**مهرجان دبي للتسوق2017 يساهم في تنشيط**

**الأسواق والقطاعات الاقتصادية في نصفه الأول**

**دبي، 18 يناير2017:** تمكّن مهرجان دبي للتسوق2017-الذي انطلقت دورته الثانية والعشرين في 26 ديسمبر2016 وتستمر حتى28 يناير2017– من تحقيق نتائج إيجابية خلال النصف الأول من الحدث، حيث ساهمت الحملات الترويجية والتخفيضات، والفعاليات المتنوعة، وإطلاق منتجات حصرية خلال فترة المهرجان، من إحداث حركة نشطة في الأسواق، وارتفاعا في المبيعات لدى مراكز التسوق والمحلات التجارية.

وفي استطلاع لآراء الشركاء الإستراتيجيين والرعاة الرئيسيين لمؤسسة دبي للمهرجانات والتجزئة، إحدى مؤسسات دائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي، الجهة المنظمة للمهرجان، بالإضافة إلى ممثلي عدد من القطاعات الإقتصادية الأخرى، أظهرت المؤشرات الأولية للنصف الأول من مهرجان دبي للتسوق2017 رضا الجهات المشاركة في المهرجان والعروض الترويجية المصاحبة من النتائج الإيجابية التي أحدثها الحدث ولاسيما في حجم المبيعات، وتنشيط أسواق التجزئة، والطيران، والضيافة، والصرافة.

وقال سعيد محمد معصم الفلاسي، مدير تنفيذي إدارة التجزئة والشراكات الإستراتيجية في مؤسسة دبي للمهرجانات والتجزئة:"نحن سعداء بالأصداء الإيجابية التي تلقيناها من شركائنا الإستراتيجيين والرعاة الرئيسيين وكافة العاملين في قطاع التجزئة، وبما أحدثه هذا المهرجان من زخم كبير لأعمالهم خلال الفترة الماضية، ولاشك أن تأثير مهرجان دبي للتسوق طال العديد من القطاعات الإقتصادية".

وأوضح الفلاسي قائلا:"إنّ هذه المؤشرات الإيجابية تؤكد على أهمية مهرجان دبي للتسوق كموسم مهم تحرص العديد من الجهات على المشاركة فيه، ولاسيما من قطاع التجزئة، الذي يستفيد من الزخم الذي يحدثه هذا المهرجان المهم، فيما تتكامل عناصر الحدث ليقدم تجارب فريدة للزوار، كما يساهم من جهة أخرى في ترسيخ مكانة دبي كوجهة تسوق فريدة من نوعها على مستوى العالم".

وأشار الفلاسي إلى أن اختيار تاريخ المهرجان في كل دورة من دوراته يتم من خلال دراسة عدة عوامل، أهمها مدى ملاءمة ذلك التاريخ مع شركائنا ولاسيما في قطاعي التجزئة والسياحة، وبما يتوافق مع الأهداف الموضوعة ويعود بالفائدة على مختلف الأطراف، وجاء انطلاق الدورة الثانية والعشرين لمهرجان دبي للتسوق قبل أسبوع من بدء العام الجديد لتحقيق عدة أهداف ومن بينها: تزامنه مع موسم الاحتفالات، وهو إضافة مميزة ومهمة لإضفاء المزيد من الأجواء المبهجة على وجوه زوار دبي، كما أنه يساهم في استقطاب السياح ممن يرغبون بقضاء إجازة مفعمة بالفعاليات والعروض الترويجية الهائلة في دبي. كما تخلل تلك الفترة وجود عطلة مدرسية في داخل الدولة، وأيضا هناك مواسم في قطاع التجزئة،يتم خلالها طرح تشكيلات ومجموعات جديدة من المنتجات".

**مجموعة دبي للذهب والمجوهرات: نمو كبير في المبيعات**

قال توحيد عبد الله، رئيس مجلس إدارة مجموعة دبي للذهب والمجوهرات:"لقد استهل تجار الذهب والمجوهرات العام الجديد2017 بتفاؤل، حيث شهد التجار موسم مبيعات واعد، وذلك بسبب انطلاق الفعاليات والعروض الترويجية الخاصة بمهرجان دبي للتسوق. ولقد تمكّنت محلات الذهب والمجوهرات من اجتذاب المتسوقين خلال الأسبوعين الماضيين، وهذا ما نتج عنه زيادة في المبيعات مقارنة مع باقي الأشهر الثلاثة الماضية. ولقد ساهم السعر الجيد للذهب أيضا في أن يكون عاملا إيجابيا كبيرا في تحسين الأعمال. وبناء على التحليل الذي قمنا به لفترة النصف الأول من مهرجان دبي للتسوق، فإننا لاحظنا أن متاجر الذهب والمجوهرات المشاركة شهدت نموا كبيرا في حجم المبيعات (من حيث عدد الكوبونات والتعاملات)، وذلك بالمقارنة مع الفترة نفسها من العام الماضي، وهو مرشح للارتفاع خلال الفترة المتبقية للمهرجان. إن منح 34 كيلوغراما من الذهب خلال فترة المهرجان هي فكرة مميزة، بحيث يفوز كل يوم ثلاثة رابحين بكيلوغرام من الذهب، وهو ما يجعل منهم سعداء حين يشترون وحين يفوزون بهذه الجوائز القيمة.

**مجموعة مراكز التسوق في دبي: ارتفاع مبيعات 19 مركز تسوق**

قال ماجد الغرير، رئيس مجلس إدارة مجموعة مراكز التسوق في دبي:"إنّ النتائج الأوّلية لمهرجان دبي للتسوّق مبشّرة ومشجعة للغاية، وذلك مع ارتفاع أعداد الزوّار الذين حرصوا على المجئ إلى دبي، واستمتعوا بالأجواء الاحتفالية وموسم التسوق. إنّ مهرجان دبي للتسوق والحملة الترويجية لمجموعة مراكز التسوق في دبي تمكنتا من اجتذاب اهتمام الجمهور، وجعلت من دبي وجهة تسوق مميزة للسياح والمقيمين. إن حملة "تسوق ممتع.. وربح سعيد" ساهمت في زيادة مبيعات 19 مركز تسوق مشارك فيها، وهو ما انعكس على ارتفاع عدد بطاقات السحب".

وأضاف قائلا:"نتوقع زيادة في أعداد الزوّار والمبيعات مع اقتراب موسم الإجازات في دول مجلس التعاون الخليجي. حيث ستتدفق أعداد جيدة من السياح من الدول المجاورة، ونحن نأمل أن نقدم تجربة تسوق فريدة ومميزة لزوارنا".

**أعمار مولز: نمو ملحوظ في الزوّار وحجم أعمال المتاجر**

قال ناصر رفيع، الرئيس التنفيذي، إعمار مولز:"كما في كل عام، يساهم مهرجان دبي للتسوق في تعزيز أداء قطاع تجارة التجزئة في دبي، الأمر الذي يشكل رافداً قوياً للاقتصاد المحلي من خلال حفز نمو السياحة ودعم قطاعات حيوية مثل الطيران والضيافة. وانطلاقاً من مكانتها كشريك استراتيجي لهذا الحدث العالمي الكبير فقد سجلت ’إعمار مولز‘ نمواً ملحوظاً في عدد الزوار تزامنا مع تحقيق تجار التجزئة لدينا نمواً إيجابياً في أعمال متاجرهم. ومع مرور نصف مدة المهرجان، فإننا نتطلع قدماً إلى المحافظة على زخم النمو على مستوى أعداد الزوار في كافة مراكز التسوق التابعة لنا، مما يسلط الضوء أيضاً على الدور الجوهري للمهرجان في دعم نمو قطاع تجارة التجزئة في دبي".

**مراكز التسوق التابعة لماجد الفطيم العقارية:** **زيادة كبيرة في أعداد الزوار**

قال فؤاد منصور شرف، مدير تنفيذي أول، مراكز التسوق، إدارة العقارات لدى ماجد الفطيم العقارية: "تواصل مراكز التسوق الستة التابعة لشركة ماجد الفطيم في دبي وهي مول الإمارات ومراكز سيتي سنتر ديرة ومردف ومعيصم والشندغة وماي سيتي سنتر البرشاء تحقيق النجاحات مع استمرار فعاليات الدورة الثانية والعشرين من مهرجان دبي للتسوق حيث نتلقى يومياً ردوداً إيجابية من قبل عملائنا وشركائنا في متاجر التجزئة. وقد شهدت مراكز التسوق التابعة للشركة زيادة كبيرة في أعداد الزوار خلال الأسبوعين السابقين للاستفادة من العروض المميزة وخيارات التسوق الفريدة والجوائز والفعاليات الحصرية التي تستضيفها مراكزنا المختلفة كعروض سلاحف النينجا الشيقة وغيرها. وتماشياً مع رؤية شركة ماجد الفطيم الرامية إلى تحقيق أسعد اللحظات لكل الناس كل يوم ستواصل المراكز الستة التابعة للشركة في دبي تقديم أجمل الفعاليات والعروض المرتقبة بما فيها عروض الأزياء الترفيهية الفريدة في مول الإمارات. وباعتبارنا شريك استراتيجي، تهنئ شركة ماجد الفطيم مؤسسة دبي للمهرجانات والتجزئة على البداية الناجحة والمميزة للدورة الـ 22 من مهرجان دبي للتسوق".

**مِراس: العروض الترويجية ساهمت في زيادة المبيعات**

قال صالح محمد الجزيري، نائب رئيس قسم تسويق قطاع التجزئة والحملات الترويجية والترفيه في مِراس:""أقامت مِراس خلال الأسبوعين الماضيين فعاليات وأنشطة في العديد من وجهاتها شملت "سيتي ووك،" و"ذا بييتش،" و"بوكس بارك،" و"ذا أوتلت فيليدج" وتضمنت فقرات ترفيهية، وعروض أزياء، ومسرحيات، إلى جانب إستضافة أسواق مؤقتة.

وأضاف قائلا:"تجاوب الجمهور مع أنشطة مهرجان دبي للتسوّق كان ملفتاً في الوجهات جميعها، حيث تمتع الزوّار بمختلف المحطات الترفيهية، واستفادوا من العروض الرائعة التي قدمتها متاجر التجزئة التي شهدت تدفّقاً ملحوظاً ساهم في ازدياد المبيعات. ثقتنا كبيرة أنّ هذا التوجه سيستمرّ لما بقي من الشهر في وجهات مِراس لاسيما وأنّ الأسبوعين الأخيرين من المهرجان يشهدان حركة تجارية أكبر."

**ابن بطوطة مول وسوق التنين2: أعداد كبيرة من الزوار**

قال عمر خوري، مدير إدارة "نخيل مولز":"لقد شهد كلاً من "سوق التنين 2" و"ابن بطوطة مول " التابعان لـ"نخيل مولز" إقبالاً كبيراً خلال مهرجان دبي للتسوق حتى الآن، حيث يقدم كلاً من المولين مجموعة واسعة من الأحداث الترفيهية والعروض الترويجية، ومع تزامن مهرجان دبي للتسوق مع ذروة الموسم السياحي في دبي، فإن مجموعة مراكز التسوق التابعة لنا ترحب بأعداد كبيرة من الزوار من داخل وخارج الدولة. نحن نتوقع مواصلة هذا الإقبال الإيجابي والمزيد من الزخم خلال الأسبوعين المتبقيين لمهرجان دبي للتسوق".

**ميركاتو:إقبال كبير من جنسيات مختلفة**

قالت نسرين بستاني، مديرة الإتصال المؤسسي والعلاقات العامة لمركزي ميركاتو وتاون سنتر جميرا:"يسر ميركاتو أن يعلن عن تحقيق نتائج إيجابية خلال النصف الأول من مهرجان دبي للتسوق 2017. إن العروض الترفيهية والكرنفال الإيطالي الحي، والحملة الترويجية "تسوقوا واربحوا" لعبت دورا مهما في جذب المزيد من الزوار من أوروبا وآسيا، ودول مجلس التعاون الخليجي، بالإضافة إلى المواطنين والمقيمين في دولة الإمارات العربية المتحدة، والذين استفادوا من التخفيضات والتنزيلات الهائلة التي قدمتها المحلات التجارية في المول".

وأضافت قائلة:"لطالما كان مهرجان دبي للتسوق منصة مثالية وفريدة للعديد من العلامات التجارية المحلية والإقليمية والعالمية لطرح منتجات جديدة. بالإضافة إلى العروض الترويجية التقليدية المميزة، وفترة مهرجان دبي للتسوّق الممتدة لـ 34 يوما، التي تمكن تجار التجزئة من استخدام هذه الفترة لتقديم مفاهيم وأنشطة جديدة. ولقد لاحظنا زيادة في الإقبال على المول خلال النصف الأول من مهرجان دبي للتسوق 2017 مقارنة بالفترة نفسها من دورة العام الماضي".

**دبي فستيفال سيتي: زيادة ملحوظة في أعداد الزوار**

قال ستيفن كليفر، مدير مراكز التسوق في مدير مجموعة الفطيم العقارية:"لقد حقق مهرجان دبي للتسوق2017 نجاحاً كبيراً خلال الفترة الماضية، وشهدنا زيادة ملحوظة في أعداد المتسوقين عبر فستيفال سيتي وجميع المحلات التجارية البالغ عددها 400 محل و75 مطعما. ونحن نلاحظ زيادة في أعداد الزوار الذين يأتون إلينا من دبي وكذلك من المملكة العربية السعودية، وأبو ظبي، والإمارات الشمالية.فزوارنا يتطلعون للاستفادة من التخفيضات التي يقدمها مهرجان دبي للتسوق وكذلك الأنشطة والفعاليات المتنوعة، وأيضا مشاهدة واختبار العرض العالمي الجديد “IMAGINE”. كما أن لدينا عدد من الأنشطة المشوقة التي يمكن الاستمتاع بها خلال الفترة المتبقية من المهرجان، سواء من "الفلاش موب" إلى عروض الأزياء، ونتوقع أن يستمر تحقيق نتائج إيجابية".

**باريس غاليري: ارتفاع المبيعات بنسبة 8%**

قال محمد عبد الرحيم الفهيم، الرئيس التنفيذي لمجموعة شركات باريس غاليري:"تلعب مؤسسة دبي للمهرجانات والتجزئة مرة أخرى دورها الإيجابي والبنيوي في دعم المولات والجهات المرتبطة الأخرى لجعل تجربة التسوق والمتعة والمرح أكثر إثارة وذات مردود أكبر للزوار والمقيمين. احتفالات مهرجان دبي للتسوق 2017 في بلد ترفل بعروض ضخمة والكثير من الجوائز وترفيه لا ينتهي كانت سبباً رئيسياً لارتفاع ملحوظ في المبيعات. ازدادت مبيعات باريس غاليري مع بداية موسم العطلات ثم في شهر مهرجان دبي للتسوق بزيادة طلب السياح والمقيمين على الهدايا واستفادتهم من العروض الكبرى. تشهد متاجرنا الآن إقبالاً كبيراً من الزوار والزبائن وقد ارتفع معدل المبيعات بنسبة 8%. نتمنى أن نحافظ على هذا التقدم طوال الشهر. ونحرض دائماً أن يحظى جميع زوارنا على تجربة تسوق تبقى في ذاكرتهم خلال موسم المهرجانات بمنحهم عروضاً خاصة تقدم فيها العلامات التجارية الكثير من الهدايا الترويجية.

**مجموعة عبد الواحد الرستماني: تقديم أفضل العروض**

وقال ميشال عياط، الرئيس التنفيذي للعربية للسيارات، شركة السيارات الرئيسية في مجموعة عبد الواحد الرستماني، والموزع الحصري لسيارات نيسان وإنفينيتي ورينو في دبي والإمارات الشمالية: "يسعدنا إقامة علاقة شراكة استراتيجية مع مؤسسة دبي للمهرجانات والتجزئة منذ إنشائها قبل 22 عامًا، لنعمل سويًا من أجل تعزيز جاذبية دبي ومهرجان التسوق أمام المقيمين والزوار والسياح الذين يقصدون دبي من شتى أنحاء العالم. إن الدعم الذي نقدمه لمهرجان دبي للتسوق يأتي في سياق انتمائنا لهذه الإمارة وخدمة أجندتها الوطنية الطموحة، والحرص على تأكيد مسؤوليتنا المجتمعية، والاستفادة من كافة الفرص المتاحة لتوفير أفضل العروض والخدمات لعملائنا الأوفياء، وإتاحة المجال لهم للاستمتاع باقتناء سيارات حديثة من مختلف الموديلات".

**إينوك: 15 % النمو في المبيعات**

قال سعادة سيف حميد الفلاسي، الرئيس التنفيذي لمجموعة "اينوك": انطلاقاً من مكانتها كأحد الشركاء الإستراتيجيين المؤسسين لهذا الحدث العالمي الكبير، تحرص "اينوك" على تقديم كل سبل الدعم الممكن لمهرجان دبي للتسوق على مدى أكثر من عقدين من الزمن، إذ شكلت "اينوك" عنصراً هاماً في مسيرة نجاح المهرجان منذ تأسيسه، ليواصل نموه وتأكيد دوره كرافد لرؤى صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي، رعاه الله، الرامية إلى ترسيخ مكانة دبي كوجهة أولى لتجارة التجزئة والسياحة وأنماط الحياة العصرية المميزة في المنطقة.

وأضاف قائلا:" ونحن ماضون قدماً في ابتكار أساليب جديدة لمكافأة عملائنا الأوفياء، إذ يمثل مهرجان دبي للتسوق منصة إستراتيجية لتحقيق هذا الهدف عبر استقطابه لأعداد متنامية من الزوار الجدد من كافة أرجاء المنطقة، وهو ما نشهده فعلياً هذا العام. وتقدم "اينوك" هذه السنة جوائز بقيمة إجمالية تصل إلى 19 مليون درهم، كما حققنا نمواً بنسبة 15 % في المبيعات بفضل عدد من العروض المميزة التي تم إعدادها لتثري تجربة تسوق العملاء عبر كافة منافذنا وتمنحهم فرصة الفوز بباقة من الجوائز الاستثنائية".

**مجموعة جمبو: نمو كبير في المبيعات**

قال نديم خنزاده، رئيس قسم التجزئة أومني شانيل لدى شركة جمبو للإلكترونيات:"نعتقد أنّ انطلاق مهرجان دبي للتسوق2017 قبل أسبوع من نهاية العام2016 كانت خطوة جيدة لاجتذاب الزوار إلى دبي واختبار تجارب تسوق رائدة خلال مهرجان دبي للتسوق.

وأضاف قائلا:"لقد قمنا بالتخطيط لعروضنا الترويجية وحملتنا التسويقية لتلبية الطلب المتوقع من الزوار من داخل دولة الإمارات العربية المتحدة وخارجها. حتى الآن شهدنا نموا بنسبة من رقمين في أدائنا بالمقارنة مع العام الماضي، ولاسيما من خلال مبيعات الهواتف الذكية، وسماعات VR، وأجهزة التلفاز الكبيرة 4K. ونتوقع أن نشهد خلال الفترة المتبقية من المهرجان نموا أكبر".

**فيزا: زيادة في الإنفاق واهتمام أكبر بعروض تتجاوز المستحيل**

وقال كريم بيج، نائب رئيس قسم التسويق في "فيزا" لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: "يثبت مهرجان دبي للتسوق مجدداً مكانته البارزة باعتباره فعالية التسوق الرئيسية على مستوى المنطقة، مع النجاحات الرائعة التي حققها لأكثر من 20 عاماً. وتتزايد أعداد المستهلكين الذين يبدون اهتماماً كبيراً بالاستفادة من الحملة اليومية "عروض تتجاوز المستحيل" التي تقدمها أشهر العلامات العالمية وتشمل: السيارات، الذهب، الساعات، أجهزة آيفون، وغيرها من المنتجات الفاخرة. وخلال هذا الفترة، نشهد زيادة لافتة في ثقة المتسوقين باستخدام طرق دفع آمنة مثل بطاقة "فيزا" بدلاً من الدفع النقدي وخصوصاً على مشتريات المنتجات الثمينة. وقد أصبح التسوق باستخدام بطاقات الدفع أكثر راحة هذا الموسم، حيث يقضي المستهلكون مزيداً من الوقت في اختيار المنتجات التي يرغبون في شرائها بدلاً من الانتظار في طابور الدفع النقدي".

**واحة السجاد والفنون: 5 ملايين درهم مبيعاتها في أسبوعين**

حققت واحة السجاد والفنون مبيعات بلغت 5 ملايين درهم خلال أسبوعين من افتتاحها، حيث بلغت مبيعات الجملة والتجزئة نحو 3 آلاف قطعة، حيث زار المعرض منذ افتتاحه في مركز دبي التجاري العالمي في 29 ديسمبر 2016، أكثر من 5000 زائر من داخل وخارج الدولة.

وقال عبد الرحمن عيسى، رئيس اللجنة المنظمة لواحة السجاد والفنون إن معرض واحة السجاد والفنون في دورته الحالية ضم أكثر من 200 ألف قطعة سجاد، تصل قيمتها الإجمالية إلى ملياري درهم، بما فيها قطع نادرة وأنتيكات يصل عمر بعضها إلى 400 عام، تم جلبها من المناطق الشهيرة بصناعة السجاد اليدوي في العالم مثل إيران وأذربيجان، وذلك لعرضها كمقتنيات لإبهار مرتادي الواحة من المتسوقين.

وأضاف عيسى أن معرض واحة السجاد والفنون، الذي يقام برعاية مركز تجهيز حقول النقط المحدود، كراعِ رسميٍ منذ 21 عاماً، يعد معلماً هاماً من بين المعالم التي ينتظرها الزوار والمقيمون خلال فترة مهرجان دبي للتسوق سنوياً، لما تُتيحه من فرص متنوعة للمتسوقين تناسب كافة المستويات في الذوق والسعر من خلال 90 جناحاً ل 45 شركة من داخل وخارج الدولة، ويتماشى تنظيمها مع الأهداف الاستراتيجية لدائرة جمارك دبي في دعم التنمية الاقتصادية في الدولة عامة وإمارة دبي خاصة، وكذلك المساهمة الإيجابية في جذب السائحين، مشيراً إلى أن المعرض أُقيم على مساحة 8000 متر مربع بزيادة نسبتها 20% عن دورة العام الماضي.

**قطاع الصرافة: 20% نموا في تبديل العملات**

قال أسامة حمزة آل رحمة، مدير عام الفردان للصرافة:"لقد شهدنا خلال النصف الأول من مهرجان دبي للتسوق حركة نشطة ولاسيما في المولات، التي ازداد فيها الطلب على الدرهم، وارتفع حجم تبديل العملات ما بين 15-20% بالمقارنة مع الفترة نفسها من العام الماضي. وإن هذا الزخم جاء نتيجة توافد أعداد كبيرة من السياح ولاسيما من دول مجلس التعاون الخليجي والدول الأخرى".

وأشار آل رحمة إلى أن دبي تعتبر من الوجهات السياحية الأساسية التي يحرص السياح على قضاء إجازاتهم فيها، وذلك لما تمتاز به من تطور وتعدد الخيارات التي يمكن أن يجدوها، فضلا عن افتتاح مجموعة من المشاريع الترفيهية الضخمة، كما تضفي فعاليات المهرجان نكهة خاصة على الأجواء.

**السياحة والسفر: نمو بنحو 10%**

قال سعيد العابدي، رئيس مجلس إدارة العابدي القابضة:"إن قرار بدء مهرجان دبي للتسوق قبل أسبوع من نهاية العام 2016 هي "ضربة معلم"، حيث شهدت هذه الفترة إجازات واحتفالات متعددة، ونشطت الأسواق من خلال شراء الهدايا والمنتجات خلال هذه المناسبات، كما حققت الفنادق نسب إشغال مرتفعة وقد تكون مكتملة، وهذا ما ساهم في الاستفادة من الزخم الذي عاشته دبي خلال هذا الموسم المهم.

وأشار إلى نسب الحجوزات والإشغال في الفنادق كانت مرتفعة، كما أن هناك نموا في حجم الحجوزات إلى دبي بنسبة لا تقل عن 10 بالمائة بالمقارنة مع الفترة نفسها من العام الماضي. منوها إلى أن أغلب هذه الجنسيات من مجلس التعاون الخليجي والشرق الأوسط وروسيا.

**الفنادق والضيافة: نسب إشغال مرتفعة**

قال فرانسوا كساب، الرئيس التنفيذي للعمليات في مجموعة "ميلينيوم آند كوبثورن" الشرق الأوسط وأفريقيا:"طوال فترة مهرجان دبي للتسوق، استقطبت مدينة دبي الزوار والمتسوقين من دول مجلس التعاون الخليجي، وأبعد من ذلك، ممن يبحثون عن مكان مناسب للإقامة يوفر لها عروضا مميزة وقيمة. وحيث أن لدينا أربعة فنادق في دبي، فإن ذلك يمنحنا الفرصة للترحيب واستضافة زوارنا، وهو ما ساهم في رفع نسب الإشغال خلال هذه الفترة في فنادقنا الكائنة في مواقع مميزة داخل المدينة، والتي تناسب مختلف المتطلبات والميزانيات، والشكر موصول لدبي للسياحة على جهودها في الترويج وتنظيم المهرجان، وهو ما يساهم في جعل هذه الفترة نشطة بالنسبة لنا".

قالت ماريا تولبيرج، مدير عام فندق راديسون بلو، خور دبي:"لقد شهدنا نسبة إشغال مرتفعة تجاوزت 80٪ خلال الأسبوعين الأخيرين من شهر ديسمبر وبداية شهر يناير مع زيادة الطلب على الإقامة لمدة تتجاوز 3-4 ليال من قبل ضيوفنا القادمين من المملكة المتحدة، والمملكة العربية السعودية، والولايات المتحدة الأمريكية. يتضمن مهرجان دبي للتسوق الكثير من الفوائد، وهو حدث مهم للمدينة، ولقد اختبر السياح تجارب تسوق رائعة، ولقد رأيت شخصيا العديد من الضيوف وهم يحملون معهم الكثير من أكياس التسوق لدى عودتهم من مراكز التسوق والأسواق".

**-انتهى-**