

اتباع العلامات التجارية الأخلاقية اتجاه السياحة الرئيسي في 2022





دبي: «الخليج»

كشفت شركة «ريد اكزيبيشينز» العالمية، المنظمة لمعرض سوق السفر العربي أن عام 2022 قد يشهد عودة ظهور المسافرين المهتمين بالعلامة التجارية، بعد الآراء والتصريحات التي تلقفتها من المندوبين الذين يحضرون ندوات 2021 الحية والافتراضية حول السياحة المسؤولة.

وقالت دانييل كورتيس، مديرة معرض سوق السفر العربي في الشرق الأوسط: «لقد أتاحت لنا التعليقات والتصريحات التي تلقيناها، تحديد ملف تعريف معين للمسافر، والذي يبحث الآن بنشاط عن العلامات التجارية الأخلاقية التي يجب اتباعها ويريد أن يرى دليلاً ملموساً على أن هذه العلامة التجارية تمارس ما تدعي أنها عليه». وأردفت كورتيس قائلة: «تظهر لنا النتائج أن هناك مجموعة من الخصائص المنسوبة إلى المغامرين في النشاطات الخارجية بالهواء الطلق وسياحة العافية والسياح البيئيين والرحالة الرقميين في «العمل عن بعد» والسائحين التجريبيين والمسافرين الواعين اجتماعياً».

وتابعت كورتيس: «من الطبيعي أننا سنعرض هذا الاتجاه الناشئ من خلال الحدث الافتراضي لسوق السفر العربي 2022 والذي سيقام بشكل حضوري في مركز دبي التجاري العالمي في الفترة من 8 إلى 11 مايو 2022، بالإضافة إلى انعقاد نسخة افتراضية من المعرض في الفترة ما بين 17 و18 مايو 2022.

وأضافت كورتيس قائلة: لا يزال برنامج مؤتمرنا لمعرض سوق السفر العربي 2022 قيد التحضير، ولكن لدينا بالفعل جلسات تتناول فيها التحديات والصعوبات التي تواجه شركات الطيران والفنادق والجهات الأخرى في المستقبل القريب، مثل الصحة والسلامة والتكنولوجيا والمساواة في الصحة والتعليم والانتعاش الاقتصادي.

وقد توقع الخبراء خلال ندوات الطيران الخاصة التي انعقدت في نسخة 2021 من معرض سوق السفر العربي أن فترات الراحة الترفيهية ستكون قصيرة المدى، وأن تفضيل المشغلين منخفضي التكلفة سيكون أول من يتعافى في مرحلة ما بعد الجائحة، وعلى الرغم من أن هذا قد يبدو كذلك، إلا أن شريحة الأسواق الناشئة هذه لن تقتصر بالتأكيد على مكان واحد، بل ستختار على الأرجح وجهات سفر أطول وستبقى على مدى فترة زمنية أطول تتخللها فترات عمل. وفي هذا الإطار علقت كورتيس قائلة: المحصلة النهائية هنا متشابهة للغاية، ولكن على الرغم من ذلك فسيظل هؤلاء

السائحون راغبين في رؤية العلامات التجارية الملتزمة بالصحة والسلامة والأدلة الملموسة على استراتيجية مستدامة مثل الحصول على شهادة مع منظمة مستقلة.

ووفقاً لاستطلاع شركة ستاتيسا الألمانية المتخصصة في بيانات المستهلكين والسوق، فقد أكد 81٪ من بين 29349 بالغاً شملهم الاستطلاع عبر 30 دولة في وقت سابق من هذا العام، أنهم يرغبون في البقاء في منتج مستدام مرة واحدة على الأقل في الأشهر الـ 12 المقبلة، فيما أكد نفس الرغبة 62٪ فقط من المشاركين في نفس الاستطلاع قبل خمس سنوات.

ووفقاً لنتائج بحث جوجل فقد وجدت أن مصطلح البحث عن «فندق مستدام» قد تضاعف أربعة أضعاف خلال الثمانية عشر شهراً الماضية، ولهذا ستعتمد جوجل الآن الفنادق التي تحمل شعاراً بيئياً أخضر بجوار أسمائها أثناء البحث اليدوي وذلك من أجل مساعدة السياح البيئيين على إيجاد طلبهم بسرعة أكبر، كما ستضيف جوجل تفاصيل سياسة الاستدامة المحددة الخاصة بالممتلكات والإجراءات والأنشطة، وإلزام الفنادق بدقيق إنجازاتها من قبل جهة خارجية موثوقة.

"حقوق النشر محفوظة" لصحيفة الخليج. © 2024