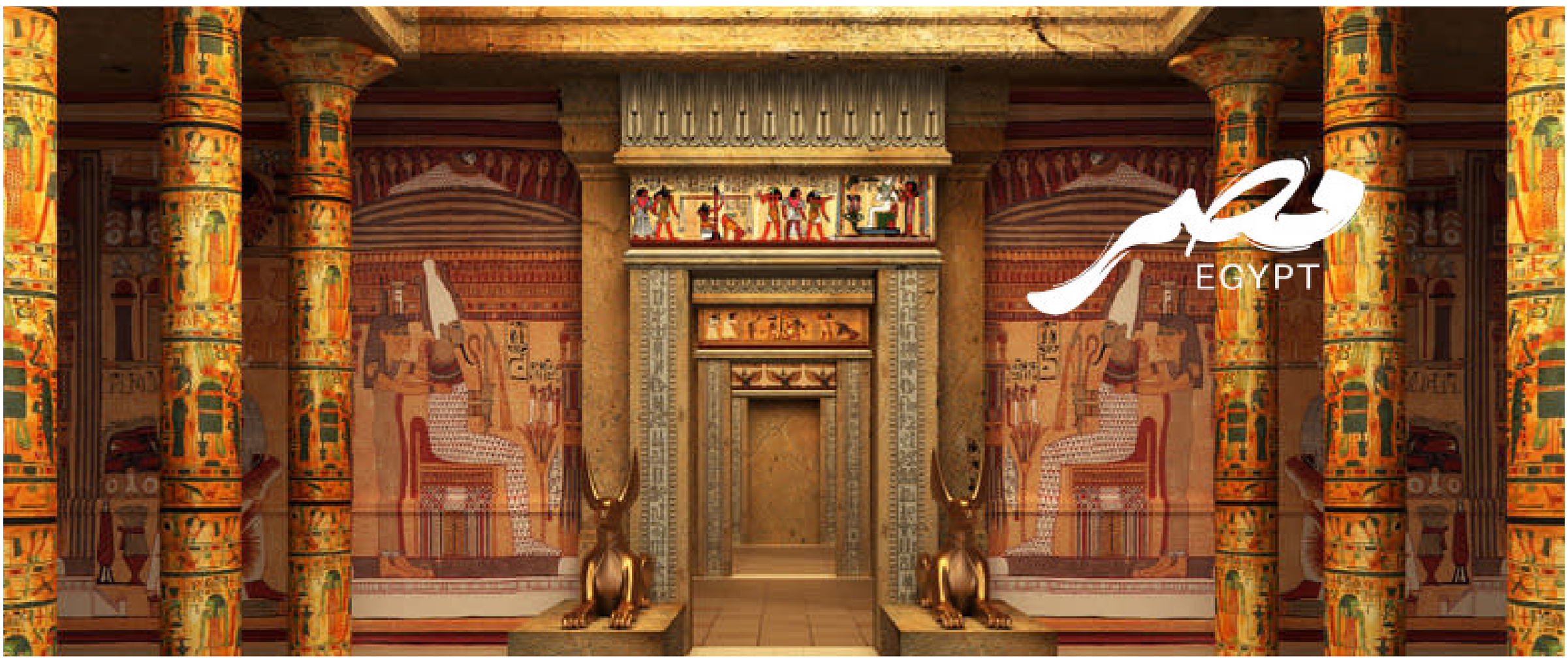
برعاية 9



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



وتكثيف الحملات الترويجية الذكية."

1.9 مليون زائر لمعرض "قمة الهرم" بالصين: استهداف أسواق آسيا وأمريكا اللاتينية

وتابع:" تسعى مصر بقوة إلى فتح أسواق سياحية جديدة، خصوصًا في آسيا وأمريكا اللاتينية، حيث ترتفع معدلات النمو السياحي، ويتزايد الاهتمام بالوجهات الغنية بالتراث والثقافة.

من أبرز الجهود المبذولة:
· إطلاق حملات ترويجية مخصصة بالتعاون مع منظمي الرحلات في الصين، اليابان، كوريا الجنوبية، البرازيل، والأرجنتين.
· إقامة معارض أثرية كبرى مثل معرض "قمة الهرم - حضارة مصر القديمة" في الصين الذي جذب 1.9 مليون زائر، ومعرض "رمسيس وذهب الفراعنة" في اليابان الذي استقطب أكثر من 45 ألف زائر خلال أسابيع معدودة.
· المشاركة في فعاليات دولية مرموقة مثل WTM ساو باولو وITB الصين وILTM للسياحة الفاخرة.
كما يتم تنظيم رحلات تعريفية (FAM Trips) تستهدف وكلاء السفر والإعلاميين من هذه الأسواق لتعريفهم بالمقومات السياحية المصرية الفريدة.

شراكات استراتيجية نحو سياحة خضراء ومستدامة
وبين وزير السياحة المصري ان الشراكات مع القطاع الخاص تلعب دورًا محوريًا في دعم جهود وزارة السياحة لتحقيق الاستدامة البيئية، مبينا ان من أبرز الإنجازات:
· تطبيق معايير الطاقة النظيفة في 41% من المنشآت الفندقية.
· حصول 30% من مراكز الغوص على شهادة "الزعانف الخضراء" (Green Fins).
· تركيب محطات للطاقة الشمسية في مواقع أثرية بارزة مثل الأهرامات ومتحف شرم الشيخ.
· توفير عربات نظيفة الطاقة للزوار في مناطق مثل أهرامات الجيزة.

تنويع المنتج السياحي: البيئة والرياضة والاستشفاء في قلب الخطة
وكشف الوزير ان الوزارة تسعى حاليًا إلى تقديم أنماط سياحية مبتكرة تستجيب للتغيرات في تفضيلات السائحين العالميين، ومنها:
· السياحة البيئية: بالتعاون مع وزارة البيئة، يتم تطوير مناطق مثل واحة سيوة ومحميتي رأس محمد ونبق.
· السياحة الرياضية: من خلال فعاليات كبرى مثل بطولة الجونة الدولية للإسكواش، وماراثون الأهرام، ورالي تحدي عبور مصر.
· السياحة الاستشفائية عبر تسويق العيون الكبريتية والمناطق العلاجية في سيوة وسفاجا والواحات.

مدن اخرى على خريطة السياحة: الفيوم والمنيا وسيوة والوادي الجديد
كما أوضح ان الوزارة تركز حاليًا على تطوير المدن والمناطق الأقل شهرة، بهدف توزيع الحركة السياحية بشكل أكثر توازنًا. وتشمل الجهود:
· رفع كفاءة المرافق والخدمات في مناطق مثل الفيوم وسيوة والوادي الجديد.
· تسهيل الوصول لذوي الهمم إلى المواقع الأثرية والسياحية.
· دعم الرحلات النيلية الطويلة لدمج مدن الصعيد بخريطة السياحة الثقافية.
· زيادة الطاقة الفندقية مع التركيز على المعايير البيئية والجودة.

التكنولوجيا الرقمية: قفزة نوعية في تجربة السائح
وعن أهمية التكنولوجيا الرقمية، فقال لوزير:" أصبحت التكنولوجيا ركيزة أساسية لتعزيز التجربة السياحية، ومن أبرز الإنجازات:
· إطلاق منظومة حجز التذاكر الإلكترونية في 112 موقعًا ومتحفًا.
· تطوير مواقع إلكترونية رسمية تقدم خدمات متكاملة للمستثمرين والسائحين.
· إطلاق حملات ترويجية تدمج الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز، مثل التعاون مع "ميتا" لإحياء الآثار عبر "إنستجرام".
· ميكنة تراخيص المنشآت السياحية وتطوير منصة تعليم إلكتروني للعاملين في القطاع.

المعارض الدولية: منصات ذهبية لدعم السياحة المصرية
رغم بعض التحديات، تواصل مصر المشاركة الفعالة في المعارض الدولية، مثل سوق السفر العربي (ATM) 2025، حيث تشارك بجناح ضخم تبلغ مساحته 800 متر مربع ويضم 77 عارضًا.
تلعب هذه المعارض دورًا جوهريًا في:
· الترويج لمصر في أسواق الخليج.
· توقيع الشراكات الاستراتيجية.
· عرض الفرص الاستثمارية الواعدة في القطاع.

رسالة إلى المستثمرين.. اغتنموا الفرصة الذهبية
وبين الوزير ان وزارة السياحة والآثار تدعو المستثمرين إلى استغلال الزخم الحالي في القطاع السياحي، حيث توفر الدولة بيئة استثمارية جاذبة تقوم على:
· منصة مركزية لعرض فرص الاستثمار الاستراتيجية.
· تبسيط الإجراءات عبر سياسة "الشباك الواحد".
· مراجعة الرسوم والإجراءات لتسهيل الدخول إلى السوق المصرية.

كما أكد على التزام الحكومة الكامل بتوفير مناخ آمن ومرن للاستثمار، بما يسهم في تحقيق التنمية المستدامة ودعم الاقتصاد الوطني.

الرحلة

ملحق الرحلة الخاص

سوق السفر العربي
دبي 2025

الملتقى arabian travel market®

أبريل 28 2025

برعاية

FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY



أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



جاكوز كلوديل
مدير عام منتجع مازاغان

منتجع مازاغان بيتش آند جولف
ملاذ عائلي وعالمٍ يجمع بين المتعة الخالصة والتجارب المنعشة

في قلب الساحل الأطلسي المغربي، وتحديداً في مدينة الجديدة، يقف منتجع مازاغان كواحد من أبرز الوجهات الفاخرة في المنطقة، حيث ينسج بين سحر الضيافة المغربية وأعلى معايير الرفاهية العالمية. وفي حوار خاص مع جريدة "الرحلة"، تحدث السيد جاك كلوديل، المدير العام لمنتجع Mazagan Beach & Golf Resort، عن رؤية المنتجع في ترسيخ مكانته كوجهة فاخرة إقليمياً ودولياً، وكشف عن مشاريع تطويرية جديدة وخطط مبتكرة لتعزيز تجربة الضيوف. كما تناول مشاركتهم المرتقبة في معرض سوق السفر العربي 2025، والدور المحوري الذي يلعبه المنتجع في الترويج للسياحة المستدامة والثقافية في مدينة الجديدة والمغرب ككل، وجاء نص المقابلة على النحو التالي:

- ما الذي يُميّز منتجع مازاغان كوجهة فاخرة على المحيط الأطلسي المغربي؟

يُعّد منتجع مازاغان واحدًا من أبرز الوجهات السياحية الفريدة من نوعها في المغرب. وهو يمتد على طول سبعة كيلومترات من الشاطئ الأطلسي ويجمع بين سحر المغرب الأصيل وفخامة الضيافة العالمية. ومن الشاطئ الشاسع والحدائق الغنّاء، إلى ملعب الغولف العالمي والمنتجع الصحي الفاخر - كل زاوية في المنتجع تقدم تجربة استثنائية. وما يميزنا حقاً هو تنوع عروضنا - فنحن نستقبل العائلات، والأزواج، والمجموعات، وعشّاق الغولف، مع ضمان مستوى عالٍ من الخصوصية، والأناقة، وجودة الخدمة في كل تجربة نقدمها.

- كيف يُسهم المنتجع في الترويج لمدينة الجديدة كوجهة سياحية عالمية؟

بصفته أحد أبرز المنتجعات على الساحل الأطلسي المغربي، يلعب مازاغان دورًا رئيسيًا في إبراز مدينة الجديدة على خارطة السياحة العالمية. ونحن نتعاون عن قرب مع المكتب الوطني المغربي للسياحة وشركائنا المحليين للترويج للغنى الثقافي والتاريخي والطبيعي للمنطقة. ونشجع ضيوفنا على استكشاف ما هو خارج حدود المنتجع، من خلال تجارب مُنسقة بعناية تشمل زيارة الموقع البرتغالي التاريخي، والقرى الحرفية، والأسواق المحلية الحيوية. ومن خلال استقطاب السياح الدوليين، نُسهم في رفع مكانة المدينة ودعم اقتصادها المحلي.

- ما هي أبرز التحديثات أو المشاريع الجديدة التي يعمل عليها المنتجع؟

يسعدنا الإعلان عن إتمامنا لتجديد كامل يشمل جميع غرف المنتجع، بتصاميم عصرية تعكس روح الأناقة المغربية. كما يقوم الشيف التنفيذي لدينا بإعادة ابتكار قوائم الطعام في عدد من مطاعمنا المميزة، ليقدم نكهات جديدة وتجارب راقية لعشّاق المذاق. ومع اقتراب موسم الصيف، نستعد أيضاً لإعادة افتتاح بعض المطاعم المفضلة مثل "Beach Barbecue"، و"Buddha-Bar Beach"، بالإضافة إلى تجربة حصرية جديدة "Sum-mer Grill by George" في نادي الغولف - تجربة طعام راقية في أجواء منعشة.

وفيما يتعلق بالأنشطة، يمكن للضيوف الاختيار من بين أكثر من عشرين تجربة موجهة لمختلف الأعمار والاهتمامات، تشمل الرياضة، الاسترخاء، والأنشطة العائلية الممتعة. كما سيتم إنشاء ملعب بادل بالمنتجع لتعزيز الخيارات الترفيهية هذا الصيف.

> يُعّد معرض سوق السفر العربي محطة أساسية في استراتيجيتنا للتوسع العالمي، وفرصة ذهبية للتواصل مع شركائنا في منطقة الخليج، وعرض أحدث مستجدات المنتجع، وفهم تطلعات المسافر الخليجي. وخلال نسخة 2025

برعاية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي









MAZAGAN

4- ما دور المنتجع في دعم السياحة المستدامة والبيئية في المنطقة؟

يفخر منتجع مازاغان بلعب دور ريادي في تعزيز السياحة المستدامة والمسؤولة، عبر التزام طويل الأمد بالحفاظ على البيئة ودعم المجتمع المحلي.

وقد حظينا مؤخرًا على شهادة EarthCheck الذهبية، كأول منتجع في المغرب ينال هذا التكريم المرموق - تقديرًا لجهودنا المتظافرة في تقليل الأثر البيئي وتعزيز التأثير المجتمعي الإيجابي. حيث نعتمد تقنيات متقدمة لإعادة تدوير المياه، ونظم ري ذكية إلى التسميد وتقليل استخدام البلاستيك والحلول الموفرة للطاقة، نبحث دائماً عن طرق مبتكرة لإحداث فرق. يتجاوز التزامنا حدود البيئة من خلال "أكاديمية مازاغان" التي تدرّب الشباب المهمشين على العمل في قطاع الضيافة، كما ندعم الحرفيين المحليين وسلاسل التوريد القصيرة. بالنسبة لنا، الاستدامة ليست مجرد توجه، بل التزام نرسّخه من خلال تدريب الموظفين المستمر والاستثمار في معايير أعلى كل يوم.

- ما أهمية مشاركتكم في معرض سوق السفر العربي 2025؟

يُعّد معرض سوق السفر العربي محطة أساسية في استراتيجيتنا للتوسع العالمي، وفرصة ذهبية للتواصل مع شركائنا في منطقة الخليج، وعرض أحدث مستجدات المنتجع، وفهم تطلعات المسافر الخليجي. وخلال نسخة 2025، نركز بشكل خاص على تسليط الضوء على غرفنا المجددة، والتجارب المصممة حسب الطلب، والعروض المخصصة للعائلات والنزلاء المميزين من منطقة الخليج وخارجها.

- كيف تستقطبون الزوار من أسواق الخليج والشرق الأوسط؟

نبدأ من خلال خطط تسويقية واتصالية مخصصة، تديرها مكاتبنا الإقليمية ووكالات العلاقات العامة المتخصصة. كما نستفيد من السمعة القوية لمجموعة Kerzner International المالكة للعلامة، والتي تحظى بثقة عالية في المنطقة.

وبالتوازي، نستثمر في حملات موجهة، وتتعاون مع أبرز وكالات السفر في الخليج، ونشارك بفعالية في الفعاليات المتخصصة لتعزيز العلاقات مع الشركاء الحاليين وبناء علاقات جديدة.

كما تعتمد استراتيجيتنا على فهم عميق لاحتياجات المسافر الخليجي الذي يقدّر الخصوصية، والخدمة الشخصية، والمرافق الفاخرة، والأجواء العائلية. ولذلك نوفر أجنحة وغرف عائلية واسعة، وتجارب مخصصة تعكس أصالة وجهتنا ودفء الضيافة المغربية.

- ما أنواع التجارب التي تقدمونها للباحثين عن الفخامة والثقافة؟

يوفّر المنتجع مزيجًا فريدًا من الضيافة الراقية والتجارب الثقافية التي تنقل الضيوف إلى قلب التراث المغربي الأصيل. داخل المنتجع، يمكن للضيوف الاستمتاع بالحمام المغربي التقليدي، وتذوق الأطباق المغربية الغنية بالتوابل والنكهات المحلية، في أجواء تعكس جمالية الزخارف التقليدية كزليج الفسيفساء والخشب المنحوت.

وللباحثين عن تجربة أعمق، ينظم المنتجع جولات خاصة إلى المدينة البرتغالية المصنّفة من قبل اليونسكو حيث تمتزج التأثرات البرتغالية والعربية والبربرية في فنون العمارة والتاريخ المذهل. يمكن للنزلاء أيضاً استكشاف الأسواق التقليدية، والتقاء الحرفيين اليدويين، أو حتى ركوب الخيل على الطرق الساحلية القديمة - جميعها مصممة بحسب رغبات الضيوف. إن كل تجربة ثقافية مدروسة بعناية لتقدم إحساسًا أصيلاً بالمكان، مع المحافظة على أعلى معايير الراحة والفخامة التي يتوقعها ضيوفنا.

- كيف يتكيّف المنتجع مع التغيرات العالمية في قطاع السياحة بعد الجائحة؟

لقد تغيّرت خارطة السفر حول العالم، وكان لا بد من مواكبة هذه التغيرات. وتبقى الصحة والسلامة أولوية قصوى لدينا، من خلال بروتوكولات مشددة مدمجة بسلاسة في تجربة الضيف.

كما اعتمدنا الابتكار الرقمي لجعل رحلة الضيف أكثر سلاسة وتخصيصًا - بدءًا من تطبيق الهاتف الذكي، إلى روبوت المحادثة المدعوم بالذكاء الاصطناعي الذي يوفّر دعمًا فوريًا ومقترحات حسب احتياجات الضيف قبل وأثناء وبعد الإقامة.

وبالطبع، التكنولوجيا ليست سوى جزء من المعادلة، ففريقنا

الرحلة

ملحق الرحلة الخاص

سوق السفر العربي
دبي 2025

الملتقى arabian travel market®

أبريل 2025 28

برعاية 12



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي





- من الجديدة إلى العالم: كيف يسوّق مازاغان المغرب كوجهة سياحية دولية؟
- منتجع مازاغان يكشف عن مشاريع صيفية جديدة وتجارب مميزة لعشاق الرفاهية
- الاستدامة ليست خياراً... بل التزام: مازاغان يحصد شهادة EarthCheck الذهبية
- التكنولوجيا والرفاهية جنباً إلى جنب: مازاغان يعيد تعريف تجربة الضيوف بعد الجائحة
- نحو حضور إقليمي أقوى: مازاغان يعزز شراكاته في الخليج ويستعد لسوق السفر العربي 2025

المخصص لتجربة الضيوف يقدّم خدمة شخصية متميزة بدءًا من الحجز وحتى المغادرة، لضمان شعور كل ضيف بالاهتمام الخاص به .

ونرصد كذلك ارتفاعًا في الطلب على التجارب الاستجمام بالهواء الطلق، في مساحات مفتوحة وخاصة- وهي عناصر نجدها متجذّرة في تجربة مازاغان الطبيعية .

وإن استراتيجيتنا لما بعد الجائحة ترتكز على ثلاث ركائز: المرونة، الاستجمام، والخدمة الشخصية، بما يتماشى مع تطلعات المسافر المعاصر.

- هل هناك شراكات مع وكالات سفر أو هيئات سياحية في العالم العربي؟

بكل تأكيد. لدينا شراكات قوية مع أهم وكالات السفر ومنظمي الرحلات في الخليج، ما يساعدنا في الوصول إلى الأسواق ذات الإمكانيات العالية، وتكييف عروضنا لتواكب تطلعات الضيوف .

كما نعمل عن قرب مع فرق المكتب الوطني المغربي للسياحة المتواجدة في المنطقة، من خلال حملات مشتركة، وفعاليات إعلامية، وجولات ترويجية تهدف إلى الترويج لمنتجع مازاغان والمغرب كوجهة متكاملة.

- ما هي رؤيتكم لتوسيع حضور المنتجع على المستويين الإقليمي والدولي؟

نطمح إلى ترسيخ مكانة منتجع مازاغان كأحد أبرز الوجهات الفاخرة في منطقة البحر المتوسط والشرق الأوسط، وليس فقط داخل المغرب.
كما نعمل على توسيع حضورنا الدولي من خلال التسويق الرقمي، والشراكات الاستراتيجية، والمشاركة في المنتديات السياحية الكبرى مثل معرض سوق السفر العربي.
وتركيزنا منصبّ على تقديم تجارب استثنائية، وتطوير خدماتنا باستمرار، ومواكبة التوجهات العالمية، دون أن نفقد الروح الحقيقية للضيافة المغربية الأصيلة.


arabian
travel market®
DUBAI
الملتقى
Mon 28 April - Thu 1May 2025

InstaCare



ترقبوا انطلاقة

...Instacare

حيث تصبح الصحة
أقرب من أي وقت
مضى!

Android
Download the
App Now

iOS
Download the
App Now

KATARA HOSPITALITY

كتارا للضيافة



50 عاماً YEARS
نغيّر عالم الضيافة

نطوّر عالم الضيافة.

الفخر هو ما نشعر به عند استذكار ماضينا؛ والشغف هو ما يبني حاضرنا؛ أما الغد، فله منّا كلّ التميّز.

كتارا للضيافة. نُجدّد التاريخ. نُلهم الأجيال. نُرحّب بالعالم.

RAFFLES DOHA · Fairmont DOHA فيرمونت الدوحة · RIXOS GULF HOTEL DOHA · RIXOS PREMIUM QETAIFAN ISLAND NORTH · قطيفان للمشاريع QETAIFAN PROJECTS · THE RITZ-CARLTON DOHA · Sheraton Grand DOHA RESORT & CONVENTION HOTEL · AL MESSILA RESORT & SPA DOHA · SHARQ VILLAGE & SPA · منتجع شاطئ سلوى Salwa Beach Resort

MÖVENPICK HOTEL DOHA · SOMERSET WEST BAY DOHA · DANA CLUB · HOTEL PARK · MURWAB HOTEL GROUP · شاطئ سيلين SEALINE BEACH من منتجعات مروب A MURWAB RESORT · سميسمة SIMAISMA من منتجعات مروب A MURWAB RESORT · جوري JOURI · THE BÜRGENSTOCK COLLECTION

BÜRGENSTOCK HOTELS & RESORT LAKE LUCERNE · ROYAL SAVOY HOTEL & SPA LAUSANNE · SCHWEIZERHOF HOTEL & SPA BERN · 1913 CARLTON CANNES · INTERCONTINENTAL MADRID · 1867 AMSTEL HOTEL AMSTERDAM · THE WESTIN EXCELSIOR ROME · EXCELSIOR HOTEL GALLIA A LUXURY COLLECTION HOTEL Milan · JW MARRIOTT GROSVENOR HOUSE LONDON

ADRIA EST 1870 · SAVOY · THE PENINSULA PARIS · LE ROYAL MONCEAU RAFFLES PARIS · MAISON DELANO PARIS · THE PLAZA NEW YORK · DREAM NEW YORK | DOWNTOWN · RAFFLES SINGAPORE · Fairmont TAZI PALACE TANGIER · RENAISSANCE SHARM EL SHEIKH GOLDEN VIEW BEACH RESORT · Chiva-Som

katarahospitality.com

الرحلة

ملحق الرحلة الخاص
سوق السفر العربي
دبي 2025

الملتقى arabian travel market®

أبريل 2025 28

برعاية

FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY



أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



حمدي خلف
المدير التجاري لشركة أجنحة الشام للطيران

"أجنحة الشام للطيران"...

جسر يربط سوريا بالعالم ويعيد إحياء السياحة

على هامش معرض سوق السفر العربي 2025 بدبي، التقت جريدة "الرحلة" بالسيد حمدي خلف، المدير التجاري لشركة أجنحة الشام للطيران، في حوار خاص كشف خلاله عن ملامح الطموح الكبير للشركة، واستراتيجياتها الحثيثة لتعزيز الربط الجوي بين سوريا والعالم، وتوسيع حضورها الإقليمي والدولي، متسلحة برؤية وطنية واضحة وإصرار على تجاوز التحديات ا لمحيطة .

في أروقة معرض سوق السفر العربي، وسط أجواء نابضة بالحيوية والتطلعات المستقبلية، برز جناح أجنحة الشام للطيران كإحدى المحطات البارزة التي تجذب الزوار والشركاء. هناك، التقينا بالسيد حمدي خلف، الذي تحدث بشغف عن رحلة الشركة، منذ انطلاقتها وحتى اليوم، وعن رؤيتها لتعزيز قطاع الطيران والسياحة في سوريا و ا لمنطقة .

أكد خلف أن أجنحة الشام للطيران تمضي قدمًا في دعم حركة السياحة والسفر عبر توسيع شبكة وجهاتها وربط سوريا بمختلف العواصم الإقليمية والعالمية، مع تركيز خاص على تسهيل حركة الجالية السورية المقيمة بالخارج وتشجيع السياحة الوافدة. وأوضح أن الشركة لا تكتفي بتسيير رحلات جوية، بل تسعى لتقديم تجربة سفر متكاملة تراعي راحة المسافر، من خلال خدمات متميزة تشمل المقاعد المريحة، الوجبات المتنوعة، والخدمات الترفيهية على متن الطائرات، إلى جانب توفير خدمات النقل المجانية في بعض الوجهات.

نركز على التوسع الأقليمي

وعن خطط التوسع في عام 2025، أشار خلف إلى أن أجنحة الشام تركز على التوسع الإقليمي كخطوة أولى، خصوصاً في أسواق تشهد طلباً متزايداً على السفر إلى سوريا، مع نظرة مستقبلية طموحة نحو المزيد من الأسواق العالمية. وتستهدف الشركة تنشيط أنماط سياحية متنوعة تشمل السياحة الدينية من العراق وإيران وباكستان، السياحة الثقافية من أوروبا الشرقية وأرمينيا، وكذلك السياحة العلاجية بالتعاون مع مراكز طبية سورية متخصصة .

مشاركة أجنحة الشام في معرض سوق السفر العربي تأتي في إطار سعيها لتعزيز موقعها كلاعب رئيسي في قطاع النقل الجوي الإقليمي، حيث تسعى لبناء شراكات استراتيجية جديدة، واستكشاف الفرص الاستثمارية، والترويج للخدمات والمنتجات السياحية التي تقدمها. ويرى خلف أن مثل هذه المعارض تشكل منصات

> يُعّد معرض سوق السفر العربي محطة أساسية في استراتيجيتنا للتوسع العالمي، وفرصة ذهبية للتواصل مع شركائنا في منطقة الخليج، وعرض أحدث مستجدات المنتجع، وفهم تطلعات المسافر الخليجي. وخلال نسخة 2025

برعاية
FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com
KATARA HOSPITALITY



أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي













مثالية للتواصل مع صناع القرار، ومعرفة أحدث الابتكارات والاتجاهات في صناعة السفر والسياحة.

رغم الظروف تظهر أجنحة الشام مرونة عالية

رغم البيئة الصعبة والتحديات الاقتصادية المفروضة على سوريا، إلا أن أجنحة الشام للطيران أظهرت مرونة عالية. تحدث خلف عن العقبات المرتبطة بالاستدامة البيئية، حيث أوضح أن العقوبات الاقتصادية تعرقل جهود تحديث الأسطول واعتماد تقنيات طيران أكثر صداقة للبيئة. ومع ذلك، فإن الشركة تعتمد على برامج صيانة دورية فعالة لتحسين كفاءة استهلاك الوقود وتقليل الانبعاثات الكربونية، إلى جانب جهودها في تقليص استخدام البلاستيك أحادي الاستخدام واستبداله بمواد قابلة لإعادة التدوير.

من جهة أخرى، تحتل التكنولوجيا مكانة محورية في خطط أجنحة الشام لتطوير عملياتها. وأوضح خلف أن الشركة تعمل على تحديث أنظمة الحجز المركزية (CRS)، واعتماد تقنيات تتبع الطائرات وإدارة الصيانة الذكية، مما يساهم في تحسين الجدولة وزيادة كفاءة الرحلات. أما على صعيد خدمة العملاء، فتسعى الشركة لتحسين منصات الحجز الإلكتروني، توفير إمكانية اختيار المقاعد، إدارة الحجوزات بمرونة، وتسهيل الحصول على الخدمات الإضافية.

وأشار خلف إلى أن الشركة تولي اهتمامًا خاصًا لاستخدام أدوات تحليل البيانات لفهم سلوك المسافرين بشكل أفضل، والعمل على تخصيص العروض والخدمات بما يتناسب مع توقعاتهم. كما يتم العمل على تطوير تطبيق موبايل متكامل، إلى جانب نظام ولاء رقمي متقدم يمنح العملاء المتكررين مزايا إضافية.

الشراكات كانت وما زالت جزء من استراتيجياتنا

الشراكات كانت وما زالت جزءًا أساسياً من استراتيجية أجنحة الشام لدعم السياحة المتكاملة. فالشركة ترتبط بشبكة واسعة من التعاون مع مكاتب السياحة والفنادق، سواء في سوريا أو في الوجهات التي تطير إليها، لتقديم عروض سفر وباقات متكاملة تشمل الإقامة والتنقل. وتروج هذه الباقات بشكل خاص خلال المواسم السياحية، مما يساهم في تحفيز الطلب وتعزيز التجربة السياحية للزوار. وفي سياق تعزيز صورة سوريا كوجهة سياحية آمنة وجاذبة، تتبنى أجنحة الشام مبادرات تسويقية مبتكرة. من خلال حملات إعلامية ومحتوى بصري يعكس غنى سوريا الثقافي والطبيعي، تسعى الشركة لإيصال رسالة للعالم مفادها أن سوريا، رغم التحديات، لا تزال تحتفظ بجمالها وثرائها الحضاري. وتلعب الشركة دور السفير الوطني في معارض السفر الدولية مثل معرض برلين السياحي (ITB Berlin)، وسوق السفر العربي (ATM)، ومعارض موسكو وطهران وبغداد.

الرحلة

ملحق الرحلة الخاص

سوق السفر العربي
دبي 2025

الملتقى arabian travel market®

أبريل 2025 28

برعاية

FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي









رؤية استراتيجية للتوسع الإقليمي والعالمي رغم التحديات

التكنولوجيا والاستدامة.. خطوات مدروسة لمستقبل أكثر كفاءة

شراكات ومبادرات لتعزيز صورة سوريا كوجهة واعدة



أما عن المستقبل، فيؤكد حمدي خلف أن أجنحة الشام للطيران تضع نصب أعينها تحديث أسطولها بطائرات حديثة وأكثر كفاءة، لتلبية احتياجات السوق المختلفة، سواء من حيث السعة أو المدى. وستواصل الشركة توسيع شبكتها الجوية، مع التركيز على الوجهات ذات الطلب المرتفع في مجالات السياحة الدينية، الثقافية والعلاجية.

ولضمان استقلالية تشغيلية أكبر، تسعى أجنحة الشام لتطوير مراكز الصيانة والتدريب، بما يضمن تأهيل الطواقم الفنية وطواقم الضيافة وفق أعلى المعايير الدولية. كما تخطط الشركة لتوسيع اتفاقيات الشراكة (codeshare) مع شركات طيران إقليمية وعالمية، مما يتيح لها تقديم تجربة سفر أكثر مرونة وتنوعًا لعملائها.

يبقى إلتزامنا راسخ بتقديم خدمات مميزة

وبينما تنسج أجنحة الشام للطيران خيوط رؤيتها المستقبلية، يبقى التزامها راسخًا بتقديم خدمات متميزة، ودعم السياحة، وتعزيز مكانة سوريا على خارطة السفر العالمية، بثقة وطموح لا يعرفان حدودًا.

أجنحة الشام
CHAM WINGS®
AIRLINES

We are born

TO FLY HIGH



FLY BEYOND THE LIMITS

برعاية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



رالف أوستندورف
مدير إدارة السوق في VisitBerlin

برلين تحتفل بالثقافة والابتكار في عام 2025

بفضل سلسلة من الفعاليات الكبرى والمعارض والعروض الفنية الرائدة، تواصل برلين تعزيز مكانتها في دوائر السياحة العالمية. ووفقًا لما ذكره رالف أوستندورف، مدير إدارة السوق في visitBerlin، فإن عام 2025 يبدو أنه سيكون عامًا مفصليًا للعاصمة الألمانية.

يقول أوستندورف: "يسعدنا أن نشارك مجددًا في معرض سوق السفر العربي 2025، إلى جانب المكتب الوطني الألماني للسياحة في الجناح رقم EU5150. وتكتسب مشاركتنا هذا العام طابعًا خاصًا، حيث نحتفل بالذكرى الـ200 لجزيرة المتاحف، أحد أهم المواقع الثقافية في برلين".

تُعد جزيرة المتاحف، المدرجة على قائمة التراث العالمي لليونسكو، موطنًا لخمسة من أشهر المتاحف في العالم، وستستضيف مجموعة من المعارض الخاصة والفعاليات المسائية الممتدة احتفالًا بمرور قرنين على إرث فني وتاريخي عريق. ومن المتوقع أن تجذب هذه الاحتفالات اهتمامًا عالميًا، مما يعزز صورة برلين كقوة ثقافية بارزة في أوروبا.

مهرجانات ومعارض لا ينبغي تفويتها

تحتضن برلين في عام 2025 رزنامة حافلة بالأحداث الرياضية والثقافية المتميزة، مثل بطولة برلين المفتوحة للتنس، وماراثون برلين الشهير، والمباراة المنتظرة من دوري كرة القدم الأمريكية (NFL) في المدينة. ومع ذلك، فإن أحد أبرز الأحداث سيكون العرض العالمي الأول للإنتاج الجديد من سيرك دو سولي، والذي سيتم تقديمه على مسرح دائم في برلين هذا الخريف. ومن المتوقع أن يجذب هذا العرض العائلي الفريد عددًا كبيرًا من الزوار.

برلين وجهة لجميع الأجيال

ويضيف أوستندورف: "ثلث مساحة المدينة عبارة عن مساحات خضراء، مما يجعلها مثالية للسفر العائلي بين الأجيال. نحن نقدم شيئًا لكل شخص، بدءًا من المتاحف التفاعلية للأطفال وحدائق الحيوانات المميزة، وصولًا إلى التسوق الفاخر في شارع كورفورستندام وتجارب الطعام الراقية".

تُعد البنية التحتية الحديثة لبرلين ووسائل النقل العامة الفعالة والأجواء الترحيبية من أبرز العوامل التي تجعلها من أكثر الوجهات سهولة في الوصول إليها بأوروبا.

بوابة مرحبة بالسياح العرب والمسلمين

تعزز برلين من مكانتها كوجهة مرحبة بالسياح العرب، إذ يشير أوستندورف إلى أن "برلين تحتضن مجتمعًا مسلمًا نشطًا يشكل 8% من سكانها، مع أكثر من 80 مسجدًا وموقعًا للصلاة، بالإضافة إلى العديد من خيارات الطعام الحلال والفنادق المناسبة للمسلمين".

ولتسهيل تجربة السفر، أنشأت visitBerlin منصة مخصص: www.visitberlin.de/en/ber-

الرحلة

ملحق الرحلة الخاص

سوق السفر العربي
دبي 2025

الملتقى arabian travel market®

أبريل 2025 28

برعاية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



lin-muslim-travellers، والتي توفر دليلاً عمليًا لأماكن تناول الطعام الحلال، ومواقع الصلاة، والأنشطة العائلية، والرحلات الخارجية في الهواء الطلق. ويضيف أوستندورف: "لقد تم إعداد هذه المنصة بعناية لتجعل من كل مرحلة من الرحلة تجربة مريحة وسلسة".

كما أشار إلى أن الفريق يعمل على إنتاج محتوى ومقابلات حصرية حول السياحة الحلال لإلهام وتوعية المسافرين من الشرق الأوسط.

ارتفاع في أعداد الزوار الشباب والعفويين

تشير بيانات "مؤشر الجودة" الذي تصدره visitBerlin إلى أن السياح القادمين من الخليج باتوا أصغر سنًا، بمتوسط عمر يبلغ 40 عامًا، كما أن حجوزاتهم أصبحت أكثر عفوية، تتم غالبًا في غضون شهر من موعد السفر. ويقول أوستندورف: "نشهد المزيد من الرحلات العائلية المتعددة الأجيال التي تجمع بين الترفيه والرعاية الصحية الوقائية أو الاستشارات الطبية الثانية. ويقضي الكثير من الزوار وقتًا أطول في الأحياء الثقافية مثل نويكولن وكرويتسبيرغ".

تشتهر هذه المناطق بالحياة النابضة في الشوارع والمأكولات الأصيلة والجولات الإرشادية باللغة العربية. ويضيف: "الزوار يبحثون عن التجربة الحقيقية لبرلين، والاندماج في الثقافة المحلية".

السياحة العلاجية: قوة خفية لبرلين

ليست برلين وجهة ترفيهية فحسب، بل إنها مركز رائد في المجال الطبي أيضًا. إذ تستقبل المدينة سنويًا نحو 11,500 مريض دولي للعلاج الطبي المتخصص، العديد منهم من الدول العربية.

ويقول أوستندورف: "برلين هي موطن لمستشفى شاريتيه، أكبر مستشفى أكاديمي في أوروبا، والمصنف ضمن أفضل 10 مستشفيات على مستوى العالم وفقًا لـNewsweek"

نمو استراتيجي وتعاون إقليمي

نمو استراتيجي وتعاون إقليمي

ولتسهيل الوصول إلى الخدمات، أطلقت visitBerlin منصة www.berlin-health-excellence.com، التي تتيح التواصل المباشر مع المستشفيات الرائدة دون الحاجة إلى وسطاء. ويعلق أوستندورف قائلاً: "الأمر يتعلق بالشفافية والموثوقية وسهولة الإجراءات". وإلى جانب العلاجات الطبية، تقدم برلين مراكز استشفائية، فنادق سبا، وعلاجات استرخاء، مما يجعلها وجهة متكاملة للصحة والراحة.

استقبلت برلين في عام 2024 نحو 12.7 مليون زائر، ما أدى إلى 30.6 مليون ليلة مبيت، من بينها 37,000 زائر من دول مجلس التعاون الخليجي، سجلوا 108,000 ليلة مبيت. ورغم التقلبات الطفيفة في الأرقام، تظل المنطقة ذات أهمية استراتيجية.

ويؤكد أوستندورف: "نوسع حضورنا من خلال حملات رقمية موجهة، شراكات مع شركات الطيران، والمشاركة النشطة في المعارض التجارية. كما ننظم رحلات تعريفية وورش عمل بالتعاون مع وكالات السفر الإقليمية".

تهدف visitBerlin إلى تعميق التعاون مع شركات السفر والمؤثرين الذين يفهمون طبيعة السوق العربي وتوجهاته.

يشجع أوستندورف الزوار العرب على اكتشاف الفعاليات المتنوعة في برلين، مثل:

- مهرجان الأضواء (أكتوبر)
- حفلات الهواء الطلق في جندارمنماركت (يوليو)
- كرنفال الثقافات (يونيو)
- مهرجان لولابالوزا برلين (يوليو)
- مباراة دوري NFL في برلين (الخريف)
- احتفالات مرور 200 عام على جزيرة المتاحف (من يونيو حتى ديسمبر)

ويقول: "هذه الأحداث تناسب مختلف الأذواق، سواء كنت من محبي الرياضة أو الموسيقى أو الثقافة أو الترفيه العائلي، وستمنح الزوار تجارب فريدة في أماكن تاريخية".

ويختم أوستندورف بالقول: "نود أن يعرف السياح العرب أن برلين وجهة يسهل الوصول إليها، مع رحلات مباشرة من جدة، الدوحة، دبي، وقريبًا من أبوظبي، كما أنها ترحب بالجميع".

برلين وجهة يسهل الوصول إليها وهي مدينة الاكتشاف

من جدار برلين الشهير وجزيرة المتاحف إلى الحدائق الخضراء الواسعة وصالات الشيشة، تقدم برلين في 2025 تجارب لا تُنسى ترتكز على التنوع والابتكار والفخر الثقافي. وبفضل الجهود المستمرة لجعل المدينة أكثر شمولية وجاذبية للزوار العرب، تقف برلين مستعدة لاستقبال الجيل الجديد من المسافرين بذراعين مفتوحتين.

الرحلة

ملحق الرحلة الخاص
سوق السفر العربي
دبي 2025

الملتقى arabian travel market®

أبريل 2025 28

برعاية

FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY



أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



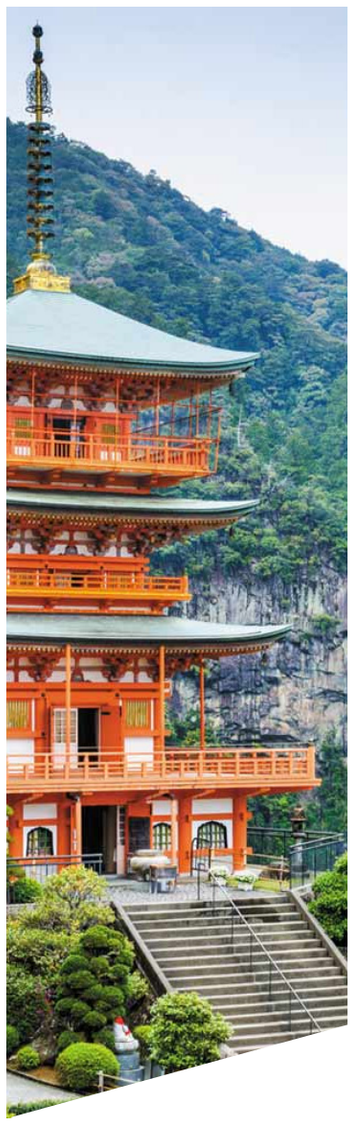
حسام درويش
رئيس الاتحاد الإفريقي الآسيوي للسياحة

الاتحاد الإفريقي الآسيوي للسياحة.. عندما تتحول السياحة إلى جسر تنمية وتكامل بين القارتين

في وقت تزداد فيه الحاجة إلى تكامل اقتصادي وإنساني بين شعوب العالم، يبرز الاتحاد الإفريقي الآسيوي للسياحة (AFASU) كلاعب رئيسي في إعادة رسم خريطة التعاون بين قارتي إفريقيا وآسيا. يقود هذا المشروع الطموح الدكتور حسام درويش، الذي يرى أن السياحة لم تعد مجرد قطاع خدمات، بل باتت وسيلة لتحقيق التنمية الشاملة وتعزيز الهوية الثقافية والبيئية. في هذا اللقاء، يكشف رئيس الاتحاد عن توجهات المرحلة المقبلة، والتحديات التي تواجهها، والفرص المتاحة لبناء نموذج سياحي جديد و مستدا م.

تعزيز التعاون الإفريقي الآسيوي عبر السياحة

يرتكز عمل الاتحاد على فكرة أساسية: بناء جسور تواصل فعّالة بين إفريقيا وآسيا. ويقول د. درويش إن الهدف هو تعزيز التكامل الاقتصادي والثقافي من خلال القطاع السياحي، عبر برامج تبادل الخبرات، ومبادرات تسويقية مشتركة، وخلق مسارات سياحية تربط المقاصد في القارتين ضمن حزم متكاملة. لا يقتصر الأمر على الجولات السياحية،



بل يمتد إلى تشجيع الاستثمارات وتبادل الكوادر والمعلومات، بما يخدم مصالح الدول الأعضاء بشكل متوازن.

نحو سياحة بينية مستدامة وشاملة

يرى رئيس الاتحاد أن تطوير السياحة البينية



بين الدول الإفريقية والآسيوية يمثل أحد المحاور الجوهرية في استراتيجية الاتحاد، موضحًا أن العمل جارٍ لإنشاء منصات تنسيق فعّالة بين الهيئات السياحية، وتيسير إجراءات السفر، وتنظيم لقاءات دورية تجمع المستثمرين وصناع القرار من الجانبين. ويؤكد أن تفعيل هذه الشراكات كفيل بتحويل السياحة إلى وسيلة لبناء علاقات طويلة الأمد بين الشعوب، تتجاوز البعد التجاري.



السياحة المستدامة: من مشروع بيئي إلى التزام أخلاقي

> السياحة ليست ترفًا، بل مشروع تنموي شامل قادر على خلق فرص العمل، وتمكين المرأة والشباب، والحفاظ على التراث الثقافي. إنها أداة لبناء مستقبل أكثر تكاملًا واستدامة، يربط بين الشعوب لا فقط عبر الرحلات، بل من خلال الرؤية، والمعرفة، والشراكة

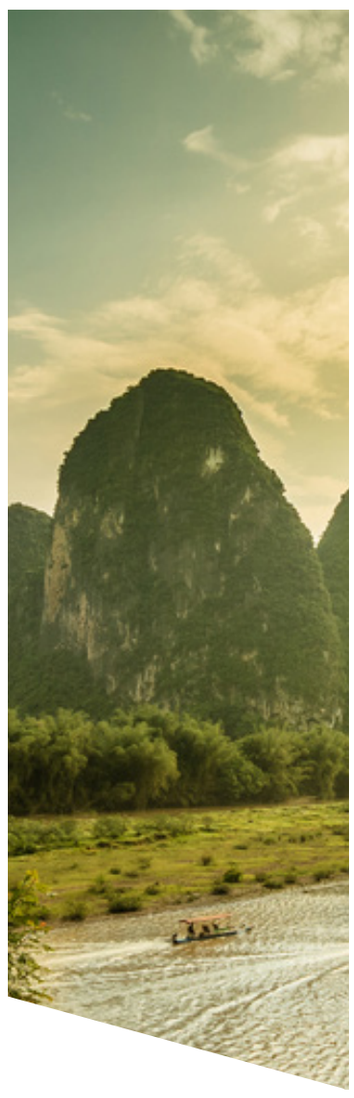
برعاية



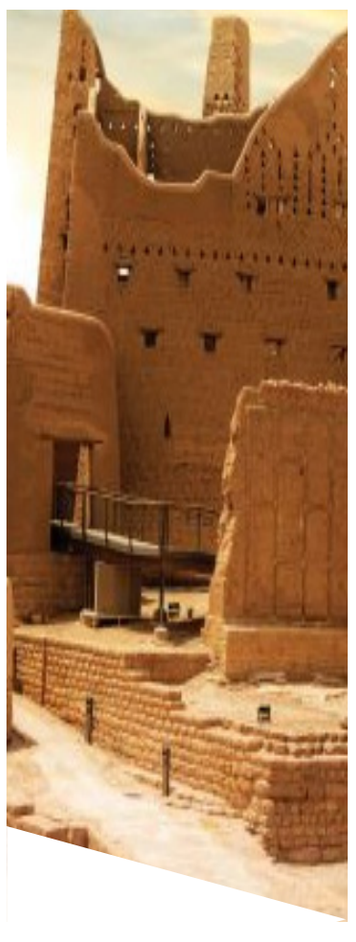
FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

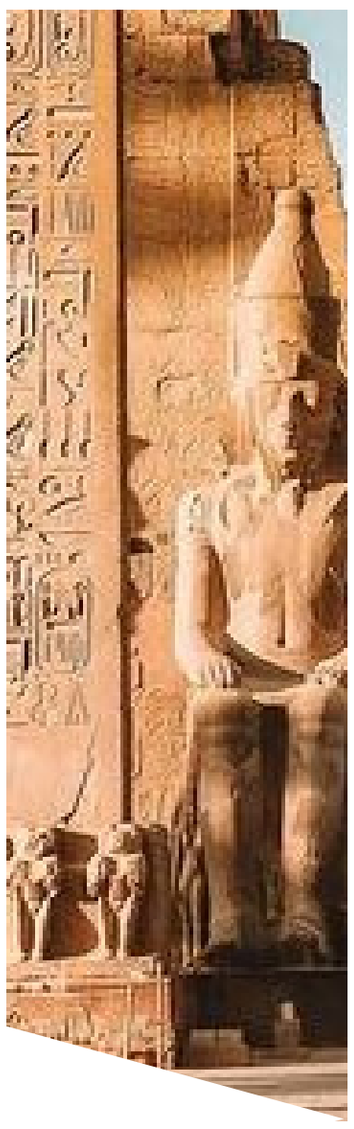
KATARA HOSPITALITY

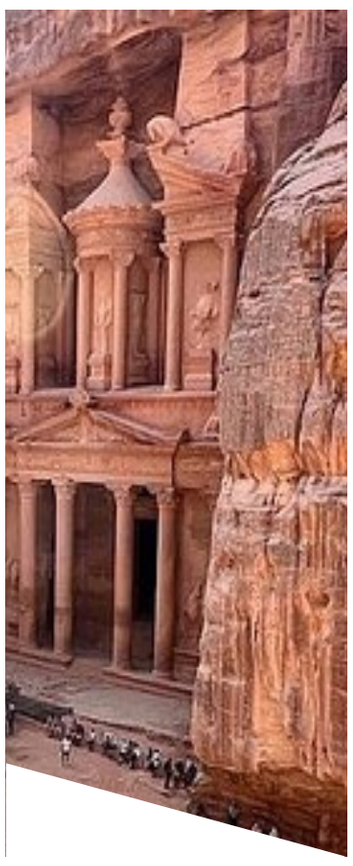
أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي













الاستدامة ليست خيارًا بل ضرورة، كما يؤكد د. درويش. فالاتحاد يولي اهتمامًا خاصًا بدعم المشاريع السياحية الصديقة للبيئة، ويعمل على ترسيخ مفاهيم السياحة المسؤولة بين العاملين في القطاع. وتشمل الجهود الحالية تدريب الكوادر المحلية، وتشجيع المجتمعات على المساهمة في الحفاظ على الموارد الطبيعية، إلى جانب إطلاق مبادرات تشاركية مع منظمات دولية متخصصة في قضايا المناخ والتنمية المستدامة.

تمكين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قلب الأولويات في ظل التغيرات المتسارعة في المشهد السياحي، يدرك الاتحاد أهمية دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تشكل عصب الاقتصاد المحلي في كثير من الدول الأعضاء.

ويشير د. درويش إلى أن الاتحاد أطلق برامج متخصصة لتدريب هذه المؤسسات على التسويق الرقمي، وإدارة العمليات، وربطها بمنصات إلكترونية ومنظومات حجز ذكية. كما يحرص على تحفيز الابتكار من خلال جوائز الاتحاد الذهبية، التي تستهدف المبادرات الريادية في مجال السياحة.

التعليم والتحول الرقمي: أساس السياحة الحديثة

يرى رئيس الاتحاد أن الاستثمار في التعليم والتكنولوجيا هو الضمانة الحقيقية لمستقبل القطاع. وفي هذا السياق، يستعد الاتحاد لإطلاق "أكاديمية الاتحاد للتدريب السياحي"، بالتعاون مع جامعات ومراكز تدريب دولية. ستوفر الأكاديمية برامج رقمية متخصصة في التسويق السياحي، الإدارة، والضيافة، مع منح تدريبية تستهدف الشباب والعاملين في القطاع. بالتوازي، يعزز الاتحاد من حضور التكنولوجيا الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي، لتطوير تجربة السائح وتحسين كفاءة إدارة الوجهات السياحية.

نحو تحالفات استراتيجية أوسع ومشاركة فعالة في المعارض العالمية يؤمن د. درويش بأن الشراكات هي السبيل الأمثل لتوسيع الأثر.

لذلك يعمل الاتحاد على بناء تحالفات جديدة مع منظمات دولية وشركات عالمية، بهدف نقل المعرفة وتنفيذ مشاريع مشتركة تعزز النمو السياحي المستدام. كما اعتبر مشاركة الاتحاد في "معرض سوق السفر العربي 2025" في دبي محطة استراتيجية لعرض إنجازات الاتحاد، وتوطيد علاقاته مع كبار الفاعلين في القطاع السياحي العالمي.

ختامًا، يؤكد رئيس الاتحاد أن السياحة ليست ترفًا، بل مشروع تنموي شامل قادر على خلق فرص العمل، وتمكين المرأة والشباب، والحفاظ على التراث الثقافي. إنها أداة لبناء مستقبل أكثر تكاملًا واستدامة، يربط بين الشعوب لا فقط عبر الرحلات، بل من خلال الرؤية، والمعرفة، والشراكة.

AFRO-ASIAN UNION
FOR TOURISM,CRAFTS,DEVELOPMENT
RESEARCH&E-COMMERCE
AFASU

انطاليا - تركيا

في الصيف بسعر الشتاء

"أرض الأساطير"

مع رويانا للسفر والسياحة

ROYANA TRAVEL





+90 546 970 04 36

واحتك الخاصة للاستثمار في الضيافة الفاخرة والفعاليات
كورتيخو فيزكاروندا – مانيلفا، كوستا ديل سول، إسبانيا



عقار أندلسي استثنائي بإطلالات بانورامية على البحر، على بعد دقائق فقط من ملاعب الجولف العالمية وشواطئ البحر الأبيض المتوسط.

يقدّم هذا الكورتيخو الرائع فرصة فريدة لتطوير فندق بوتيك ومنتجع فاخر مخصص للفعاليات رفيعة المستوى مثل حفلات الزفاف، اللقاءات الخاصة، والاجتماعات التنفيذية.

- ✓ عقار واسع بإطلالات خلابة على البحر والجبال
- ✓ 5 دقائق فقط من الشاطئ، محاط بالطبيعة وبعيد عن المناطق المزدحمة
- ✓ على بُعد لحظات من ملاعب الجولف المرموقة مثل لا دوكيسا وسوتوغراندي
- ✓ يبعد 50 دقيقة عن مطار مالقة، و30 دقيقة عن ماربيا
- ✓ مشروع معتمد لتطوير فندق بوتيك ومكان للفعاليات
- ✓ موقع هادئ وحصري يوفر الخصوصية والسكينة

استثمر في السواحل الذهبية لإسبانيا. أنشئ وجهة ضيافة لا تُنسى.
يُقدَّم من BestLiving.es – بوابتك لفرص عقارية استثنائية

+34 747 471 108
julio@bestliving.es
www.cortijovizcaronda.com
www.bestliving.es

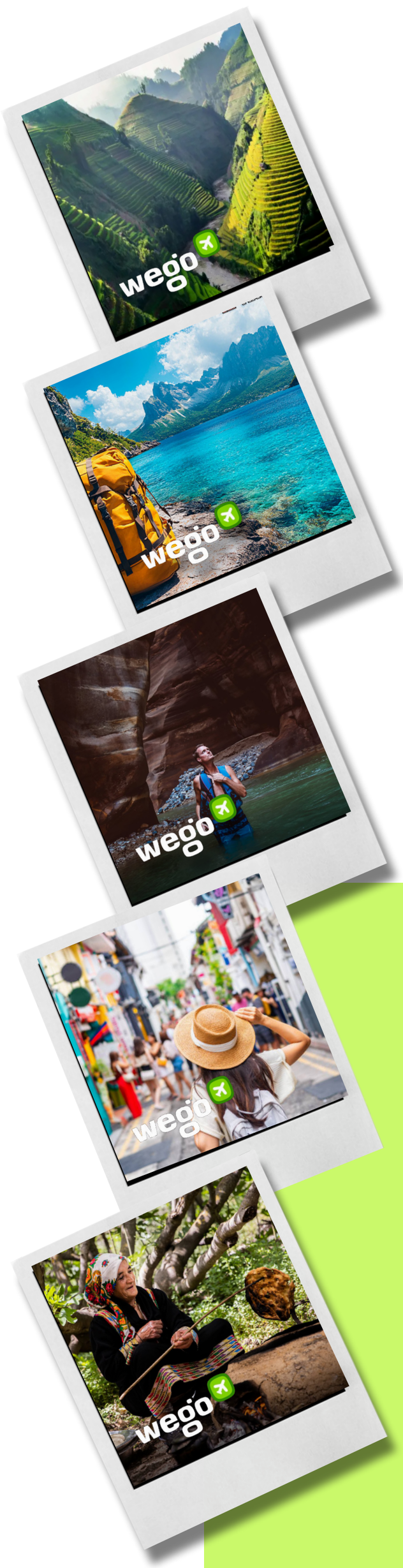
برعاية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي





"اتوقع أن يشهد قطاع السفر الرقمي طفرة حقيقية بفضل تطورات الذكاء الاصطناعي، الواقع الافتراضي، والأنظمة التنبؤية. رحلات مخصصة لحظيًا، تنظيم ذاتي للرحلات، ومساعدة افتراضية ترافقك منذ التخطيط وحتى العودة. كل ذلك سيكون جزءًا من تجربة السفر في المستقبل"

مأمون حميدان
الرئيس التنفيذي للأعمال في ويجو

"ويجو".. ريادة السفر الرقمي في الشرق الأوسط عبر الذكاء الاصطناعي والشراكات الاستراتيجية

من جناح شركة ويجو في معرض سوق السفر العربي 2025، وقف مأمون حميدان، الرئيس التنفيذي للأعمال، متحدثًا عن قصة نجاح تتجدد كل عام في قلب سوق السفر الرقمي، حيث تتحول التحديات إلى فرص، ويتحول محرك البحث إلى منصة ذكية تُعيد تعريف تجربة حجز السفر في المنطقة.

"نحن لا نبيع تذاكر فقط، بل نصمم تجربة رقمية تليق بالمستخدم العربي، نفهم عاداته وسلوكه ونتحدث لغته"، بهذه الكلمات بدأ حميدان حديثه وهو يشير إلى واجهة المنصة المصممة خصيصًا لتُلائم المستخدم العربي من حيث اللغة، خيارات الدفع المحلية، وطرق التواصل التي تحترم ثقافة المنطقة.

ويجو، التي انطلقت منذ سنوات كمحرك بحث بسيط، باتت اليوم واحدة من أبرز المنصات المتخصصة في مجال السفر الرقمي في العالم العربي، حيث تجمع الآلاف من العروض من شركات طيران، فنادق، ومواقع حجز، وتُقارن بينها في مكان واحد، وتقدم للمستخدم تجربة سلسة مدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي.

"قمنا هذا العام بإطلاق مجموعة من التحديثات الجوهرية استعداداً لعام 2025. ركزنا فيها على تخصيص التجربة بشكل أعمق، فأضفنا تنبيهات الأسعار الفورية، مفضلات ذكية، وميزات تتبع العروض الحصرية. كما دمجنا محتوى تثقيفي داخل نتائج البحث ليصبح المستخدم أكثر وعيًا بالوجهات ويخطط لرحلته بطريقة مُلهمة".

ولا تخفي ويجو طموحاتها التوسعية، إذ يرى حميدان أن حضور الشركة في الفعاليات الكبرى مثل معرض سوق السفر العربي هو جزء من خطة استراتيجية لتوسيع بصمتها في أسواق الخليج وشمال إفريقيا، وتعزيز مكانتها بين المنصات الرائدة. "نحن لا نبحث فقط عن النمو العددي، بل عن بناء شراكات استراتيجية تدعم خدماتنا وتُحسّن تجربة المستخدم في كل مرحلة من مراحل رحلته".

وبحسب حميدان، فإن الأسواق التي تشهد أكبر استخدام للمنصة هي السعودية، الإمارات، مصر، والهند، وهو ما يعكس الوعي الرقمي العالي في هذه الدول والطلب المتزايد على السفر، خاصة في ظل التحولات

wego



أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



- السوق العربية تنتقل إلى مستوى جديد من حجز السفر مع ويجو
- ويجو.. من محرك بحث إلى مستشار سفر ذكي يخاطب كل مستخدم بلغته
- مأمون حميدان: شراكاتنا في الخليج وشمال إفريقيا تصنع الفارق في تجربة المستخدم
- الذكاء الاصطناعي يفتح آفاقاً جديدة لتخصيص عروض السفر في المنطقة
- ويجو تستعد لعام 2025 برؤية توسعية تقودها البيانات والتقنيات التنبؤية

الاجتماعية والاقتصادية التي تعيشها.

لكن ما الذي يجعل ويجو متميزة في سوق تنافسي شديد الكثافة؟ يوضح حميدان أن السر يكمن في المزج بين الحيادية في عرض النتائج، تنوع خيارات الحجز، والتكامل العميق مع مزودي الخدمات المحليين والدوليين. "نحن نعمل على بناء علاقة ثقة مع المستخدم، ونتعامل معه كشريك في الرحلة، لا كمجرد عميل يبحث عن تذكرة".

في هذا الإطار، تلعب التكنولوجيا دورًا محوريًا. "الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة أصبحا عصب عملياتنا. نحلل سلوك المستخدم، ونتنبأ بما يحتاجه، ونُخصص له العروض في الوقت المناسب. كل ذلك ضمن بيئة آمنة تحترم الخصوصية وتعزز الثقة في الخدمات الرقمية".

أما على صعيد الشراكات، فقد نجحت ويجو في بناء شبكة قوية تضم أبرز شركات الطيران والفنادق في المنطقة، ما يُمكنها من تقديم عروض حصرية وأسعار تنافسية خاصة في أوقات الذروة. ويضيف حميدان: "نحن الآن بصدد توسيع هذه الشبكة لتشمل مزيدًا من الوجهات والمزودين الجدد، لنضمن تنوع الخيارات وملاءمتها لكل نمط سفر".

ولا تُخفي ويجو اهتمامها بالوصول إلى شرائح عمرية متنوعة. "الجيل الجديد نصل إليه عبر المحتوى المرئي والمحفزات الفورية، بينما نُخصص للعائلات والشرائح الأكبر سنًا تجارب تتميز بالسهولة، الشفافية، والدعم المستمر. استراتيجيتنا التسويقية ترتكز على محتوى مُخصص لكل فئة لضمان التفاعل والتأثير الحقيقي".

وعند الحديث عن مستقبل السفر الرقمي، يتسع أفق الرؤية لدى ويجو. "نتوقع أن يشهد هذا القطاع طفرة حقيقية بفضل تطورات الذكاء الاصطناعي، الواقع الافتراضي، والأنظمة التنبؤية. رحلات مخصصة لحظيًا، تنظيم ذاتي للرحلات، ومساعدة افتراضية ترافقك منذ التخطيط وحتى العودة. كل ذلك سيكون جزءًا من تجربة السفر في المستقبل، وهدفنا أن نكون في طليعة هذا التحول".

واختتم حميدان حديثه برسالة واضحة: "ويجو ليست مجرد منصة بحث، بل منصة تعيش معك تفاصيل الرحلة وتُضيف إليها معنى. رؤيتنا أن نجعل السفر تجربة أكثر إنسانية، مدعومة بأذكى التقنيات، وأقرب للوجدان العربي من أي وقت مضى".

بهذه الرؤية الشاملة، تُواصل ويجو بناء نموذج فريد يجمع بين التقنية، التسويق الذكي، والشراكة الفعالة، لتصبح أكثر من مجرد خيار رقمي، بل بوابة ذكية نحو عالم من الرحلات المصممة حسب الطلب، وموجهة لمستخدم يفكر بلغته ويُسافر بشغفه.

الرحلة

ملحق الرحلة الخاص
سوق السفر العربي
دبي 2025

الملتقى arabian travel market®

أبريل 2025 28

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي

برعاية

FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY





هند الهملان
الرئيس التنفيذي لشركة الطب الذكي

شركة الطب الذكي ... السعودية بوابة السياحة العلاجية الجديدة

من قلب معرض سوق السفر العربي 2025 في دبي، وقفت هند الهملان، الرئيس التنفيذي لشركة الطب الذكي، بكل ثقة وحماس أمام الإعلاميين والمستثمرين من مختلف أنحاء العالم، لتسرد قصة شركة لا تقتصر رؤيتها على تقديم خدمات صحية، بل تسعى لتغيير مفهوم السياحة العلاجية في المملكة العربية السعودية والمنطقة ككل.

قالت هند، وهي تبتسم بثقة تعكس شغفها بما تقوم به: "نحن لا نُقدِّم خدمات طبية فحسب، بل نُصمِّم تجارب علاجية متكاملة تبدأ من لحظة وصول المريض وحتى استكمال علاجه وعودته معافى، ونحن على قناعة بأن السعودية تمتلك كل المقومات لتكون الوجهة الأولى في السياحة العلاجية، وهذا ما نعمل عليه يومًا بعد يوم."

وأوضحت أن مشاركة الطب الذكي في معرض سوق السفر العربي هذا العام ليست مجرد حضور اعتيادي، بل فرصة استراتيجية لعرض خدمات الشركة التي تربط بين الطب المتقدم والسياحة عالية الجودة، وجذب الشركاء والمستثمرين الراغبين في الانخراط في مستقبل صحي واعد.

"الطب الذكي": جسور صحية تربط المملكة بالعالم

وتابعت هند: "الزوار من الخارج لم يعودوا يبحثون فقط عن علاجات طبية، بل عن بيئة آمنة ومريحة ومتعددة الخيارات تجمع بين العلاج والاستجمام. وهنا يأتي دورنا في تصميم باقات علاجية تشمل التنسيق مع أفضل المستشفيات، نخبة من الأطباء العالميين، وتأمين إقامة فندقية راقية وخدمات ما بعد العلاج، سواء داخل المملكة أو في وجهات عالمية."

وأشارت إلى أن الطب الذكي يعكف على التوسع في تقديم باقات طبية متكاملة تتضمن إعادة التأهيل، علاج الأمراض المزمنة، وعلاجات الطب الوقائي، مستفيدة من البنية التحتية الصحية المتطورة للمملكة، والشراكات الواسعة التي تمتلكها الشركة مع مؤسسات طبية وسياحية محلية وعالمية.

وتحدثت هند النهال بفخر عن التعاون القائم بين شركتها وعدد من الفنادق والمنتجعات، مؤكدة: "التجربة العلاجية لا تكتمل إلا بتوفير بيئة ضيافة متفوقة، لذا نسعى دائمًا لعقد شراكات مع فنادق تقدم خدمات فندقية صحية، ونعمل الآن على تطوير منتجعات علاجية في مناطق مثل العلا والطائف، تجمع بين الطب والراحة النفسية وسط الطبيعة."

الاستثمار في العافية.. باقات علاجية متكاملة ترحب بالسياح الدوليين

وفيما يتعلق بتلبية متطلبات الزوار من مختلف الجنسيات

> "نحن لا نُقدِّم خدمات طبية فحسب، بل نُصمِّم تجارب علاجية متكاملة تبدأ من لحظة وصول المريض وحتى استكمال علاجه وعودته معافى، ونحن على قناعة بأن السعودية تمتلك كل المقومات لتكون الوجهة الأولى في السياحة العلاجية، وهذا ما نعمل عليه يومًا بعد يوم"

SMART MEDICAL
شركة سمارت ميديكال للرعاية الطبية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي

والثقافات، أوضحت هند أن الشركة وفرت طاقمًا متعدد اللغات واستشاريين دوليين في مختلف التخصصات، بما يضمن تقديم تجارب طبية مخصصة تراعي الخلفية الثقافية والدينية للمريض، وهو ما اعتبرته عنصرًا أساسيًا في بناء الثقة.

وأضافت: "تتعامل مع كل مريض كحالة خاصة، ونضع تجربته في صميم عملنا، ولهذا نستثمر في التكنولوجيا الرقمية مثل السجلات الطبية الإلكترونية، والاستشارات عن بُعد، وحتى الذكاء الاصطناعي، لنقدم تشخيصًا دقيقًا وخطة علاجية ذكية وسريعة."

وأكدت النهال أن رؤية السعودية 2030 تشكّل حافزًا قويًا للشركة للاستمرار في التوسع والابتكار، قائلة: "الرؤية وضعت الصحة والسياحة ضمن محاورها الأساسية، ونحن نترجم ذلك من خلال مشاريعنا الحالية والمستقبلية، حيث نطمح لتحويل المملكة إلى مركز استشفاء عالمي يستقطب السياح ليس فقط من الخليج، بل من أوروبا وآسيا."

وحول خطط التوسع، كشفت هند أن الطب الذكي تسعى إلى فتح مراكز جديدة في مدن رئيسية داخل المملكة مثل الرياض، جدة، والدمام، كما تدرس الشركة افتتاح أفرع خارجية في دول استراتيجية لتعزيز التواصل مع المرضى الراغبين بالعلاج في السعودية.

التحول الرقمي يضع "الطب الذكي" في صدارة المشهد الطبي السياحي

وشددت النهال على أهمية التوعية الصحية، مشيرة إلى أن الشركة أطلقت حملات توعوية في المطارات والفنادق لتعزيز وعي السياح بأهمية الفحص المبكر واتباع نمط حياة صحي، بما يرسخ مفهوم الوقاية كجزء من السياحة العلاجية.

ولم تغفل عن أهمية التكنولوجيا في تسهيل الوصول إلى خدمات الطب الذكي، حيث أكدت أن المنصات الرقمية والتطبيقات التفاعلية التي أطلقتها الشركة تجعل عملية التواصل والاستشارة والحجز أكثر سهولة وشفافية، مما يُسهّل تجربة المريض ويزيد من جاذبية خدمات الشركة.

"الطب الذكي" رؤية تتقاطع مع أهداف السعودية 2030 لتكون مركزًا عالميًا للسياحة العلاجية

واختتمت حديثها برسالة واضحة للمستثمرين: "نحن في الطب الذكي نرحب بالشراكات والاستثمارات التي تؤمن بقيمة الإنسان وصحته. السياحة العلاجية ليست فقط قطاعًا اقتصاديًا، بل رسالة إنسانية، ونحن هنا لنقود هذا التحول في المملكة."

بهذه الرؤية، تؤكد شركة الطب الذكي أنها ليست مجرد مقدم خدمات صحية، بل لاعب أساسي في رسم ملامح السياحة العلاجية الجديدة في السعودية. ومع الدعم الذي توفره رؤية 2030، والتقنيات الحديثة، والتوسع المدروس، فإن الشركة تمضي بثقة نحو المستقبل، واضعة المريض في قلب كل تجربة صحية.



SMART MEDICAL
شركة سمارت ميديكال للرعاية الطبية

الرحلة

ملحق الرحلة الخاص

سوق السفر العربي
دبي 2025

arabian travel market®
الملتقى

أبريل 2025 28

برعاية

FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY



أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



نواف حسن
مدير عام فندق جراند ميركيور دبي

جراند ميركيور دبي ... دمج الثقافة المحلية مع الفخامة العصرية

وسط مشهد الضيافة الديناميكي المتسارع في دبي، تبرز العديد من المنشآت الفندقية، إلا أن فندق جراند ميركيور دبي استطاع أن يرسم لنفسه مكانة خاصة تجمع بين الفخامة والهوية المحلية الأصيلة. وفي لقاء خاص مع جريدة الرحلة، استعرض نواف حسن، المدير العام للفندق، ملامح هذه التجربة الفريدة، التي تقوم على الدمج المدروس بين تقاليد الضيافة الإماراتية والمستوى العالمي من الخدمة الذي تتيحه مجموعة Accor.

وأوضح حسن أن علامة "جراند ميركيور"، التابعة لمجموعة أكور، تركز منذ تأسيسها عام 1997 على خلق تجارب ضيافة ترتكز على الهوية الثقافية لكل وجهة. مستلهماً من الإله الروماني "ميركوري" رمز السفر، طورت العلامة فلسفتها حول تقديم إقامة تتيح للضيوف استكشاف عمق التقاليد المحلية، من خلال التصميم، المأكولات، والطقوس المستلهمة من روح المكان.

واليوم، مع أكثر من 70 فندقاً منتشراً في 14 دولة، تواصل "جراند ميركيور" التوسع بوتيرة مدروسة، وهي تسعى لأن تكون بوابة ثقافية حقيقية لكل مسافر يبحث عن ما هو أعمق من إقامة فاخرة.

جراند ميركيور دبي.. فخامة تعانق التراث

في دبي، يتجسد هذا المفهوم بقوة في جراند ميركيور دبي. فالفندق، الذي يضم 257 غرفة فاخرة و104 شقق سكنية فسيحة، يقدّم نموذجاً رفيعاً للهندسة المعمارية التي تمزج بين الحداثة والتقاليد الإماراتية. الجدران مزدانة بأعمال فنية مستوحاة من البيئة الصحراوية والبحرية، فيما توظف المواد الطبيعية والخامات المحلية لخلق أجواء دافئة وأنيقة.

وأضاف حسن أن مرافق الفندق تعكس هذا التوازن الدقيق، حيث يمكن للضيوف الاسترخاء في أرمونيا سبا، الاستفادة من مرافق اللياقة البدنية المتطورة، أو الاستمتاع بالسباحة في أحد حوضي السباحة؛ سواءً في المسبح الموجود بالميزانين مع بار "هَزّة"، أو في المسبح العلوي الذي يطل على أفق دبي بانورامياً.

وفي عالم الأطعمة والمشروبات، أوضح حسن أن الفندق يولي اهتماماً خاصاً بتقديم تجارب مستوحاة من التراث المحلي. فمطعم "وليمة" يقدم أطباقاً إماراتية بلمسة عصرية، بينما يستضيف مقهى "قوة" الضيوف الباحثين عن جلسة قهوة تقليدية راقية. أما "آريا" و"هَزّة"، فهما يعكسان روح الحيوية والإبداع في تقديم المأكولات والمشروبات على أطراف أحواض السباحة.

أكور.. دعم عالمي بخبرة محلية

وحول دور مجموعة أكور في دعم العمليات، شدد حسن على أن الانتماء إلى واحدة من أكبر مجموعات الضيافة في العالم يوفّر للفندق ميزة

> ما يميز جراند ميركيور دبي حقاً هو التجربة الشاملة التي يعيشها الضيف؛ تجربة تدمج الخدمة الشخصية الراقية مع الطابع الإماراتي الأصيل، ضمن بيئة عصرية أنيقة، تجعل كل إقامة أشبه برحلة استكشاف ثقافية، وليست مجرد إقامة فندقية عابرة

برعاية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



تنافسية قوية، لا تقتصر على الاستفادة من أنظمة التوزيع والحجز العالمية، بل تشمل أيضاً أدوات التسويق الرقمي، تطوير المواهب البشرية، وبرامج الولاء التي تساهم في جذب وإرضاء قاعدة متنوعة من النزلاء.

وأشار إلى أن الدعم الإقليمي الذي توفره أكور يُمكّن الفندق من التفاعل مع الاتجاهات المحلية بمرونة وسرعة، مما يعزز جاهزيته للاستفادة من الفرص المتاحة في سوق سريع النمو مثل دبي.

قوانين الإمارات.. ضمانة للتميز

وأكد حسن أن البيئة التنظيمية في دولة الإمارات تُشكّل دعامة أساسية لنجاح القطاع الفندقي، إذ تفرض القوانين معايير صارمة في مجالات الصحة والسلامة، تصنيف الفنادق، وجودة الخدمات. واعتبر أن هذه الأطر التشريعية لا ترفع فقط مستوى الأداء الداخلي، بل تعزز أيضاً سمعة دبي كوجهة ضيافة عالمية موثوقة تجذب الملايين سنوياً.

وأشار إلى أن الامتثال لهذه الأنظمة يتطلب استثماراً دائماً في تدريب الموظفين، تطوير البنية التحتية، والابتكار المستمر في تقديم الخدمات، وهي عوامل يحرص جراند ميركيور دبي على تلبيتها بكل دقة.

ريادة في مجال الاستدامة

وفيما يتعلق بالاستدامة، أوضح حسن أن الفندق اتخذ خطوات عملية واضحة لتعزيز أدائه البيئي، مشيراً إلى اعتماد نظام إدارة المباني (BMS) وتقنيات الاستشعار الذكية للحد من استهلاك الطاقة والمياه. كما أطلق الفندق برامج توعوية داخلية للموظفين، تضمن مشاركة الجميع في تحقيق أهداف الاستدامة.

ونتيجة لهذه الجهود المتواصلة، حصل الفندق على شهادة Green Key البيئية المرموقة، بالإضافة إلى ختم دبي للسياحة المستدامة، مما يؤكد أن الاستدامة ليست مجرد شعار بل ممارسة يومية متجذرة في فلسفة العمل.

مشاركة استراتيجية في سوق السفر العربي 2025

واستعداداً للمشاركة في معرض سوق السفر العربي 2025، أعرب حسن عن حماسه للفرصة التي يتيحها هذا الحدث، لعرض التميز الذي يقدمه الفندق سواء من حيث تجربة الضيافة الفريدة أو التزامه بمعايير الاستدامة.

وأوضح أن الفريق سيركز هذا العام على التواصل مع أسواق جديدة، خاصة في أمريكا الجنوبية وشرق أوروبا، بالإضافة إلى تعزيز العلاقات مع الأسواق التقليدية في الشرق الأوسط وأوروبا وآسيا.

واعتبر أن تنويع الأسواق المستهدفة يشكل عنصراً محورياً في استراتيجية النمو للفندق، لا سيما مع التحولات المتسارعة في أنماط السفر العالمي.

موقع استراتيجي وتجربة ضيافة متميزة

وفي ختام حديثه، أشار نواف حسن إلى أن الموقع الجغرافي للفندق، على مقربة من مطار دبي الدولي، مركز دبي التجاري العالمي، ومراكز التسوق الكبرى، يضيف قيمة عملية كبيرة للضيوف من رجال الأعمال والسياح على حد سواء.

ولكن، بحسب تعبيره، فإن ما يميز جراند ميركيور دبي حقاً هو التجربة الشاملة التي يعيشها الضيف؛ تجربة تدمج الخدمة الشخصية الراقية مع الطابع الإماراتي الأصيل، ضمن بيئة عصرية أنيقة، تجعل كل إقامة أشبه برحلة استكشاف ثقافية، وليست مجرد إقامة فندقية عابرة.

برعاية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



بندر عبد المجيد
الرئيس التنفيذي للعلامة التجارية والتسويق في أمسا للضيافة

شركة "أمسا للضيافة".. علامات وطنية سعودية تسهم بفاعلية في رسم ملامح مستقبل السياحة والضيافة في السعودية والمنطقة

في وقت تتسارع فيه خطوات المملكة العربية السعودية لتحقيق رؤيتها الطموحة 2030، تبرز شركة "أمسا للضيافة" كواحدة من العلامات الوطنية التي تسهم بفاعلية في رسم ملامح مستقبل السياحة والضيافة في المملكة والمنطقة. وفي حوار خاص لـ"الرحلة"، استعرض الأستاذ بندر عدنان عبدالمجيد، الرئيس التنفيذي للعلامة التجارية والتسويق في "أمسا للضيافة"، أبرز مشاريع الشركة الحالية، واستراتيجيتها في التوسع الإقليمي، وجهودها في الاستدامة وتطوير الكفاءات السعودية، بالإضافة إلى رؤيتها الشمولية للارتقاء بتجربة الزوار.

فنادق عالمية في قلب مدن المملكة.. ميركيور خميس مشيط وراديسون المدينة

تتصدر شركة "أمسا للضيافة" المشهد بتدشينها سلسلة من المشاريع الفندقية المتميزة، كان أبرزها مؤخرًا افتتاح "فندق ميركيور خميس مشيط" في منطقة عسير. هذا المشروع، الذي يقع على بُعد 15 كيلومتراً فقط من مطار أبها الدولي، لا يعد مجرد منشأة فندقية، بل يمثل أول فندق يحمل علامة تجارية عالمية في مدينة خميس مشيط، ويحتوي على 93 غرفة أنيقة وعصرية. ويأتي تصميمه ليجسد الروح المحلية والمناظر الطبيعية الفريدة لمنطقة عسير، مدموجاً مع لمسة عصرية تنسجم مع روح الضيافة السعودية.

أما الإنجاز الأهم في محور التوسع، فهو إطلاق "فندق راديسون المدينة"، والذي يعد أول فندق يحمل علامة "راديسون" في المدينة المنورة. يوفر الفندق، الذي يضم 165 غرفة بما فيها 53 وحدة أعمال، ملاذًا عصريًا للمسافرين بغرض العمل أو العمرة، ويقع خارج منطقة الحرم مباشرة وعلى مقربة من المسجد النبوي الشريف (3 كيلومترات فقط)، ومسجد قباء، أول مسجد في الإسلام، الذي يبعد عنه 750 مترًا فقط.

معايير استثنائية لتجربة الضيف.. حيث تلتقي الراحة بالاحتراف

تؤمن "أمسا للضيافة" بأن تميز الخدمة لا يأتي من فراغ، بل من التزام صارم بجودة التفاصيل. فتجربة النزيل تبدأ من لحظة الوصول، مرورًا بتجهيزات الأمان والسلامة، ووصولاً إلى بيئة الإقامة المصممة بأعلى المعايير. ففنادق "أمسا" مزودة بأنظمة أمن متطورة، وكاميرات مراقبة تعمل على مدار الساعة، فضلاً عن التزام كامل ببروتوكولات صحية صارمة لضمان نظافة وتعقيم كل المرافق.

كما تتميز الغرف والأجنحة بلمسات تصميمية عصرية، ومرافق متكاملة تشمل مطاعم متنوعة، وصالات رياضية، ومسابح، ومراكز أعمال، مما يمنح النزلاء خيارات متعددة للاسترخاء والعمل في آنٍ واحد. ويُشرف على كل ذلك طاقم عمل مدرب على أعلى مستوى، يجمع بين المهنية والود، ويضع راحة النزيل في

> نحن نؤمن بأن الضيافة ليست منتجًا، بل تجربة. ومن هذا المنطلق، نعمل على تطوير كل عنصر من عناصر التجربة لتكون استثنائية بكل المقاييس. رؤيتنا تنطلق من المملكة وتصل إلى آفاق إقليمية وعالمية، وهدفنا أن نكون الخيار الأول للضيافة العربية الراقية في السوق العالمي
>
> AMSA HOSPITALITY

33 برعاية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



صميم أولوياته.

الاستدامة ليست خياراً... بل التزام

تبنت "أمسا للضيافة" مفهوم الاستدامة كركيزة أساسية في أعمالها، حيث تسعى جاهدة لتقليل بصمتها البيئية من خلال تطبيق سلسلة من الممارسات الصديقة للبيئة. يشمل ذلك التصميم المستدام للفنادق الجديدة، باستخدام مواد محلية ومنخفضة التأثير البيئي، وتبني حلول تقنية لترشيد استهلاك الطاقة والمياه.

ولا يقتصر الالتزام على البنية التحتية فقط، بل يشمل تشغيل الفنادق من خلال برامج إدارة النفايات، وتوعية الموظفين والنزلاء بأهمية الاستدامة، بالإضافة إلى إعطاء الأولوية في المشتريات للموردين الملتزمين بالمعايير البيئية. وتؤكد الشركة أنها تعمل باستمرار على استكشاف حلول مبتكرة تواكب أفضل الممارسات العالمية في مجال الضيافة المستدامة.

الاستثمار في الإنسان.. أكاديمية أمسا للضيافة

في سعيها لتطوير الكوادر الوطنية، أطلقت "أمسا للضيافة" أكاديمية خاصة تُعنى بالتدريب المهني في قطاع الضيافة، بالتعاون مع "Luxury Hotelschool Paris"، المؤسسة الأكاديمية المعروفة عالميًا ببرامجها التعليمية المتقدمة. الأكاديمية، التي انطلقت في الرياض في 2024، تهدف إلى تزويد الشباب السعودي بالمعرفة والمهارات اللازمة للعمل باحتراف في القطاع السياحي والفندقي.

من خلال مناهج تعليمية معتمدة ومراجعة من شركاء دوليين، تسعى الأكاديمية إلى خلق جيل جديد من المهنيين القادرين على تلبية تطلعات السوق المحلية والإقليمية، ورفع مستوى التنافسية العالمية للفنادق السعودية.

توسعات إقليمية وشراكات استراتيجية في قلب الأسواق الخليجية

وفي ظل النجاح المحلي، لم تغفل "أمسا للضيافة" أهمية الحضور الإقليمي، حيث تعمل على توسيع نطاق أعمالها في منطقة الخليج العربي، مستفيدة من شبكة علاقاتها القوية مع الشركاء الاستراتيجيين، وخبرتها المتنامية في تشغيل الفنادق وفق المعايير الدولية.

وقد أشار الأستاذ بندر إلى أن الشركة تركز في المرحلة القادمة على مشاريع في دول مجلس التعاون الخليجي، بما يتماشى مع طموحاتها لتكون من أبرز مشغلي الضيافة في الشرق الأوسط. وتعتمد في ذلك على سمعتها المتنامية كمزود لحلول ضيافة متكاملة تجمع بين الجودة والابتكار والالتزام بالتقاليد العربية الأصيلة.

الضيافة السعودية بروح عالمية.. رؤية مستقبلية طموحة

تسعى "أمسا للضيافة" لأن تكون أكثر من مجرد شركة تشغيل فنادق؛ بل أن تصبح واجهة للضيافة السعودية الراقية في العالم. من خلال الدمج الذكي بين التراث المحلي والاحتراف العالمي، تضع الشركة نصب عينيها تقديم تجربة ضيافة سعودية تليق بالسياح من مختلف أنحاء العالم.

ويختتم الأستاذ بندر عبدالمجيد حديثه قائلًا: "نحن نؤمن بأن الضيافة ليست منتجًا، بل تجربة. ومن هذا المنطلق، نعمل على تطوير كل عنصر من عناصر التجربة لتكون استثنائية بكل المقاييس. رؤيتنا تنطلق من المملكة وتصل إلى آفاق إقليمية وعالمية، وهدفنا أن نكون الخيار الأول للضيافة العربية الراقية في السوق العالمي."

Diva
TOUR





منتجع الباتروس أكوا بارك شرم (5) نجوم

يشمل جميع الخدمات التالية:

توصيل من والى المطار

مرشد خاص

جميع الوجبات + السناكس

يمكن إضافة رحلات يومية من 100 ريال سعودي

غير شامل سعر تذكرة الطيران

منتجع ريكسوس بريميوم (5) نجوم

يشمل جميع الخدمات التالية:

توصيل من والى المطار

- مرشد خاص

جميع الوجبات + السناكس

يمكن إضافة رحلات يومية من 100 ريال سعودي

غير شامل سعر تذكرة الطيران

00201021235050

Diva
TOUR

برعاية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



سوق السفر العربي في دبي: منبرٌ سياحيٌ عالمي

يُعتبر سوق السفر العربي (Arabian Travel Market - ATM) أرقى الفعاليات السياحية في منطقة الشرق الأوسط، ويقام سنويًا في مدينة دبي. يجذب هذا الحدث العديد من الشركات والعاملين في صناعة السياحة من جميع أنحاء العالم، مما يجعله منصة مثالية لتعزيز التواصل وتبادل الأفكار والابتكارات في مجال السفر والسياحة.

تأسس سوق السفر العربي في عام 1994 ومنذ ذلك الحين شهد نموًا مطردًا في حجم المشاركات والزوار. يُعتبر الحدث جزءًا من استراتيجية دبي الرامية إلى تعزيز مكانتها كمركز رائد للسياحة في المنطقة.

معالم السوق

يضم سوق السفر العربي مجموعة واسعة من الفعاليات، بما في ذلك المعارض، والمناقشات، وورش العمل، وحلقات النقاش، التي تسلط جميعها الضوء على الاتجاهات الحالية والتحديات التي تواجه صناعة السفر. كما يتميز هذا السوق بأنه يجمع بين العارضين من الفنادق وشركات السياحة والمرافق السياحية، بالإضافة إلى المؤسسات الحكومية والجهات المعنية بالسياحة.

أهم الفعاليات

يتميز سوق السفر العربي بتنوع الفعاليات التي تشمل

المعارض: حيث تعرض الشركات أحدث منتجاتها وخدماتها.

جلسات النقاش: يتم خلالها مناقشة التوجهات المستقبلية والمستجدات في صناعة السفر.

ورش العمل: والتي تهدف إلى تطوير مهارات المشاركين وتزويدهم بالمعرفة اللازمة لمواجهة تحديات السوق.

تأثير السوق على الاقتصاد المحلي

يمثل سوق السفر العربي منصة تجارية حيوية تسهم بشكل كبير في تعزيز الاقتصاد المحلي. يساهم الحدث في جذب الاستثمار في البنية التحتية السياحية وزيادة أعداد السياح القادمين إلى دبي. بالإضافة إلى ذلك، يعزز التفاعل بين الجهات المعنية، مما يسهم في تطوير العروض السياحية وتعزيز التنافسية.

السياحة المستدامة

في السنوات الأخيرة، أولى سوق السفر العربي اهتمامًا كبيرًا لمفهوم السياحة المستدامة. حيث تم تناول مواضيع تتعلق بالابتكار في السياحة البيئية، والترويج للسفر المسؤول، نظرًا لأهمية حماية البيئة والحفاظ على التراث الثقافي في ظل التحديات العالمية.

المستقبل

مع التحولات السريعة التي يشهدها العالم بعد جائحة كورونا، من المتوقع أن يستمر سوق السفر العربي في تكييف نفسه لمواكبة التغيرات في صناعة السياحة. إن الابتكار الرقمي وتبني التكنولوجيا الحديثة ستكون من المحاور الرئيسية لتحقيق النجاح في المستقبل.

يمثل سوق السفر العربي في دبي فرصةً لا تعوض لجعل المدينة مركزًا عالميًا للسياحة. من خلال تعزيز التعاون بين مختلف الجهات وتبادل المعرفة والخبرات، يسهم السوق في دعم رؤية دبي الطموحة نحو مستقبلٍ سياحي مستدامٍ ومزدهر. إن نجاح هذا الحدث يعكس التزام دبي بتطوير قطاع السياحة، مما يجعلها وجهة مفضلة للمسافرين من جميع أنحاء العالم.



FUN & SUN
b2b.funsunttravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



خوليو غارسيا دي لا بينيا
الرئيس التنفيذي لشركة BestLiving

"جسور عقارية بين القارات"..

رؤية BestLiving لربط الخليج بإسبانيا

في عالم سريع العولمة، قليلون هم من ينجحون في إعادة تعريف العلاقات بين الأسواق، سواء من الناحية الاقتصادية أو الثقافية أو الاستثمارية. وتُعد شركة BestLiving الإسبانية من بين هذه النماذج الاستثنائية، حيث تعمل على بناء منظومة ربط عقارية واستثمارية بين إسبانيا ودول الخليج العربي.

في هذا الحوار الخاص مع جريدة الرحلة، يكشف الرئيس التنفيذي خوليو غارسيا دي لا بينيا عن استراتيجية الشركة ورؤيتها في تعزيز التعاون العابر للقارات، من ماربيا إلى دبي.

من ماربيا إلى الخليج: دبلوماسية عقارية جديدة

يبدأ خوليو حديثه قائلاً: "العقار اليوم لم يعد مجرد بيع وشراء. إنه عن بناء علاقات، وتحقيق قيمة طويلة الأمد، وتوفير وصول استراتيجي إلى الأسواق."

تعمل BestLiving على تلبية التوجه المتزايد من قبل المستثمرين الخليجيين نحو العقارات الأوروبية الفاخرة، لا سيما في منطقة كوستا ديل سول. وتقوم الشركة بدور الوسيط الاستراتيجي بين كبار المستثمرين والمطورين العقاريين من الجانبين، ضمن منظومة تضمن المنفعة المتبادلة.

> "مهمتنا بسيطة في الشكل، لكنها طموحة في المضمون: أن نكون منصة موثوقة تُعزز الاستثمارات ذات الرؤية الواضحة بين منطقتين متكاملتين."

ما الذي يبحث عنه المستثمر الخليجي؟ وإسبانيا كيف تلبي ذلك؟

يؤكد خوليو أن اهتمام المستثمرين الخليجيين بالعقارات الإسبانية ليس سطحياً، بل عميق ومدروس: "يبحث عملاؤنا في الخليج عن عقارات لا توفر فقط الفخامة، بل تحمل رؤية معمارية واضحة، وجدوى استثمارية، وتتكامل مع نمط حياتهم."

وتتنوع العقارات المعروضة بين فلل بتوقيع معماري في لا زاغالبيتا، وفنادق بوتيكية في ملقا، ومشاريع تطويرية جديدة في إيستيبونا وسوتوغراندي. "بالنسبة لعملائنا في السعودية والإمارات وقطر، نحن لا نعرض السوق كما هو، بل نختار بعناية ما يتوافق مع رؤاهم وتطلعاتهم."

عقار سياحي بثوب استثماري: توجه متصاعد

تتوسع BestLiving أيضًا في مجال العقار السياحي، حيث يجمع المستثمر بين الإقامة والاستثمار. يقول: "كثير من المستثمرين الخليجيين اليوم يبحثون عن منازل ثانية تُدار بخدمات فندقية راقية، أو عن فنادق في مواقع استراتيجية توفر دخلاً وعائداً استثمارياً واضحاً." ويضيف: "إنها تجربة استثمارية وعاطفية في آن واحد – وهذا هو سر النجاح الحقيقي في هذا القطاع."

الاستثمار العكسي: فرص الخليج لسكان ماربيا

إلى جانب جلب الاستثمارات من الخليج إلى إسبانيا، تسعى BestLiving إلى تقديم فرص استثمارية في الخليج للمقيمين من أصحاب الثروات في ماربيا.

"لدينا عملاء من أوروبا مقيمون في ماربيا،



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY







يهتمون اليوم بالاستثمار في دبي أو الرياض أو الدوحة. نوفر لهم فرصاً مدروسة في مشاريع تنموية واعدة تقدم عوائد جذابة وإعفاءات ضريبية في بعض الحالات."

ويعتبر خوليو هذا النموذج المتبادل من الاستثمار "نوعاً من الدبلوماسية العقارية العابرة للقارات".

ما بعد الوساطة: خدمات قانونية ومعمارية بثلاث لغات

ما يُميز BestLiving عن غيرها من الشركات العقارية هو نموذج الخدمة المتكاملة.

"نحن لا نعتبر أنفسنا سماسرة، بل شركاء حقيقيين. نقدم دعماً قانونياً وهندسياً وتشغيلياً، وباللغات العربية والإنجليزية والإسبانية."

ويشدد على أهمية فهم ثقافة المستثمر الخليجي:

"الأمر لا يقتصر على اللغة، بل يشمل احترام التوقيتات، وفهم مستوى التوقعات، وبناء الثقة."

من المنافسة إلى التعاون: دعوة مفتوحة للشراكات

ينظر خوليو إلى مستقبل السوق العقاري على أنه مبني على التعاون لا التنافس.

"ندعو الشركات العقارية الخليجية للتعاون معنا في مشاريع مشتركة، سواء عبر شراكات تجارية أو تطويرات عقارية مشتركة أو حتى اتفاقيات تمثيل بعوائد مضمونة."

ويضيف: "إذا كنت تطور مشروعاً فندقياً في ملقا أو تخطط لإطلاق مجمع سكني في أبوظبي، نحن نملك البنية التحتية والشبكة اللازمة لتحقيق هذا التعاون بنجاح."

عندما يلتقي العقار بالرؤية

في ختام اللقاء، يقول خوليو: "نحن لا نبيع جدراناً، نحن نربط بين عوالم."

ويتابع: "سواء كنت مستثمراً خليجياً يستكشف أوروبا، أو مقيماً في ماربيا يتطلع نحو الخليج، فإن BestLiving هي منصتك المثالية لبناء علاقات استثمارية تدوم."

360 EXPO

قريبًا...

العالم كله بين يديك مع تطبيق المؤتمرات والمعارض الأذكى في العالم العربي!

iOS

Download the
App Now

Android

Download the
App Now





لحظاتك الأجمل تبدأ هنا...
انتظروا تطبيقنا الجديد للتسوق والإقامة وتجارب الطعام بلا حدود!

iOS
Download the
App Now

Android
Download the
App Now

برعاية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



ميليدا كاكابور
الرئيسة التنفيذيةلشركة Technoheaven

“كل ما نقوم به يصب في هدف واحد: تمكين شركات السياحة من التركيز على تقديم خدمة عملاء استثنائية، بينما نتولى نحن الجوانب التقنية المعقدة. نحن نقدم للمستخدمين حلولاً ذكية تتيح لهم تقديم تجارب مخصصة، وزيادة المبيعات، وتحقيق نمو مستدام”

Technoheaven
Leading Travel Technology Solution

Technoheaven ...

ريادة التكنولوجيا الذكية في مستقبل السياحة

في وقت يشهد فيه قطاع السياحة تحولات جذرية، أصبحت التكنولوجيا عاملاً حاسماً في رسم ملامح المستقبل، وتبرز شركة Techno-heaven كواحدة من أبرز الشركات العالمية في مجال تطوير الحلول التكنولوجية المخصصة لقطاع السفر والسياحة. بقيادة الرئيسة التنفيذية ميليدا كاكابور، تتبنى الشركة استراتيجية قائمة على الابتكار المستمر والتوسع الذكي، بما يخدم احتياجات الشركات من مختلف الأحجام حول العالم.

تقول كاكابور: “نحن في Technoheaven لا نقدم مجرد أدوات تقنية، بل نبني أنظمة متكاملة تهدف إلى تمكين عملائنا من النمو والتوسع وتقديم تجارب استثنائية لعملائهم”.

حلول متكاملة لتلبية احتياجات قطاع متطور

توفر Technoheaven مجموعة شاملة من الحلول التكنولوجية التي تستهدف مشغلي الرحلات، وكالات السفر، شركات إدارة الوجهات (DMCs)، المنصات الإلكترونية B2B و B2C، والبنوك الفندقية. وتشمل هذه الحلول محركات حجز الفنادق والرحلات، أنظمة التعبئة الديناميكية، تكاملات XML/API، بوابات إلكترونية بيضاء، أنظمة ERP للسفر، وأدوات ربط متقدمة مع الموردين.

واحدة من أبرز أدوات Technoheaven هي “منشئ الرحلات” الذي يُمكّن الوكلاء من تصميم رحلات مخصصة بسهولة وسرعة. تقول كاكابور: “هدفنا هو إزالة التعقيدات وتحقيق الانسيابية في كل خطوة من خطوات العملية السياحية”.

أتمتة العمليات.. من الحجز حتى ما بعد العودة

تركز الشركة على تطوير أنظمة تدمج الأتمتة الذكية مع واجهات استخدام بسيطة، مما يسمح للشركات بتوفير الوقت وتقليل الأخطاء. الأنظمة المتوفرة تدير الجوانب التشغيلية مثل إدارة الحجوزات والمخزون، الدفع الإلكتروني، التقارير اللحظية، وخدمة العملاء.

وتضيف كاكابور: “كل ما نقوم به يصب في هدف واحد: تمكين شركات السياحة من التركيز على تقديم خدمة عملاء استثنائية، بينما نتولى نحن الجوانب التقنية المعقدة”.

في مشاركتها بمعرض سوق السفر العربي 2025، تكشف Techno-heaven عن مجموعة من الحلول الثورية، منها أدوات تسعير ذكية تعتمد على الذكاء الاصطناعي، لوحات معلومات تحليلية تفاعلية، وتقنيات ربط ديناميكية للموردين.

برعاية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



الجديد في "ATM 2025".. تقنيات تعيد تعريف التجربة

ومن أهم الابتكارات التي سيتم عرضها "حل البنك الفندقي الموحد" والذي يتيح للمستخدمين الوصول إلى أكثر من 100 مزود عالمي من خلال نقطة اتصال واحدة، بالإضافة إلى منصة حجز B2B الجيل الجديد والتي تحتوي على محركات توصية آلية ومطابقة ذكية للأسعار.

"نحن نقدم للمستخدمين حلولاً ذكية تتيح لهم تقديم تجارب مخصصة، وزيادة المبيعات، وتحقيق نمو مستدام"، تؤكد كاكابور.

على الرغم من الحضور القوي في الإمارات وعُمان وأوروبا، تعمل Technoheaven على توسيع وجودها في دول مجلس التعاون الخليجي، وخاصة المملكة العربية السعودية، السوق الأسرع نمواً في المنطقة. وتوضح كاكابور: "تتبنى استراتيجيات محلية لكل سوق، ونُعدّل حلولنا بما يتماشى مع البيئة التنظيمية والسلوك الشرائي المحلي". كما تشارك الشركة بانتظام في معارض دولية مثل ITB Berlin وWTM Londong بهدف بناء علاقات استراتيجية وتوسيع شبكتها العالمية.

الذكاء الاصطناعي والتحليلات المتقدمة في قلب الحلول

تعتمد Technoheaven بشكل كبير على الذكاء الاصطناعي والتحليلات الذكية لتحسين قرارات المستخدمين وتعزيز تجارب العملاء. تشمل المنصة أدوات توصية للرحلات، أدوات تسعير استباقية، تحليلات سلوك العملاء، ودردشة فورية مدعومة بالذكاء الاصطناعي.

تقول كاكابور:" نحن لا نكتفي بإدارة العمليات بل نُسهم في تشكيل القرار التجاري لعملائنا، من خلال تحليلات معمقة وتوصيات ذكية".

توسع استراتيجي في الأسواق الخليجية والعالمية

وفي ظل تصاعد التهديدات السيبرانية، تؤكد Technoheaven التزامها الكامل بأعلى معايير الأمان، عبر التشفير، الحماية النارية، والتوثيق المتعدد، إلى جانب الالتزام بالمعايير الدولية لحماية البيانات.

تمتاز حلول Techno-heaven بالمرونة العالية والقابلية للتوسع، ما يجعلها مثالية للشركات الناشئة والكبرى على حد سواء. وتوفر الشركة خيارات متعددة تبدأ من بوابات جاهزة للعمل وحتى أنظمة ERP متكاملة مصممة حسب الطلب.

Technoheaven تقود مسيرة التحول الرقمي في السياحة

وتختم كاكابور: "نحن نؤمن أن كل شركة، مهما كان حجمها، تستحق أدوات قوية تساعدها على النمو... ونحن هنا لنكون الحليف التقني الذي يدفعها نحو النجاح".

حلول مرنة لجميع أحجام الأعمال

في عالم يتغير بسرعة، أصبحت التكنولوجيا حجر الأساس لبناء تجارب سياحية متميزة، وشركة Technoheaven تقف في طليعة هذا التحول. من الأتمتة إلى الذكاء الاصطناعي، ومن المرونة إلى الأمان، تواصل الشركة إحداث فرق حقيقي في كيفية إدارة الرحلات وتقديم الخدمات.



The Marbella - Dubai

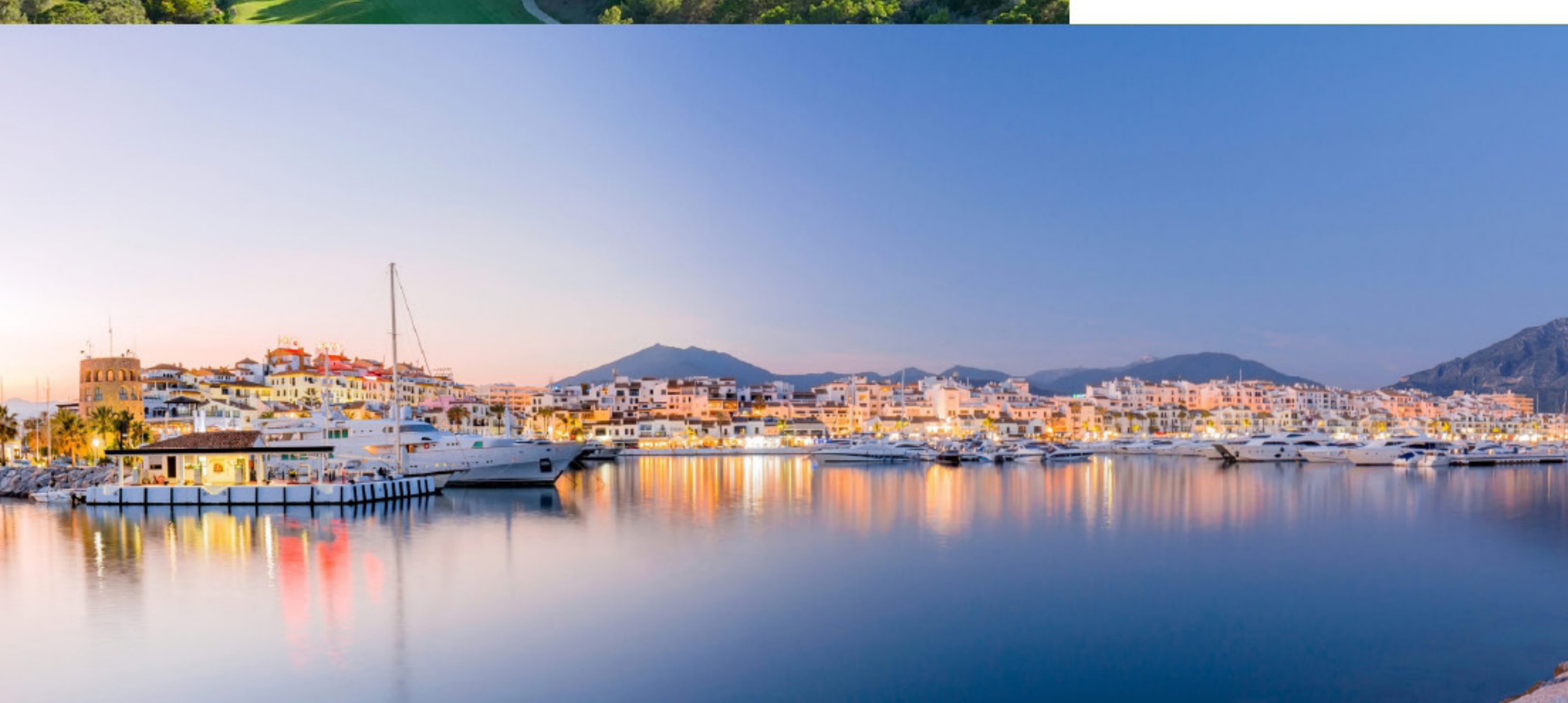
Real Estate Connection

info@bestliving.es +34 747 471 108

bestliving.es

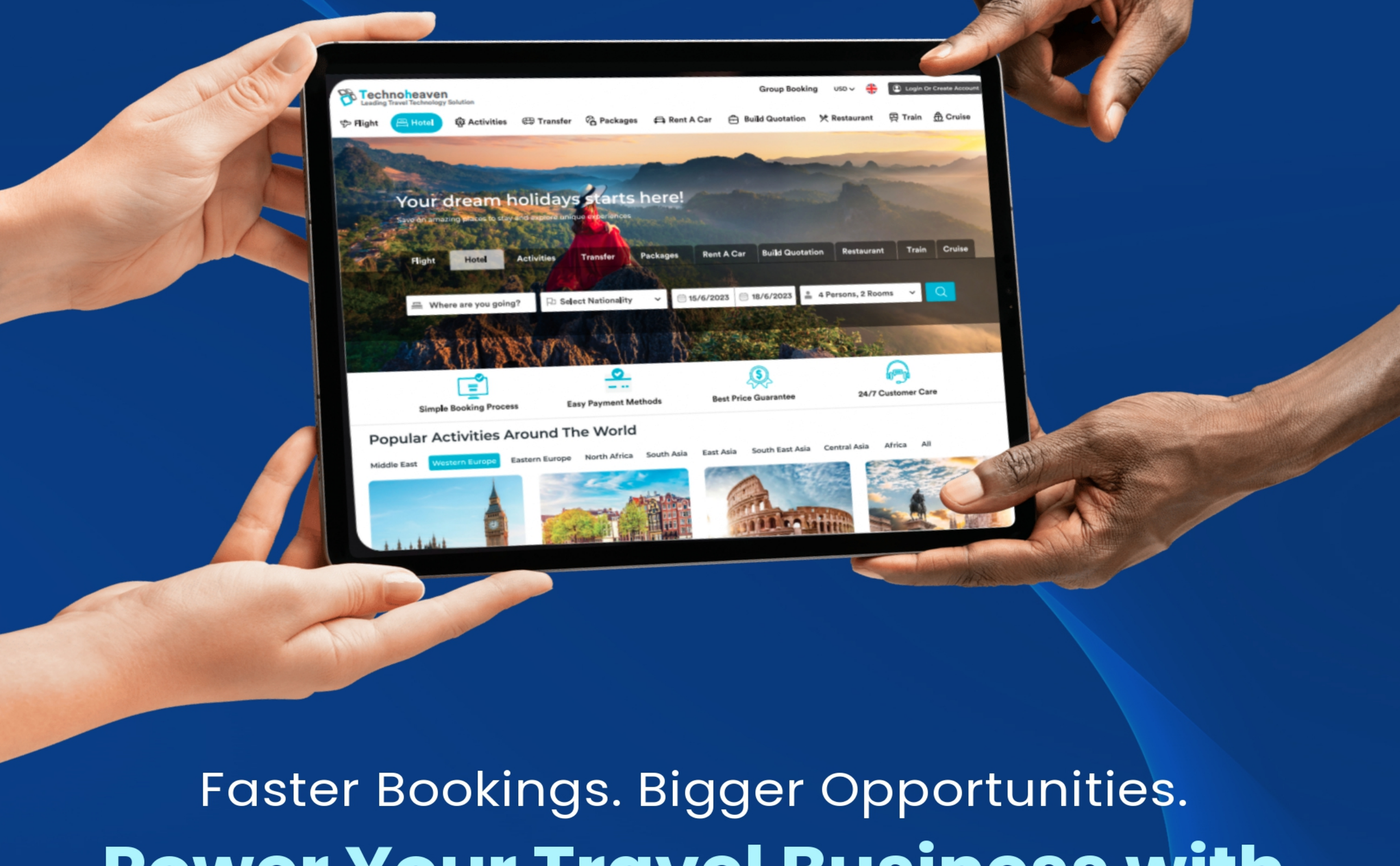


best Living



Technoheaven

Leading Travel Technology Solution



Faster Bookings. Bigger Opportunities.

Power Your Travel Business with the Next-Gen Booking Engine!

- Hotel
- Activities
- Transfers
- Train
- Package
- Channel Manager
- Cruise
- Flight
- Extranet Module
- MIS Reports
- Rent A Car
- Visa
- Restaurant
- Insurance
- Multi Currency
- GSA Module
- Charter Flight
- Group Module
- Finance Module
- Operation Module
- Build Quotation
- Multi Language

Schedule a free demo today!

www.technoheaven.com

+971 55 344 0168

sales@technoheaven.com

44 برعاية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



أحمد يوسف
الرئيس التنفيذي
لشركة ديفيا

ديفا للسياحة ... من شرم الشيخ إلى خريطة السياحة المستدامة في مصر

في قلب مدينة شرم الشيخ، جوهرة السياحة المصرية، تلمع شركة "ديفا" كأحد الأسماء البارزة في عالم السياحة الترفيهية، مستفيدة من موقعها الاستراتيجي على شاطئ البحر الأحمر، وما تتمتع به المدينة من مقومات طبيعية وبنية تحتية متطورة.

تأسست "ديفا" برؤية واضحة تهدف إلى الارتقاء بتجربة السائح العربي والأجنبي، من خلال تقديم خدمات متكاملة تتجاوز المفهوم التقليدي للسفر .

منذ انطلاقتها، تميزت "ديفا" بقدرتها على قراءة متغيرات السوق واستباق توجهاته، إذ ركزت على تقديم تجربة سياحية تفاعلية تجعل من الزائر جزءًا من المشهد، لا مجرد متلقٍ. فهي لا تقدم فقط حجوزات الفنادق أو الجولات المعتادة، بل تصمم تجارب تُخاطب الحواس، مثل رحلات الغوص الاستكشافية، وجولات الصحراء بسيارات الدفع الرباعي، والليالي البدوية التي تدمج الموسيقى المحلية والمأكولات التقليدية.

ابتكار وتجربة وروح محلية: كيف تعيد ديفا تعريف السياحة الترفيهية

في حديثه معنا، أوضح المدير التنفيذي للشركة أحمد يوسف أن "ديفا" تسعى لتكون بوابة السائح نحو التعرف الحقيقي على مصر، لا من خلال المعالم فقط، بل عبر الناس، والثقافة، والمجتمع. "نحن لا نبيع برنامجًا سياحيًا، بل نخلق ذكرى"، يقول المدير.

وأضاف: "نعمل على بناء علاقة طويلة الأمد مع عملائنا، لأننا نؤمن أن الزائر السعيد هو أفضل سفير لنا في بلده."

تتخذ "ديفا" من الجودة والابتكار محوريْن لعملها، حيث تحرص على تقديم خدمات تتماشى مع أعلى المعايير العالمية، سواء من حيث التنسيق أو مستوى الإقامة أو نوعية الأنشطة المقترحة. هذا ما جعلها تحظى بسمعة طيبة بين وكلاء السياحة على مستوى الشرق الأوسط وأوروبا.

على الرغم من أن الشركة لم تشارك رسميًا في معرض سوق السفر العربي 2025، إلا أنها تولي اهتمامًا بالغًا للمعارض السياحية، خصوصًا تلك التي تستهدف الأسواق العربية والأوروبية. "نحن نتابع السوق الخليجي عن كثب، وندرك حجمه وقيمته، ونخطط للمشاركة في المعارض المستقبلية التي تستهدف هذا الجمهور النوعي، لا بهدف الترويج فقط، بل لبناء علاقات شراكة استراتيجية مع شركات السفر والمنصات الرقمية،" يوضح المدير التنفيذي.

تسعى "ديفا" إلى التوسع خارج حدود شرم

> "نسعى لنكون بوابة السائح نحو التعرف الحقيقي على مصر، لا من خلال المعالم فقط، بل عبر الناس، والثقافة، والمجتمع. نحن لا نبيع برنامجًا سياحيًا، بل نخلق ذكرى"

برعاية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



الشيخ، حيث تعمل حاليًا على إطلاق برامج في وجهات مصرية أخرى كالغردقة ومرسى علم وسيوة، بهدف تقديم عروض متكاملة تتيح للسائح التنقل بين أكثر من منطقة ضمن باقة واحدة، مما يزيد من معدل إقامة السائح داخل البلاد، ويرفع من العائد الاقتصادي. كما أن هناك خططًا مستقبلية لربط الوجهات السياحية الداخلية بنظام حجز مركزي وموحّد، يسهم في تسهيل التنقل والتخطيط.

عندما تلتقي التكنولوجيا بالضيافة المصرية

الرؤية المستقبلية للشركة ترتكز على ثلاثة محاور رئيسية: الرقمنة، والتجربة الشخصية، والاستدامة. ففيما يخص الرقمنة، تعمل "ديفا" على تطوير منصة إلكترونية حديثة تسهّل على الزائر حجز البرامج وتخصيصها حسب رغباته. أما على مستوى التجربة الشخصية، فتُخصص الشركة طاقمًا مدربًا يعمل كمستشار سياحي شخصي لكل مجموعة، لتقديم توصيات حيّة ومباشرة.

السياحة كقصة تُروى: ديفا تمزج بين التجربة والمجتمع والهوية

أما الاستدامة، فتُعد من أولويات الشركة، حيث بدأت "ديفا" في اعتماد ممارسات صديقة للبيئة، مثل تقليل استخدام البلاستيك، ودعم المشاريع المحلية التي توظف المجتمع المحلي وتُروّج للحرف اليدوية. وتؤمن الشركة بأن السياحة المسؤولة هي مفتاح الاستمرارية والنجاح على المدى الطويل. ومن أجل ذلك، أطلقت الشركة سلسلة ورش تدريبية لمزودي الخدمات المحليين تهدف إلى ترسيخ مفاهيم السياحة النظيفة والواعية.

واحدة من المبادرات اللافتة التي تعمل عليها "ديفا" هي إطلاق برامج مخصصة لذوي الهمم، تضمن لهم تجربة سياحية مريحة وآمنة، ما يعكس التزام الشركة بمبدأ الشمولية والعدالة السياحية. تشمل هذه المبادرات توفير وسائل نقل مجهزة، وفنادق متعاونة تراعي احتياجات هذه الفئة، بالإضافة إلى توفير مرشدين سياحيين مدرّبين على التعامل معهم بكل احترافية واحترام.

تولي الشركة أيضًا اهتمامًا خاصًا للسياحة العائلية، حيث تطور حاليًا برامج موجهة للعائلات التي تضم أطفالًا ومراهقين، تتضمن أنشطة تعليمية وترفيهية في آنٍ واحد، بما يضمن استفادة جميع أفراد الأسرة من الرحلة على حد سواء.

بين الأسواق الجديدة والتجارب الغامرة: مستقبل ديفا في قلب السياحة العربية

وعن الأسواق الجديدة التي تنوي الشركة دخولها، يوضح المدير التنفيذي: "نرصد اهتمامًا متزايدًا من السياح القادمين من شرق أوروبا وآسيا الوسطى، ونعمل حاليًا على دراسة تلك الأسواق وبناء شراكات محلية فيها." كما أن هناك اهتمامًا متناميًا بالسياحة الداخلية المصرية، تسعى "ديفا" إلى تنشيطها من خلال عروض تنافسية للمواطنين المصريين.

من الأعماق إلى الواقع الافتراضي: ديفا تصنع سياحة تستحق التجربة

وفي ختام المقابلة، أكد المدير التنفيذي أن "ديفا" لا ترى نفسها مجرد شركة سياحية، بل كيان يعمل على إعادة تعريف صورة مصر في أذهان الزوار، من خلال تقديم تجربة تليق بتاريخها العريق وحاضرها المتجدد. "نحن لا نبيع منتجًا، بل نرسم لحظة. نؤمن أن السائح ليس مجرد مستهلك، بل إنسان يبحث عن قصة يعيشها، وذكريات يصنعها، ونحن هنا لنجعل من رحلته معنا فصلاً لا يُنسى من كتاب حياته."

هكذا تمضي "ديفا" بخطى واثقة نحو مستقبل أكثر شمولًا وابتكارًا، مدفوعة بشغف لا ينضب، ورؤية واضحة، وفريق يؤمن بأن السائح ليس زائرًا عابرًا، بل ضيفًا يستحق كل التقدير والاهتمام.

برعاية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY



نور ابوالعز
مديرة شركة رؤيانا للسفر

رؤيانا للسفر ...

رؤية تركية بعيون عربية لإعادة تعريف السياحة الترفيهية

في مدينة أنطاليا التركية، حيث تمتزج الطبيعة الساحرة بسحر البحر الأبيض المتوسط، ولدت رؤية شركة "رؤيانا للسفر والسياحة" كواحدة من الشركات الرائدة في قطاع السياحة الترفيهية، حاملة في طياتها طموحًا لا حدود له لتقديم تجربة سياحية متكاملة و متميزة .

من أنطاليا إلى عمّان.. رؤيانا تبني جسوراً بين السائح والتجربة

بدأت رؤيانا خطواتها الأولى من قلب أنطاليا، مستفيدة من مقومات المدينة الطبيعية والتاريخية، لتنشئ نموذجًا سياحيًا يرتكز على الجودة والتفرد والابتكار.

منذ انطلاقتها، حرصت رؤيانا على أن لا تكون مجرد وسيط لحجوزات الفنادق أو تنظيم الرحلات، بل أن تكون شريكًا حقيقيًا في تصميم تجربة السائح من لحظة وصوله وحتى مغادرته. وهذا ما تجلّى من خلال تنوع خدماتها التي تشمل الإقامة، التنقلات، الجولات السياحية، والأنشطة الترفيهية المصممة خصيصًا لتناسب اهتمامات وميول كل زائر.

"رؤيانا لا تبيع الرحلات بل تصنع الذاكرة".. فلسفة جديدة في السفر الترفيهي

"الرحلة" قابلت مديرة الشركة نور ابوالعز التي أكدت في حوارها مع الجريدة عن رؤية الشركة بقولها: "نحن نؤمن أن السياحة ليست فقط انتقالًا من مكان إلى آخر، بل تجربة ثقافية وإنسانية غنية تترك أثرًا دائمًا في النفس. ولهذا نحرص على أن نقدم لعملائنا أكثر من مجرد رحلة، بل ذكريات لا تُنسى."

رؤية رؤيانا المستقبلية تتجاوز حدود تركيا، فمع افتتاح فرعها الجديد في المملكة الأردنية الهاشمية، تؤكد الشركة أنها بصدد توسيع نطاق أعمالها إلى أسواق جديدة في العالم العربي. وتوضح الإدارة أن اختيار الأردن جاء استنادًا إلى عدة عوامل، أبرزها الموقع الجغرافي المتميز، والنمو الملحوظ في الطلب السياحي، بالإضافة إلى عمق العلاقات الثقافية والتجارية بين البلدين.

وفيما يتعلق بالمشاركة في المعارض السياحية الدولية، ترى رؤيانا أن مثل هذه الفعاليات تمثل منصة استراتيجية لعرض خدماتها والتواصل المباشر مع الفاعلين في السوق. تقول الشركة: "صحيح أننا لم نشارك في معرض سوق السفر العربي 2025، إلا أننا نراقب باهتمام مثل هذه الأحداث، ونخطط للمشاركة في دورات مقبلة، خصوصًا أن السوق الخليجية من الأسواق ذات الأولوية بالنسبة لنا."

التوجهات الجديدة في خدمات رؤيانا تركز على السياحة التجريبية، أي تقديم أنشطة تجعل الزائر يعيش تجارب محلية حقيقية، مثل الطبخ مع عائلة تركية، أو الإقامة في منازل

نجاحنا لم يكن وليد الصدفة، بل نتيجة سنوات من العمل المتواصل والإيمان برؤية واضحة. ونحن اليوم أكثر التزامًا من أي وقت مضى بأن نبقى في طليعة الشركات السياحية في المنطقة، ونقدّم لعملائنا ما يفوق توقعاتهم



أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي

ريفية تقليدية، أو حتى تعلم الحرف اليدوية في القرى التاريخية. وتوضح الشركة أن هذا النوع من السياحة بات يجذب شرائح متزايدة من المسافرين الباحثين عن الأصالة والاندماج الثقافي.

أما من حيث التكنولوجيا، فقد استثمرت رؤيانا بشكل كبير في تطوير منصتها الرقمية، لتسهيل عمليات الحجز والدفع والتواصل مع العملاء. ويشمل ذلك تطبيقًا ذكيًا يتيح للمستخدمين تخصيص رحلاتهم وفقًا لاهتماماتهم، إلى جانب دعم فوري متعدد اللغات.

ولأن الشركة تعي تمامًا أهمية الاستدامة في السياحة، فقد أطلقت عدة مبادرات بيئية بالتعاون مع المجتمع المحلي، مثل تنظيف الشواطئ، وزراعة الأشجار في المناطق الجبلية، والترويج لاستخدام وسائل النقل الصديقة للبيئة.

التقنيات والضيافة تلتقيان.. رؤيانا ترسم ملامح المستقبل للسياحة العربية

خلال السنوات القادمة، تطمح رؤيانا إلى أن تصبح مرجعًا إقليميًا في السياحة الترفيهية عالية الجودة، من خلال توسيع شبكة شركائها، وتعزيز وجودها الرقمي، وتقديم حوافز حصرية للعملاء المخلصين. كما تضع الشركة نصب أعينها السوق السعودية باعتبارها واحدة من أكثر الأسواق الواعدة، وتعمل حاليًا على تطوير باقات سياحية مخصصة تناسب متطلبات وتفضيلات السائح السعودي.

وتختتم أبوالعز حديثها بالقول: "نجاحنا لم يكن وليد الصدفة، بل نتيجة سنوات من العمل المتواصل والإيمان برؤية واضحة. ونحن اليوم أكثر التزامًا من أي وقت مضى بأن نبقى في طليعة الشركات السياحية في المنطقة، ونقدّم لعملائنا ما يفوق توقعاتهم."

قصة نجاح بلغة الابتكار.. تكتبها رؤيانا

في نهاية المطاف، تشكّل رؤيانا قصة نجاح تروى بلغة الابتكار، والشغف بالتجربة، والإيمان العميق بأن السياحة يمكن أن تكون أداة للتقارب الثقافي، والتنمية الاقتصادية، والتجديد الشخصي. ومن أنطاليا إلى عمّان، ومن ثم إلى كل ركن من أركان العالم العربي، تواصل رويانا رحلتها بثبات وطموح لا يعرف الحدود.



الرحلة

ملحق الرحلة الخاص
سوق السفر العربي
دبي 2025

الملتقى arabian travel market®

أبريل 2025 28

48 برعاية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

أول وأكبر جريدة سياحية يومية في الوطن العربي



أيمن حسن
الرئيس التنفيذي لشركة ليالي القاهرة

ليالي القاهرة ...

عندما تتحول وسائل النقل إلى جسر ثقافي وسياحي يعيد تعريف الرحلة في مصر

- نُعيد صياغة تجربة النقل السياحي في مصر باحترافية تُلائم كل فئة وتُعبّر عن هوية المكان
- تجديد الأسطول وتدريب السائقين على الإرشاد السياحي: هكذا نبني الثقة ونصنع الفرق
- التحديات صورة.. ونحن نُبدع في تغييرها عبر تجارب استثنائية

"استثمارات ليالي القاهرة لا تتوقف، فالشركة تسعى باستمرار إلى تحديث أسطولها من السيارات، وضمان أن تكون جميع المركبات بموديلات حديثة، مريحة، وآمنة. "كل مركبة لدينا هي سفير لمصر في أعين السائح، ولهذا نهتم بأدق التفاصيل، من النظافة، إلى التكنولوجيا، إلى تصرف السائق"

في عالم السفر، يظن البعض أن الرحلة تبدأ عند الوصول إلى الفندق أو الموقع السياحي. لكن لدى شركة ليالي القاهرة، الأمر مختلف تمامًا. فبالنسبة للسيد أيمن حسن، الرئيس التنفيذي للشركة، الرحلة تبدأ من لحظة ركوب السيارة، حيث تتحول كل دقيقة على الطريق إلى تجربة مميزة، وكل توقف إلى فرصة لاكتشاف جديد.

"نحن لا نقدم سيارات فقط، نحن نرسم تفاصيل الرحلة"، يقول أيمن، متحدثًا بشغف عن رؤية شركته التي أصبحت خلال سنوات قليلة إحدى العلامات الفارقة في سوق النقل السياحي داخل مصر. ويضيف: "نُوفّر كل ما يحتاجه السائح، من السيارات، إلى الشقق الفندقية، مرورًا ببرامج مصممة بعناية تغطي مختلف المحافظات المصرية".

في ظل النمو الكبير الذي يشهده قطاع السياحة، أدركت ليالي القاهرة أن المنافسة لا تكون فقط في الأسعار، بل في التفاصيل الصغيرة التي تصنع الفارق. ولهذا تسعى الشركة إلى تقديم برامج سياحية متنوعة تشمل جولات داخل وخارج القاهرة، يقودها سائقون مدربون وواعون، لا يقومون فقط بإيصال السائح إلى وجهته، بل يتحولون إلى مرشدين سياحيين حقيقيين، يتحدثون عن تاريخ المكان وروحه، وينقلون للزائر صورة حيّة عن مصر.

وعن اهتمام الشركة بالسائح الخليجي، يقول أيمن: "نعمل على توفير جولات مخصصة لزوارنا من الخليج، نُدرك ما يبحثون عنه، ونعمل على تصميم تجارب تُناسب ذوقهم وسرعتهم في استكشاف المدن. سائقونا يعرفون الأماكن التي لا تظهر بالضرورة على خرائط الجولات التقليدية، وهذا ما يمنحنا ميزة تنافسية حقيقية".

وتُولي ليالي القاهرة أهمية كبيرة لمعرض سوق السفر العربي 2025، حيث ترى فيه فرصة استراتيجية للتعريف بخدماتها وبناء شراكات جديدة داخل المنطقة. يقول أيمن: "نحن لا نبحث فقط عن الترويج، بل نسعى إلى بناء شبكة علاقات مع شركات وفنادق ومؤسسات في الشرق الأوسط، تُمكننا من

برعاية



FUN & SUN
b2b.funsuntravel.com

KATARA HOSPITALITY

تطوير خدماتنا والوصول لشرائح أكبر من الجمهور".

في مواجهة المنافسة الشرسة، تعتمد الشركة على مزيج من الابتكار والمرونة. ويشرح حسن: "نحن نُحدد نقاط قوتنا بدقة، ونعمل على تطويرها. كما نُولي أهمية كبرى لعلاقة العميل، ليس فقط من خلال حسن الضيافة، بل من خلال برامج تتحدث بلغة المسافر، وعروض تنافسية تجعله يعود إلينا مرة تلو الأخرى".

استثمارات ليالي القاهرة لا تتوقف، فالشركة تسعى باستمرار إلى تحديث أسطولها من السيارات، وضمان أن تكون جميع المركبات بموديلات حديثة، مريحة، وآمنة. "كل مركبة لدينا هي سفير لمصر في أعين السائح، ولهذا نهتم بأدق التفاصيل، من النظافة، إلى التكنولوجيا، إلى تصرف السائق".

ورغم أن التركيز الأساسي للشركة هو النقل، إلا أن أيمن يؤمن بأن السياحة الحقيقية تُبنى على التجربة الكاملة. ويقول: "نُصمم برامج مرنة تُناسب العائلات، كبار السن، الشباب، وحتى ذوي الاحتياجات الخاصة. لكل فئة خصوصية، ونحن نُدرك ذلك جيدًا ونتعامل معه كأولوية".

وتتجلى فلسفة الشركة في تلبية التطلعات المتزايدة للسياح الباحثين عن تجارب مخصصة وشخصية. فعبر التواصل المباشر مع العملاء، وفهم اهتماماتهم، تُبنى الجولات وفقًا لرغباتهم، وليس وفقًا لقوالب جاهزة. "نحن نستمع كثيرًا، ونعرف أن السائح لا يبحث عن مجرد رحلة، بل عن تجربة يشعر فيها بأنه جزء من المكان".

ومع أن السوق المصرية غنية بالفرص، إلا أن التحديات حاضرة، خاصة تلك المتعلقة بصورة مصر في الإعلام الدولي. لكن أيمن يرى في ذلك دافعًا لا عائقًا. "نعمل على تغيير الانطباع من خلال التجربة، عندما يزور السائح أماكن مبهرة، يلقى معاملة راقية، ويشعر بالأمان والاحترافية، فإنه يتحول إلى سفير لمصر في بلده".

وفي نهاية الحديث، يؤكد أيمن أن ليالي القاهرة لا تنوي التوقف عند حدود النقل أو الجولات الكلاسيكية. "نحن نُعيد تعريف السياحة عبر التفاصيل، ونؤمن أن أفضل تسويق لمصر هو سائح يروي تجربته بتأثر وفرح. لهذا نحن هنا، نُجدد الأسطول، نُدرب السائقين، نبني الشراكات، ونُخطط دائمًا للخطوة القادمة".

ليالي القاهرة ليست مجرد شركة نقل، بل منصة لتقديم مصر كما يجب أن تُرى: حيوية، دافئة، مليئة بالاكتشافات. ومن خلال فهمها العميق للعميل، وحرصها على الجودة، تُمهّد الطريق نحو مستقبل جديد لصناعة السياحة في مصر، تنطلق فيه الرحلة من باب الفندق، ولا تنتهي إلا عند باب الذكريات الجميلة.



الرحلة

Sponsored by

FUN & SUN

b2b.funsuntravel.com

الملتقى

arabian travel market