

أجمل شتاء» ترفع إيرادات الفنادق إلى 1.5 مليار»





«دبي: الخليج»

أعلن المكتب الإعلامي لحكومة دولة الإمارات، اختتام النسخة الثانية من حملة «أجمل شتاء في العالم»، والتي أطلقها صاحب السموّ الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس الدولة، رئيس مجلس الوزراء، حاكم دبي، رعاه الله، منتصف ديسمبر الماضي.

روجت الحملة لوجهات وتجارب سياحية وطبيعية وترفيهية على امتداد الإمارات السبع، وحققت نتائج اقتصادية نوعية للسياحة الداخلية، رفعت إيرادات المنشآت الفندقية إلى 1.5 مليار درهم، مقارنة بمليار درهم في النسخة الأولى من الحملة بزيادة بنسبة 50% هذا العام.

ورفعت الحملة في دورتها الثانية عدد السياح المحليين من 950000 إلى 1.3 مليون سائح، بزيادة بنسبة 36% على النسخة الأولى للحملة، ووصلت نسبة إشغال المؤسسات الفندقية في هذه الفترة إلى 73% مقارنة بـ 66% نسبة الإشغال في عام 2021، بزيادة 7% على معدل الإشغال أثناء الحملة عام 2021.

وسجلت الحملة نجاحاً وإقبالاً لافتين، ومشاركة متميزة على شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث حققت أكثر من نصف مليون تفاعل من مختلف أنحاء العالم على وسائل التواصل الاجتماعي، في حين تجاوز معدل الوصول نصف المليار.

وترافقت مع أكثر من 87 مقابلة إعلامية، و53 خبراً صحفياً، فيما تم استخدام وسم #أجمل_شتاء_في_العالم في أكثر من 71 ألف صورة وفيديو على مواقع التواصل الاجتماعي.

إلى ذلك، تم إنتاج أكثر من 260 من الفيديوهات الترويجية للحملة من قبل المكتب الإعلامي لحكومة دولة الإمارات، فيما قدم 106 من صنّاع المحتوى 175 فيديو عن الحملة، حققت مجتمعةً 129 مليون مشاهدة.

ونجحت الحملة في تأكيد الموقع السياحي المتقدم الذي تحتله دولة الإمارات على قائمة الوجهات السياحية الأكثر طلباً على مستوى العالم، مسلطة الضوء على جمال روح أهل الإمارات وقيمهم الإنسانية الأصيلة والمضيافة تجاه الآخرين.

تأتي هذه الحملة التي انطلقت على المستوى المحلي في 15 ديسمبر الماضي، ونفذها المكتب الإعلامي لحكومة الإمارات، بالتعاون مع وزارة الاقتصاد ومختلف الهيئات المعنية بالسياحة والثقافة والتراث؛ لإبراز الخيارات السياحية المتنوعة في مختلف أنحاء الدولة، وتعريف الجمهور المحلي والعالمي إلى طبيعتها وثقافتها وتراثها وتاريخها وعمرانها ومعالها، وإبراز تميز التجربة السياحية في كل إمارة من إمارات الدولة السبع.

استدامة السياحة الداخلية

بدوره، أكد الدكتور أحمد بالهول الفلاسي، وزير دولة لريادة الأعمال والمشاريع الصغيرة والمتوسطة، رئيس مجلس الإمارات للسياحة، أن إطلاق المبادرات؛ ومنها حملة «أجمل شتاء في العالم» والذي يعنى بالترويج للدولة ككل يتلاءم مع المبادئ العشرة لوثيقة الخمسين التي اعتمدها صاحب السمو الشيخ خليفة بن زايد آل نهيان رئيس الدولة، حفظه الله، والتي تشير إلى أن الإمارات وجهة اقتصادية وسياحية واحدة.

وأشاد بالنجاح الكبير الذي حققته الدورة الثانية من حملة «أجمل شتاء في العالم» والذي يعد امتداداً للنجاح الذي حققته الدورة الأولى، وبما يشكل محفزاً لإطلاق المزيد من المبادرات التي تسهم في ترجمة توجيهات القيادة الرشيدة وتحقيق الرؤى الاستراتيجية المبتكرة لقطاع السياحة.

وبين أن دولة الإمارات ومن خلال ما تمتلكه من معالم سياحية وتراثية وعمرانية فريدة، أصبحت محط اهتمام الزوار من مختلف دول العالم الذين يحرصون على أن تكون الإمارات محطة في جولاتهم السياحية، مشيراً في الوقت ذاته إلى الدور المحوري الذي لعبته السياحة الداخلية في عملية تعافي القطاع السياحي المحلي من التداعيات العالمية التي أفرزتها جائحة كوفيد19، والتي أثرت في السياحة العالمية بشكل كبير خلال العامين الماضيين، الأمر الذي يعزز من مكانة القطاع السياحي ودوره كمساهم رئيسي في دعم الاقتصاد الوطني.

وقال: «نحن على ثقة بأن السياحة الداخلية تسهم في تنشيط عجلة الاقتصاد؛ حيث أسهمت حملة «أجمل شتاء في العالم» في دعم القطاع السياحي وزيادة وتيرة النمو.. وهذا النمو الملموس للسياحة الداخلية يعكس درجة المرونة، والبيئة السياحية الآمنة التي يتميز بها قطاع الاقتصاد والسياحة في دولة الإمارات، فضلاً عن مستويات الأمان في الدولة.» والتي تعد بين الأعلى في العالم.

وأضاف وزير دولة لريادة الأعمال والمشاريع الصغيرة والمتوسطة رئيس مجلس الإمارات للسياحة: «أظهرت الفعاليات المتنوعة لحملة «أجمل شتاء في العالم» معالم الإمارات ووجهاتها المتنوعة بصورة جديدة، وعرفت الزوار في المنطقة إلى مقوماتها السياحية الفريدة؛ حيث وفرت لهم فرصة الاستمتاع بجمال دولة الإمارات وإبراز تميز طبيعتها وخدماتها السياحية وأتاحت للسائح المحلي فرصة التمتع بالخصوصية السياحية والإرث الثقافي والتاريخي والتراثي.» والبيئي الغني وخوض تجارب استثنائية خلال الإجازة الشتوية.

وأكد أن جهود الترويج للسياحة الداخلية مستمرة لا تنتهي بانتهاء الحملة، وأن السياحة الداخلية محور استراتيجي على أجندة الموضوعات الحيوية التي يعمل مجلس الإمارات للسياحة على مناقشتها وصياغة آليات تطويرها بشكل مستمر جنباً إلى جنب مع باقي المحاور الجوهرية والمتعلقة بدعم القطاع السياحي في دولة الإمارات، مبيناً أن المجلس سيعمل

ومن خلال التنسيق والعمل المشترك مع جميع الجهات المعنية بالقطاع السياحي على مضاعفة النتائج التي تم تحقيقها حالياً بحلول عام 2030.

إمكانات فريدة

من جانبه، قال سعيد العطر، رئيس المكتب الإعلامي لحكومة الإمارات: «ثراء الدولة السياحي وما تضمه من مقومات ووجهات تراثية وترفيهية وثقافية عالية التجهيز والكفاءة، يجعلها مضمرباً للمثل في صناعة السياحة والتفرد فيها عالمياً».

وأكد العطر أن «نجاح الحملة والأرقام القياسية التي حققتها انعكاس لرؤية صاحب السموّ الشيخ محمد بن راشد، وثقة العالم بالمنتج السياحي الإماراتي وجهود كافة الهيئات المعنية بقطاع السياحة في الدولة».

وأشاد بجهود جميع الشركاء في وزارة الاقتصاد ودوائر السياحة المحلية في دعم هذه الحملة، والتي توجت بتعزيز مكانة الإمارات كوجهة سياحية واحدة، وأثبت خلالها قطاع السياحة الوطني ريادته العالمية، ونجاحه في تسليط الضوء على خصائص وسمات كل إمارة وإعادة اكتشاف المزايا التنافسية السياحية والطبيعية والجغرافية والتاريخية والإنسانية للبلاد، وأماكن الجذب المتعددة على امتداد أرض الإمارات الطيبة

بعد إنساني للحملة

كما شهدت الحملة، ضمن جهودها للاحتفاء بالأجواء المعتدلة والوجهات السياحية المتنوعة في دولة الإمارات العربية المتحدة، إطلاق حملة «لنجعل شتاءهم أدفأ» بالتعاون مع المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين ومبادرات محمد بن راشد آل مكتوم العالمية وشبكة بنوك الطعام الإقليمية، واليوتيوبر حسن سليمان «أبو فلة»، والتي ساهمت في جمع 11.5 مليون دولار أمريكي قدمها أكثر من 155 ألف متبرع من 120 دولة لمصلحة 110000 آلاف عائلة من اللاجئين والنازحين والعائلات الأقل حظاً في المنطقة العربية وإفريقيا، لتمكينها من تخطي برد الشتاء القارس وتأمين احتياجاتها الأساسية

وسجلت المبادرة الإنسانية أكثر من 800 تغطية إعلامية محلية وإقليمية وعالمية، وصلت إلى 20 مليون شخص، و163 مليون مشاهدة، فيما تفاعل 29.258 مليون شخص مع الحملة مباشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

وحطمت المبادرة الرقم القياسي في موسوعة جينيس لأطول مدة بث مباشر متواصل بواقع 268 ساعة، ولأكبر عدد من المشاهدات المباشرة بواقع 700 ألف شخص في الوقت نفسه

عمر فاروق وجو حطاب يجولان في الإمارات

وبرزت خلال فترة الحملة الجولة التي قام بها صانعا المحتوى العربي المتخصصان في السفر والتنقل والاستكشاف، عمر فاروق وجو حطاب، على مجموعة من أجمل معالم دولة الإمارات طوال 7 أيام متواصلة، في تجربة مشوقة، نشرها خلالها محتوى جولتهما ومغامرتهما المشتركة تبعاً للملايين من المتابعين على مختلف المنصات الرقمية، من على متن كرفان متنقل يحمل شعار الحملة

وامتدت الرحلة من شمال دولة الإمارات إلى جنوبها، لتشمل مختلف مناطقها الخلابة بدءاً من دبي مروراً بالفجيرة وأم

القيوين ورأس الخيمة وعجمان والشارقة وصولاً إلى العاصمة أبوظبي، لتغطي الرحلة تضاريس الإمارات المتنوعة ومواقعها الجبلية المميزة، وخصوصية الصحاري والبادية فيها وكرم الضيافة في مجتمعاتها.

محطات في الإمارات مع خالد الخالدي وعلي آل سلوم ومحمد البلوشي

وخلال الحملة أيضاً، قدم المؤثرون على مواقع التواصل الاجتماعي، خالد الخالدي وعلي آل سلوم ومحمد البلوشي «ونسني» جولات في محطات عديدة بمختلف مدن دولة الإمارات، واستعرضوا المتاحف والمناطق السياحية والثروة الطبيعية التي تزر بها الإمارات الدولة. وقد حظيت الفيديوهات التي نشرها المؤثرون بتفاعل واسع بين الجمهور.

دليل أجمل شتاء في العالم

وتعزيراً للوعي بما تتضمنه الإمارات من عجائب طبيعية ومرافق سياحية حيوية، أصدرت الحملة «دليل أجمل شتاء في العالم» والذي يحتوي على 150 موقعاً في جميع أنحاء الإمارات للراغبين في التجول بين الجبال الرائعة والصحاري الساحرة والشواطئ الخلابة لدولة الإمارات.

واحتوى الدليل على صور رائعة للعديد من المواقع والمرافق السياحية في دولة الإمارات، مع شروح وافية حول التجارب السياحية المتوفرة فيها والمزايا التي تقدمها للزوار.

كنوز السياحة الإماراتية

كما أطلقت الحملة مسابقة «أجمل شتاء في العالم» للتصوير، التي نظمتها جائزة حمدان بن محمد بن راشد آل مكتوم الدولية للتصوير الضوئي، بالتعاون مع المكتب الإعلامي لحكومة دولة الإمارات، بهدف إشراك الجمهور والمصورين المحترفين في التقاط صور لأجمل معالم الإمارات الطبيعية والسياحية والترفيهية والتراثية. وتلقت المسابقة أكثر من 2800 مشاركة من 89 دولة، احتفت جميعها بطرق إبداعية ولقطات نوعية بجمال شتاء الإمارات وتنوع تضاريس الدولة وفعاليتها وثقافتها الغنية وقيم مجتمعاتها المتسامح المنفتح الذي يحتضن أكثر من 200 جنسية يعيش أبنائها بتناغم وانسجام.



«حملة «أجمل شتاء في العالم»

مقومات سياحية فريدة

وسلّطت الحملة الضوء على قيم التسامح والتعايش واحترام التعدد والتنوع الإنساني وحسن الاستقبال والترحيب الذي يتميز به سكان الدولة، كما سلّطت الضوء على المقومات السياحية الفريدة للدولة والتنوع الهائل في الأنشطة السياحية التي تشمل على سبيل المثال لا الحصر السياحة البيئية والمستدامة التي تعد الزوار من مختلف الإمارات الدولة للاستمتاع بزيارة المواقع الطبيعية من محميات ووحدات وجبال وشواطئ وجزر تحتفي بالتنوع الحيوي، والسياحة الصحراوية التي تتضمن رحلات السفاري والتزحلق على الرمال والبحث عن الواحات المختبئة في أعماق الصحاري بين الكثبان الرملية العملاقة، والسياحة الشاطئية بما فيها من خيارات الرياضات الشاطئية والمائية والغوص الحر، والسياحة الجبلية التي تتخللها أنشطة التنزه بين الجبال والوديان وركوب الدراجات الجبلية وتسلق الصخور.

وإلى جانب سياحة المغامرات بأنشطتها المتنوعة التي تشمل الغوص العميق والقفز المظلي والطيران الشراعي وغيرها من رياضات الإثارة والجرأة والتحدي، والسياحة الثقافية والتراثية التي عرفت السياح إلى العديد من المواقع التاريخية والتراثية والمتاحف المتنوعة، إلى جانب سياحة المهرجانات والفعاليات الكبرى؛ كما هو الحال في «إكسبو 2020 دبي»، التظاهرة البشرية الأكبر من نوعها في العالم، والأنشطة الفنية والموسيقية والترفيهية في الدولة، وسياحة التسوق التي تقدم للزوار مهرجانات التسوق وعروضها وخصوماتها في مختلف مناطق الدولة، إضافة إلى خيارات السياحة الصحية والاستشفاء التي توفر للزوار من مختلف أنحاء العالم فرصة الاستفادة من الخدمات الصحية عالمية المستوى في الدولة والاستجمام والنفاهة في شتائها بهوائه العليل واعتدال الحرارة فيه.

حملة أجمل شتاء في العالم

ويشهد قطاع السياحة الداخلية في الإمارات نشاطاً لافتاً منذ سنوات، بفضل رؤية حكومة الإمارات التي أطلقت «استراتيجية السياحة الداخلية» في ديسمبر 2020، بهدف تطوير منظومة سياحية متكاملة على مستوى الدولة، وتنظيم السياحة المحلية بين إمارات الدولة السبع، بالتعاون مع مختلف الهيئات والمؤسسات المحلية والاتحادية المعنية بقطاع السياحة والتراث والثقافة والترفيه المجتمعي، وتعزيز دور قطاع السياحة الداخلية في دعم الاقتصاد الوطني، وكذلك بفضل حزمة المشاريع والمبادرات الترويجية التي اجتذبت قطاعاً عريضاً من المجتمع الإماراتي.

ووفقاً للاستراتيجية، التي تركز على إطلاق فعاليات ومبادرات جديدة ومبتكرة تسهم في رفع معدلات السياحة الداخلية في الدولة وتعزيز نسبة السياحة الداخلية من إجمالي الإيرادات السياحية على المستوى الوطني؛ حيث حددت الاستراتيجية مجموعة من المستهدفات من أهمها بناء القدرات السياحية وتوزيع الموارد بما يسهم في الارتقاء بمنظومة السياحة في كل إمارة، ودعم نمو شركات السياحة الداخلية وتوفير كافة التسهيلات اللازمة لها، وتشجيع الاستثمارات المتعلقة بمشاريع السياحة الداخلية، واستحداث برامج أكاديمية وتدريبية في السياحة الداخلية وإعداد كوادر مؤهلة في هذا القطاع الحيوي. وفي هذا الإطار، أطلقت حكومة الإمارات حملة «أجمل شتاء في العالم» والتي تعد الأولى من نوعها على الصعيد الاتحادي.

