

براند دبي» يدعم أمهر صنّاع القهوة بالإمارة ويقدمهم عالمياً»



رافق «براند دبي» الذراع الإبداعية للمكتب الإعلامي لحكومة دبي، وضمن مبادرته «بكل فخر من دبي»، ستة من أمهر صنّاع القهوة في دبي، ضمن مشاركتهم في حدث عالمي هو الأكبر من نوعه للمتخصصين في هذا المجال؛ وهو «مهرجان القهوة العالمي»، الذي عُقد مطلع الشهر الجاري في العاصمة الهولندية، أمستردام.

التجربة جاءت في ضوء الهدف، الذي أطلق من أجله «براند دبي» مبادرة «بكل فخر من دبي»؛ وهو دعم رواد الأعمال أصحاب الأفكار المتميزة، الذين اختاروا دبي مقراً لمشاريعهم؛ لكون هؤلاء المبدعين يحملون، كل في مجاله، جزءاً من قصة نجاح دبي كمدينة يقصدها كل صاحب حلم يأمل في تحقيقه؛ حيث يجد في دبي النجاح، وما يعينه على الوصول إليه، ضمن لوحة ترسمها طموحات كبيرة تحولت من أمل يراود الخيال إلى نجاحات أحرزتها مشاريع شقت طريقها نحو التميز.

المشاركون في هذه الرحلة، وهم الفائزون الستة في المسابقة، التي نظّمها «براند دبي»، بالتعاون مع موقع «ذا هانتر» في فبراير/شباط الماضي، أعربوا عن سعادتهم بهذه التجربة المهمة، التي وصفوها بأنها «مُلهمة». كما أعرب فريق

«براند دبي»، الذي تواجد إلى جوار الفائزين خلال مشاركتهم في المهرجان العالمي، عن سعادته بالنتائج المتحققة؛ من خلال هذه المشاركة، التي ازدحم جدولها اليومي بفعاليات ولقاءات واجتماعات وحوارات عديدة، جمعت أعضاء الوفد بأقرانهم من مختلف أنحاء العالم، وبلغت من العاملين في هذه الصناعة العريقة، التي يُقدَّر حجمها عالمياً بأكثر من 100 مليار دولار.

وقالت نهال بدري، مدير «براند دبي»: «تركز مبادرة «بكل فخر من دبي» على تطوير الأساليب المناسبة؛ للمشاركة في دعم رواد الأعمال أصحاب المشاريع المتميزة في دبي»، وأضافت: «تُعد القطاعات الخدمية من أكثر القطاعات الواعدة في دبي؛ لارتباطها بالمجتمع بصورة مباشرة، ومع الشعبية الكبيرة، التي تتمتع بها القهوة كأحد أشهر المشروبات المحببة للناس، وأكثر السلع مبيعاً حول العالم؛ اخترنا أن تكون المسابقة لدعم رواد الأعمال، الذين اختاروا التخصص في هذا المجال، لاسيما مع الازدهار الكبير، الذي يتمتع به القطاع السياحي في دبي مع تزايد جاذبيتها كوجهة مفضلة للزيارة في المنطقة، وما تنتظره من نمو في هذا المجال مع استهداف زيادة أعداد السياح إلى». «أكثر من 20 مليون سائح بحلول 2020».

وقالت عائشة بن كلي، تنفيذي أول الدبلوماسية الثقافية في «براند دبي»: «كان جناح «براند دبي» في المعرض أشبه بخلية النحل؛ بما ضمه من أنشطة متنوعة؛ جذبت أعداداً كبيرة من الزوار، الذين ساهموا أيضاً في لفت أنظارهم للتصميم المتميز للجناح، الذي زين أحد جوانبه بعمل فني متميز من إبداعات الفنانة الإماراتية حصة العوضي، وهذا العمل هو عبارة عن لوحة كبيرة تُبرز ارتباط الثقافة الإماراتية بمشروب القهوة العربية، وحرص جانب كبير من الزوار على التعرف إلى هذه العلاقة الفريدة، التي جعلت من مشروب القهوة مكوناً من مكونات العادات والتقاليد الاجتماعية لهذا الجزء من العالم، وكان هذا الإقبال في حد ذاته مصدر سعادة لجميع المشاركين، الذين تمكنوا من عرض منتجاتهم». «من مشروبات القهوة، التي نالت استحسان الزوار من محبي القهوة حول العالم».

وأضافت: «شارك في المهرجان مجموعة مختارة من أفضل المقاهي في دبي، التي تضم: «نايت جاز»؛ و«بي دي إل كوفي»؛ و«فارمرز»؛ و«اسبريسو لاب»؛ و«هوم بيكري»؛ و«الخيمي»؛ وحرص فريق «براند دبي» على تخصيص جلسة تعريف مشتركة لكافة المقاهي، ومن ثم تخصيص جلستين خاصتين؛ الأولى لمقهى «اسبريسو لاب» بعنوان: «القهوة الخاصة- رحلتي في دولة الإمارات العربية المتحدة»، والثانية لمقهى «فارمرز» بعنوان: «مزيج الصحة بنكهة القهوة الخاصة»، فضلاً عن مشاركة الفنان الإماراتي غانم مبارك؛ من خلال رسوماته الإبداعية على أكواب القهوة.

وأبدى المشاركون في هذه الرحلة تقديرهم للمبادرة الطيبة، التي كانت وراء مشاركتهم في هذا الحدث الكبير؛ إذ وصفوا تجربتهم بأنها مصدر إلهام لمزيد من التميز في مجال عملهم، بما خرجوا به من التجربة من دروس مستفادة عديدة. ورؤى لكيفية تطوير مشاريعهم.

رائد الأعمال الإماراتي إبراهيم الملوحي، المتخصص في صناعة القهوة، وصاحب محال «اسبريسو لاب»، قدم الشكر إلى «براند دبي» لكل ما لاقاه من دعم؛ بدءاً من إطلاق «مسابقة دبي تحب القهوة»، ومن ثم المشاركة في المهرجان، الذي تحدث خلاله في لقاء خُصِّصَ للمقاهي المشاركة تحت مظلة «براند دبي»، وتناول فيه قصته مع القهوة، وكيف استطاع أن يحوّل حلمه إلى واقع بالعمل والدراسة والاجتهاد حتى بات خبيراً في فنون صناعة وتحضير القهوة بشكل احترافي من بداية اختيار البن وتحميصه وتحضيره وحتى تقديم القهوة، إضافة إلى معرفته بأفضل وأهم مزارع القهوة حول العالم، وطرق انتقاء أفضل ثمار البن.

أكد الإماراتيان رائدا الأعمال ومالكا مقهى «فارمرز»، فيصل المري وفيصل أهلي، أن التواجد في المهرجان مع نخبة من أفضل العاملين في المجال شكّل فرصة مهمة؛ لبناء وتوسيع شبكة العلاقات المهنية؛ وذلك لاستكشاف الفرص ومناقشة الأفكار الكفيلة بتطوير الأعمال.

أما عبدالله المُلّا، المدير العام لمقهى «هوم بيكري» فيرى أن المشاركة في المهرجان العالمي للقهوة كان لها العديد من الفوائد المتمثلة في التغطية الإعلامية المُركزة، ما يضمن المزيد من الانتشار للعلامة التجارية بين العملاء، فضلاً عن زيادة التفاعل على حسابات التواصل الاجتماعي.

عيسى المرزوقي، المالك المشارك لمقهى «بي دي إل كوفي»، قال: «إن الاشتراك في مسابقة «أفضل صنّاع القهوة في دبي»، ومن ثم الاشتراك في فعاليات المهرجان شكلا تجربة غاية في التميز؛ أسهمت في مزيد من الظهور للمشاريع «المشاركة».

وعبّر فريد اوينو، المدير العام لمقهى «الخيمي» عن تقديره لهذه الفرصة، التي مكنته من بناء علاقات عمل جديدة مع متخصصين في صناعة القهوة، بما في ذلك العديد من الأسماء المشهورة في هذا المجال، فضلاً عن الفرص التسويقية المتعددة مع مجموعة كبيرة من الشركاء المحتملين.

وقال ليون سورينت، المؤسس المشارك والمدير العام لمقهى «نايت جار»، إن دبي تضم عدداً كبيراً من المقاهي المميزة، مشيراً إلى أن تلك التي شاركت في المهرجان تحت مظلة «براند دبي» أفضل مثال على المدى المتطور من الإبداع، الذي يشهده قطاع صناعة القهوة في الإمارة.