



مهرجان دبي للتسوق يرسم عناوين سنوات التألّق

■ عشرون عاماً هي عمر المهرجان الذي
شهدت دبي ولادته سنة 1996

■ يستمد مهرجان دبي للتسوق رؤيته من
شعاره «عالم واحد ... عائلة واحدة»

■ ترسيخ مكانة إمارة دبي كخيار أول
للسياحة العائلية والتسوق





سياحة

رؤية طموحة لترسيخ مكانة دبي

وشهدت إمارة دبي خلال العقد الماضي تطورات كبيرة على مختلف الأصعدة، وباتت تعد واحدة من أرقى المدن العالمية، ويكتسب المهرجان اليوم شهرة عالمية، كما أنه يشكل علامة فارقة في صناعة المهرجانات، حيث إنه يوفر عروضاً متميزة للتسوق والترفيه مع إمكانية لربح العديد من الجوائز القيمة. ويعكس شعار المهرجان «عالم واحد.. عائلة واحدة» الاهتمام المتزايد للزوار من مختلف أنحاء العالم عاماً بعد عام لحضور فعاليات وأنشطة هذا الحدث.

أطلقت مؤسسة دبي للمهرجانات والتجربة مهرجان دبي للتسوق لأول مرة خلال العام 1996، وذلك ضمن إطار الرؤية الطموحة لصاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي، الرامية إلى ترسيخ مكانة دبي على الخارطة العالمية كوجهة متميزة للسياحة العائلية والأعمال. وسجل، وما زال يسجل، هذا الحدث، الذي يعد الأول من نوعه على صعيد المنطقة، نجاحات كبيرة نتيجة للتعاون الوثيق بين كافة الأطراف المعنية بتنظيمه من دوائر حكومية ومؤسسات خاصة.



1996

الانطلاقة الأولى..



فتح مهرجان دبي للتسوق في دورته الأولى عام 1996 الطريق أمام تحقيق تجارة ناجحة وتنشيط الحركة الاقتصادية، حيث بلغ حجم الإنفاق 2,15 مليار درهم، ونسبة زوار فاقت 1,6 مليون زائر، وأعقبت ذلك مشاركة أكبر، في السنوات اللاحقة، ففي عامه الأول، منح المهرجان 121 سيارة لكزس و43 كيلو غراماً من الذهب، ووضع التسلية في متناول الجميع، عبر الكرنفالات والأنشطة الترفيهية والفنية والثقافية، إضافة إلى الأحداث الرياضية الكبرى التي تضمنت كأس دبي العالمي لسباق الخيل.



15 فبراير - 23 مارس (43 يوماً)

1998

دبي ملتقى أطفال العالم



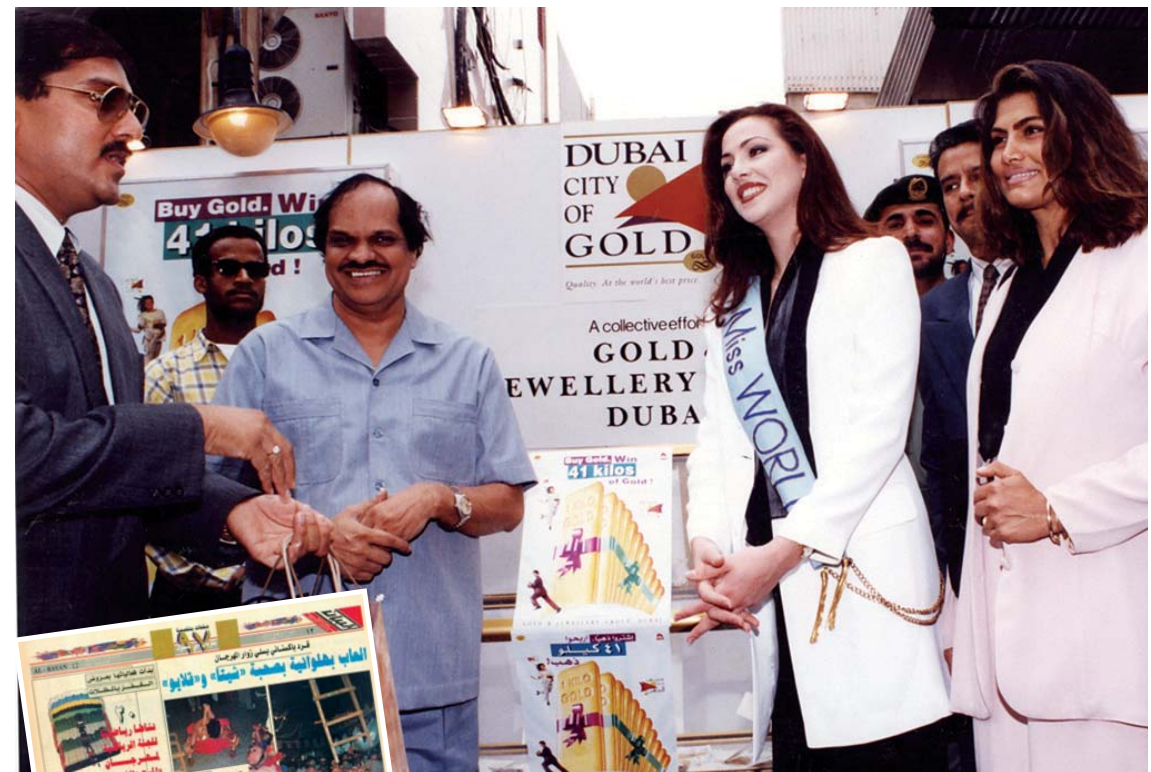
19 مارس - 18 إبريل (31 يوماً)

إلى 7 سيارات لكزس منحت إلى حامل بطاقة واحدة في آخر يوم من أيام الحدث، وفي الرياضة سجلت بطولة دبي المفتوحة للتنس تنافساً قوياً في التصنيفات العالمية. وقد حقق المهرجان نجاحاً جديداً باستقطابه نحو 2.2 مليون زائر بزيادة قدرها 37.5% مقارنة مع العام 1997 وبالنسبة لحجم الإنفاق فقد ارتفع ليصل إلى 3.81 مليارات درهم؛ أي بزيادة قدرها 36.5%.

في العام 1998، تبنى المهرجان شعاراً مؤثراً: «دبي ملتقى أطفال العالم»، فحقق نجاحاً كبيراً بسبب قدوم العائلات والأطفال إلى دبي بأعداد هائلة، وقد أسهم ذلك بشكل فاعل في صناعة السياحة، وخلال هذا العام أضاف المهرجان إلى جوائز ومفاجاته الكثير، فقد منح يوماً كاملاً لرحلات السفاري إلى جانب 142 سيارة لكزس، مُنحت للفائزين في 31 يوماً، إضافة

1997

تأكيد النجاح



27 مارس - 26 إبريل (31 يوماً)

و31 كيلوغراماً من الذهب منحت خلال المهرجان. أما القرية العالمية، التي بُنيت على جهة الخور لشارع بني ياس، فتحوّلت إلى أكبر تجمع حاشد للجماهير بأجنحتها العالمية، موفرة تنوعاً كبيراً في الحرف اليدوية والهدايا والمأكولات وغيرها، وهكذا فعلت قرية التراث والغوص في منطقة الشندغة، وكذلك واحة السجاد والألعاب النارية وعروض الموسيقى المائية، تلك التي جعلت الجماهير تطالب بالمزيد.

قفزت المبيعات إلى 2,79 مليار درهم، بزيادة قدرها 29.7% عن الدورة الأولى وبقي عدد الزوار على ما هو عليه، وعلى الرغم من أن عدد الفعاليات كان أقل مقارنة بالسنوات اللاحقة، إلا أنه شهد تنوعاً كبيراً في الفعاليات الجذابة، بعدما عملت اللجنة المنظمة مع القطاع الخاص لتوفير عروض رائعة وحسومات في مختلف المحال الثلاثة آلاف المشاركة في المهرجان، إلى جانب 133 سيارة لكزس،



الهدف فعاليات وعروض بأعلى المقاييس العالمية

تم إطلاق مهرجان دبي للتسوق بغية تحقيق هدفين رئيسيين، يتمثل أولهما في ترسيخ مكانة إمارة دبي كخيار أول في العالم للسياحة العائلية والتسوق، من خلال توفير فعاليات وعروض تعتمد أعلى المقاييس العالمية، أما الهدف الثاني فهو تعزيز أداء قطاع التجزئة، من خلال تنظيم حملات ترويجية وعروض تجارية جذابة تسهم في استقطاب المتسوقين من دول العالم كافة.



رقي دبي تتطور على مختلف الصعد

شهدت إمارة دبي خلال العقد الماضي تطورات كبيرة على مختلف الصعد، وباتت تعد واحدة من أرقى المدن العالمية التي تحتوي بنى تحتية تعتمد أعلى معايير الجودة والتميز، والتي من بينها مراكز التسوق الكبيرة والفنادق الفاخرة والمرافق المتطورة وأنظمة النقل المبتكرة، وتسهم كافة هذه العوامل في تأكيد نجاح مهرجان دبي للتسوق وإبرازه كعلامة فارقة في صناعة المهرجانات العالمية.

1999

أكبر تجمع عائلي في القرن العشرين



وفيما بعد تغير شعار المهرجان ليصبح: «أكبر تجمع عائلي في القرن العشرين»، حيث ارتفع حجم الإنفاق في العام 1999 بنسبة 9% مقارنة مع العام 1998، وهذا ما أرسل إشارة واضحة إلى أن الركود العالمي لم يمنع دبي من تحقيق هذا النجاح الضخم في هذا الحدث، وكان معدل الزوار أيضاً قد قفز من 73 ألف إلى 86 ألف زائر يومياً، مسجلاً ارتفاعاً قدره 18%، وقد شهدت هذه الدورة زيادة في أعداد الزوار من 2.2 مليون زائر إلى 2.4 مليون زائر أي بزيادة قدرها 9%. وقفز معدل أفراد العائلات التي تتضمن أربعة أفراد إلى خمسة أفراد، بعد أن كان ثلاثة، في السابق وهذا مؤشر على أن التركيز على العائلات كان في الاتجاه الصحيح، وعجت شوارع الرقة والمرقبات والضيافة والسيف بمئات الأحداث المسلية.



18 مارس - 14 أبريل (28 يوماً)

2001

عالم واحد.. عائلة واحدة



1 مارس - 31 مارس (31 يوماً)

نقداً، و41 كيلوغراماً من الذهب، في سحوبات يومية.

وعلى أثر ذلك سجل حجم الإنفاق زيادة بنسبة 4.7% مقارنة مع العام 2000 ليصل إلى 4.50 مليارات درهم. وارتفع عدد الزوار إلى 2.55 مليون زائر.

وفي العام 2001 زادت عائدات الفنادق من 450 مليون درهم إلى 480 مليون درهم، والإنفاق على المطاعم زاد بنسبة 20%، إلى 510 ملايين درهم، والإنفاق على الترفيه زاد بنسبة 28 مليون درهم، فيما أمضى الفائزون أوقاتاً رائعة برفقة سيارتي لكزس يومية، و100 ألف درهم

2000

إلى أُمي مع التحية



1 مارس - 31 مارس (31 يوماً)

زيادة قدرها 4.1% وسجل الإنفاق الكلي في واحد وثلاثين يوماً من التسوق والترفيه زيادة بنسبة 3.85% من 4.15 مليارات درهم إلى 4.31 مليارات درهم. وكانت الجوائز أكبر، حيث تم توزيع 41 كيلوغراماً من الذهب، و33 سيارة رولز رويس على الفائزين.

شهد المهرجان خلال العام 2000 نمواً ملحوظاً في أعداد الزوار بشكل عام والأوروبيين بشكل خاص، وهو مؤشر على أن المهرجان بات يحقق حدثاً عالمياً، وتحقق شعار: «عالم واحد.. عائلة واحدة»، وجذبت الفكرة 2.5 مليون سائح، من بقاع مختلفة من العالم، مجاورة وبعيدة،



الأهداف التسوق والترفيه والربح

العالم من خلال تنظيم عروض ترفيهية وترويجية مبتكرة، كما تقدم مجموعة الذهب والمجوهرات في دبي، التي تمثل العديد من تجار بيع الذهب والمجوهرات في الإمارة، أحدث وأرقى المنتجات للمتسوقين. وبالإضافة إلى العروض الترويجية والترفيهية التي تقدمها كافة مراكز التسوق في الإمارة خلال أيام المهرجان، تشهد شوارع دبي تنظيم العديد من الكرنفالات والأسواق الشعبية.

ينطلق مفهوم مهرجان دبي للتسوق بشكل أساسي من شعاره الخالد «عالم واحد ... عائلة واحدة»، ويرتكز على ثلاثة أعمدة، وهي التسوق والترفيه والربح، ومنها تنطلق كافة الفعاليات التي يتم تنظيمها خلال المهرجان، ويعتبر التسوق ركناً أساسياً من فعاليات مهرجان دبي للتسوق، حيث يشهد قطاع تجارة التجزئة في الإمارة خلال أيام المهرجان، الذي يمتد على مدى شهر كامل، عروضاً ترويجية مذهلة وأسعاراً مخفضة. وتلعب مراكز التسوق في دبي دوراً فعالاً في استقطاب المتسوقين من مختلف أقطاب



2002

مهرجان عربي بامتياز



واستمر النمو وتواصل النجاح عندما سجّل مهرجان دبي للتسوق زيادة في عدد الزوار لتصل إلى 2.68 مليون زائر في العام 2002، أي بزيادة قدرها 5% مقارنة مع الدورة التي سبقتها، وارتفع حجم الإنفاق إلى 4.60 مليارات درهم أي بزيادة قدرها 2.3%، وتابع المهرجان تقديم جوائز، وزادت أعداد المقيمين في الفنادق بنسبة 15%، وتبين الإحصاءات أن أعداد الزائرين من الدول العربية خارج دول مجلس التعاون الخليجي زادت بنسبة 22%، وتسببت نمو أعداد الزائرين عن المعدل العام من 605 آلاف في العام 2001 إلى 615 ألفاً خلال مهرجان 2002.



1 مارس - 31 مارس (31 يوماً)

2004

تآلق وجمال



15 يناير - 15 فبراير (32 يوماً)

الزائرين فناهز 5,80 مليارات درهم في العام 2004 أي بزيادة 13,28% مقارنة مع العام 2003. عروض السحوبات الخيالية كانت بارزة في هذه الدورة مثل: سحوبات سيارات لكزس الكبرى، رافقت تقديم 100 ألف درهم يومياً وتضمنت الجوائز أيضاً: أربعة قلل قدمت من شركة إعمار العقارية، وكيلوغراماً يومياً من الذهب من مدينة دبي للذهب.

المفهوم الجديد لفعالية «أزياء دبي» 2004 فتح المجال أمام بيوت الموضة مثل: ديور وكريستيان لاكروا، وجيفينشي، وإمانويل أونغارو، للإبداع في التصميم والابتكار في عالم الموضة، في الواقع سجل المهرجان ما مجموعه 3,1 ملايين زائر ونمواً بنسبة 6.1% عن العام 2003، الذي سجّل 2,92 مليون زائر، أما إنفاق

2003

مفهوم التجدد الدائم



15 يناير - 15 فبراير (32 يوماً)

وقرية التراث. وارتفع الإنفاق من 4.60 مليارات درهم في 2002 إلى 5.12 مليارات في 2003 بزيادة 11.3%، وارتفع عدد الزوار من 2.68 مليون في 2002 إلى 2.92 في 2003 بزيادة 9%. ومنح المهرجان 32 كيلو غرام ذهب، ومليون درهم كجائزة كبرى، و84 لكزس، واستضاف أكثر المغنيين العالميين شهرة مثل: «ويتني هيوستن» و«براين أدامز».

أضيفت مفاهيم سياحية وتجارية، كسوق المهرجان الليلي، الذي شكل واحة ترحيب بالمتسوقين من 9 ليلاً حتى 3 فجراً ناهيك عن مخيم المهرجان البري. وانضمت دبي لمصاف عواصم الموضة بعد تنظيم «أزياء دبي» واستمر الملتقى الثقافي للحرف والرقصات الفولكلورية، كما كانت الثقافة المحلية ظاهرة من خلال واحة السجاد



تعاون خطط طموحة وفعاليات مبتكرة

يرتكز نجاح مهرجان دبي للتسوق بشكل أساسي على التعاون القائم بين مختلف الدوائر الحكومية ومؤسسات القطاع الخاص لتطوير خطط طموحة وفعاليات مبتكرة تساهم في دفع عجلة تطور الإمارة على مختلف الأصعدة وترسيخ مكانتها كواحدة من أكثر المدن تطوراً في العالم.



فرص جوائز نقدية وسيارات وذهب

من أهم ما يميز مهرجان دبي للتسوق الفرص الكبيرة التي يتيحها أمام المتسوقين لربح جوائز قيمة تتنوع ما بين مبالغ نقدية وسيارات فاخرة وكيلوات من الذهب، حيث أصبح التسوق خلال أيام المهرجان مقترناً بشكل وثيق مع فرص الربح المثيرة. ويشكل مهرجان دبي للتسوق لملايين الزوار والمقيمين في إمارة دبي ودولة الإمارات منصة مهمة للتسوق والتمتع بالعروض الترفيهية المسلية، حيث إنه يستقطب مشاركات لفرق استعراضية عالمية، ما يعزز من دوره في تحويل دبي إلى وجهة عالمية.

2005

الاحتفال بالعام العاشر



مهرجان دبي للتسوق هو فرصة رائعة تعيش من خلالها دبي بأسرها وسط الأضواء والديكورات والزينة والفرحة التي تغمر الوجوه القادمة من جميع بقاع العالم على اختلافها، في الوقت الذي ترتدي فيه الحلة المهرجانية الرائعة والغنية بالثقافات والإنجازات المذهلة. كانت لهذه الدورة احتفالية خاصة تضمنت الاحتفال بالعام العاشر للمهرجان، وفي هذا العام ارتفع حجم الإنفاق ليصل إلى 6.67 مليارات درهم؛ أي بزيادة قدرها 15%، وارتفع عدد الزوار إلى 3.3 ملايين زائر، وفي هذا العام قدم المهرجان جوائز كبرى ومذهلة منها 10 ملايين درهم نقداً كجائزة كبرى، إضافة إلى 10 سيارات نيسان لمتسوق واحد.



15 يناير - 15 فبراير (32 يوماً)

2008

مهرجان «الموسم الخامس»



مبادرات ترفيهية. وحظيت عروض «أزياء دبي»، التي افتتحتها عارضة الأزياء أدرينا كاريمبو، باهتمام إعلامي جماهيري عالمي. ومنحت يومياً سيارات لكزس ومبلغ 100 ألف نقداً بعمليات عالمية مختلفة حسب حظوظ الفائز، وجرى توزيع 72 سيارة لكزس و43 سيارة نيسان و32 كيلو من الذهب. وبلغ عدد زوار إمارة دبي خلال ما لهرجان 3.2 مليون زائر من جنسيات مختلفة كما تجاوز الإنفاق في تلك الفترة 10 مليارات درهم.

تميزت الدورة الثالثة عشرة بكونها أطلقت المهرجان كموسم قائم بحد ذاته تحت عنوان «الموسم الخامس» يضاف إلى مواسم السنة الأربعة، بالإضافة إلى تطوير استراتيجية المهرجان لتواكب التقدم والتطور الحضاري لمدينة دبي. وركزت على تعزيز مفهوم التسوق خلال المهرجان من خلال إطلاق العروض الترويجية الضخمة ومشاركة أكثر من 3500 محل تجاري و40 مركز تسوق. كما نشر «الموسم الخامس» الأجواء الاحتفالية من خلال فعالياته المتنوعة، وأطلق

2006-2007

دورة استثنائية



دبي للمناطيد.

وتتم تنظيم سحوبات كبرى على سيارات لكزس ونيسان وجوائز ذهبية قيمة حظيت بمشاركة واسعة من مئات الآلاف من المتسوقين في دبي من مختلف أنحاء العالم، حيث تم توزيع 96 سيارة لكزس 45 سيارة نيسان و45 كيلو من الذهب الخالص، بالإضافة إلى الكثير من الجوائز النقدية. وصل عدد الزوار خلال دورة العام 2006-2007 إلى أكثر من 3.6 ملايين زائر أنفقوا ما يزيد على 10.2 مليارات درهم.

جمع مهرجان دبي للتسوق بين دورتيه الحادية عشرة والثانية عشرة بشكل استثنائي وذلك على مدى 45 يوماً بدأت في 20 ديسمبر 2006 ولغاية 2 فبراير 2007، حيث شهد خلال هذه الدورة زيادة كبيرة في العروض الترويجية والنشاطات والفعاليات الترفيهية التي يوفرها. كما استقطب المهرجان المزيد من المشاركات العالمية مثل «سيرك دو سوليه» الذي حظي بإعجاب الملايين من الزوار ومن كافة الأعمار، بالإضافة إلى تنظيم مهرجان



20 ديسمبر - 2 فبراير (45 يوماً)



24 يناير - 24 فبراير (32 يوماً)

حدث دعم الرعاية والشركاء للنجاح

يلعب الشركاء الاستراتيجيون للمؤسسة ورعاية الحدث دوراً هاماً في ضمان النجاح من خلال تقديم الدعم الكبير لفعالياته المختلفة وتنظيم العديد من الأنشطة الترفيهية والعروض الترويجية التي تستقطب أعداداً كبيرة من الزوار والمتسوقين إلى مراكز التسوق في الإمارة.



معايير

تميز مهرجان دبي للتسوق

كوجهة مثالية للسباحة العائلية والتسوق في العالم، وتمهد كل دورة من المهرجان من خلال ما تتميز به من براعة في التخطيط للفعاليات المختلفة، الطريق لتحقيق نجاحات وأرقام متميزة عن سابقتها فيما يتعلق بعدد الزوار وحجم الإنفاق وبالتالي تنشيط مختلف الأنشطة الاقتصادية في الإمارات بشكل عام ودي بصفة خاصة.

منذ انطلاقه خلال العام 1996، حرصت مؤسسة دبي للمهرجانات والتجزة على أن يحقق مهرجان دبي للتسوق أعلى معايير التميز ليسجل نجاحات متواصلة تساهم في إعادة صياغة مفاهيم التسوق والترفيه في المنطقة بأكملها، حيث إنه يتضمن العديد من الفعاليات والنشاطات المتنوعة لتوفير تجربة فريدة للزوار تضمن لهم التسوق وربح مجموعة من الجوائز القيمة والتمتع بعروض ترفيهية موجهة لكافة أفراد العائلة وتستقطب الملايين من الزوار، ويلعب مهرجان دبي للتسوق دوراً أساسياً في تعزيز مكانة الإمارة



2009

احتفلوا بروائعه



15 يناير - 15 فبراير (32 يوماً)

قياسي عالمي جديد باسم دبي، وهو «أكبر بوفيه لأصناف الحلويات» في العالم، حيث تم تحضير 2232 صنفاً مختلفاً من الحلويات العالمية. وكان للربح والفوز بجوائز قيمة نصيب كبير خلال هذه الدورة، حيث إنها حملت في جعبتها العديد من السحوبات الكبرى وهي سحوبات لكزس الكبرى، التي قدمت يومياً سيارتي لكزس و100 ألف نقداً بعملات عالمية مختلفة، وسحوبات نيسان الكبرى، التي قدمت سيارة نيسان دفع رباعي يومياً إلى جانب 13 سيارة أخرى خلال اليوم الأخير للمهرجان، وسحوبات الذهب من داماس، بالإضافة إلى سحوبات مليونير المشرق بقيمة 4 ملايين درهم وسحوبات ايبكو واينوك التي قدمت شقة فاخرة بقيمة 3 ملايين درهم وسحوبات مول الإمارات بقيمة مليون درهم وغيرها العديد من السحوبات الأخرى بملايين الدراهم.



تميزت الدورة الرابعة عشرة لمهرجان دبي للتسوق، التي نظمت خلال الفترة بين 15 يناير و15 فبراير 2009، عن سابقتها كونها شكلت تحدياً كبيراً واستطاعت بالرغم من الظروف الاقتصادية العالمية تحقيق نتائج فاقت التوقعات سواء على صعيد القطاع السياحي أو التجاري. وساهم في رعاية هذا الحدث 23 شركة من كبرى شركات القطاع الخاص. وبلغ عدد المحلات المشاركة في العروض الترويجية، التي ملأت كافة أرجاء الإمارة ووصلت إلى أكثر من 80% على مختلف البضائع، حوالي 6000 محل تجاري إلى جانب العروض الجذابة التي قدمتها مختلف القطاعات الخدمية من فنادق وشركات طيران وسباحة وغيرها.

وبالنسبة للفعاليات الترفيهية والتي حظيت بإقبال كبير من قبل الجمهور، فقد نظمت كعادتها على مستوى عال من الجودة والتميز في مواقع شملت معظم أرجاء الإمارة وخاصة المشاريع الجديدة مثل الممشى جميرا بيتش ريزيدنس ودي مول. وشارك في هذه الفعاليات، التي تنوعت بين الاستعراضية والأنشطة التراثية والثقافية والحفلات الموسيقية والفنائية، فرق وعروض من جنسيات مختلفة إلى جانب مجموعة من مشاهير العالم مثل فرقة أيرون ميدن وشاغي وتامر حسني وغيرهم.

كما استمرت الفعاليات الرئيسية للمهرجان بحصد النجاح من خلال الإقبال الجماهيري والإعلامي الكبير التي حظيت به تلك الفعاليات، مثل فعالية «أزياء دبي»، وفعالية «كرنفالات دبي»، و«إبداعات» و«مهرجان دبي للمأكولات» التي شهدت تسجيل رقم

2011

دبي للتسوق دائماً مهرجانك



20 يناير - 20 فبراير (32 يوماً)

10 سيارات صالون كجائزة كبرى باليوم الختامي، وشهد المهرجان بطولة دبي لتحدي رجال الإطفاء والإنقاذ، وكان صناع الموضة وعشاقها على موعد مع الفعالية التي ساهمت بشكل مؤثر في وضع دبي على قائمة عواصم الموضة في العالم، إذ ساهمت «إبداعات» في دفع صناعة الموضة في الإمارة. وانعش أكثر من 500 فنان استعراضي الشوارع، وأضاء ألمع نجوم الغناء العربي ليالي المهرجان كما حظي عشاق موسيقى الجاز بعدد من الحفلات المصاحبة لمهرجان الخليج للدرجات النارية (غلف بايك).

أكثر من 150 فعالية، دفعت عجلة إبداع المهرجان باتجاه التفرّد والامتناع على مدار 32 يوماً. وحصد المتسوقون 21 كيلوغراماً من الذهب، و3 ملايين درهم عبر حملة امسح واربح. وكان الموعد السنوي مع ربح عشرات السيارات، فمنحت «لكزس» المتسوقين 32 سيارة LX 570، إضافة إلى 100 ألف درهم نقداً يومياً، وسيارة لكزس LS 600hL الفاخرة ذات الإصدار المحدود باليوم الختامي. وانضمت «نيسان» إلى سحوبات الحلم لتمنح 41 سيارة، حيث وزعت جائزة يومية عبارة عن سيارة دفع رباعي، إضافة إلى

2010

روائع وتسوق بلا حدود



28 يناير - 28 فبراير (32 يوماً)

بلا حدود». وتميزت العروض التجارية خلال الدورة الخامسة عشرة بكثرة المشاركين الذين تجاوز عددهم 6000 محل تجاري و50 مركز تسوق قدمت تخفيضات وتنزيلات وصلت قيمتها في بعض الأحيان إلى 75% وقدمت تلك الدورة أكثر من 150 فعالية متنوعة محلية وعالمية. أما الجوائز فقد تنوعت بين السيارات والمبالغ النقدية وبلغ عدد السيارات الموزعة 32 سيارة لكزس LS 460 و4 سيارات لكزس LX 570 «اس يو في» بالإضافة إلى 3.2 ملايين درهم جوائز نقدية و32 سيارة نيسان «اس يو في» و12 سيارة نيسان سيدان.

تتويجاً لعقد ونصف تقريباً من النجاح الباهر والإنجازات الرائعة التي ساهمت ليس في وضع دبي بقوة على خارطة السياحة العالمية وحسب، وإنما في جعلها الوجهة الأولى للتسوق في المنطقة، حملت الدورة الخامسة عشرة لمهرجان دبي للتسوق بين 28 يناير و28 فبراير 2010 والتي بلغت ميزانيتها 65 مليون درهم، الشيء الكثير من الفعاليات الترفيهية والعروض الترويجية والجوائز اليومية والكثير من الخيارات الأخرى لتجعل من زيارة دبي متعة لا توصف وتجسد شعار الحملة الترويجية لتلك الدورة «روائع وتسوق



لمحة الدورات الماضية

حققت الدورات الماضية من مهرجان دبي للتسوق نتائج قياسية من كافة النواحي أسهمت بشكل واضح في التأكيد على نجاح هذا الحدث منذ انطلاقتها، وتحرص اللجنة المنظمة للمهرجان باستمرار على الاستفادة من التجارب السابقة للارتقاء بمستوى الدورات المقبلة إلى أعلى المستويات.



نجاح تزايد الزوار والإنفاق

يمكن أن يقاس نجاح مهرجان دبي للتسوق من خلال التدرج المضطرد في أعداد الزوار الذين استقطبهم عبر دوراته الماضية وحجم ما ينفقونه، حيث بلغ عدد الزوار في الدورة الافتتاحية خلال العام 1996 والتي استمرت لمدة 43 يوماً، 1.6 مليون زائر أنفقوا أكثر من 2.15 مليار درهم، بينما وصل عدد الزوار خلال دورة العام 2013 إلى أكثر من 4.2 ملايين زائر أنفقوا ما يزيد على 15 مليار درهم.

2012

دبي تتألق في مهرجانها



5 يناير - 5 فبراير (32 يوماً)

من النجوم في العالم العربي أحيوا حفلات رائعة في دبي مثل فضل شاعر وشيرين ونوال الزغبى وحسين الجسمي وماجد المهندس وعاصي الحلاني وعبدالله بالخير ومنصور زايد وصابر الرباعي وغيرهم. كما شهدت دبي الكثير من الفعاليات المتنوعة مثل أزياء دبي التي شهدت تنظيم أطول عرض أزياء وأكبر تجمع للتجميل إلى جانب فعاليات البروميناد فيستفال سيتي الذي تم افتتاحه خلال تلك الدورة. وعاشت دبي المتنوعة والبهجة على مدار 32 يوماً قدم خلالها المهرجان الكثير من الفعاليات مثل الكرنفالات والألعاب الترفيهية وواحة السجاد والمخيم البري وأنشطة متنوعة انتشرت على شارع السيف والرقعة، بالإضافة إلى الألعاب النارية اليومية والمسرحيات وغيرها الكثير.



انطلقت الدورة السابعة عشرة لمهرجان دبي للتسوق خلال الفترة بين 5 يناير و5 فبراير 2012 بحلة متجددة تعكس شعار حملتها الترويجية «دبي تتألق في مهرجانها»، حيث قدمت توليفة متنوعة من الفعاليات تضمنت أفضل عروض التسوق والجوائز والفعاليات الترفيهية. وبدأت الدورة بحفل افتتاح ضخم تضمن عروضاً للألعاب النارية امتدت على مسافة 6 كيلومترات على خور دبي. وتحوّلت دبي خلال المهرجان إلى وجهة التسوق الأولى المفضلة للجميع في ظل التنزيلات والعروض الجاذبة على مختلف أنواع البضائع والتي وصلت لدى بعض المحلات التجارية إلى 75%. كما شكّلت الجوائز والسحوبات حافزاً قوياً لجمهور المتسوقين وزوّار المهرجان، مع مشاركة 70 مركزاً ونحو 6000 محل تجاري. وأقيمت سحوبات مهرجان دبي للتسوق الكبرى، وهي «سحوبات إنفينيتي الكبرى»، التي قدمت كل يوم سيارة إنفينيتي QX56 تبلغ قيمتها 350 ألف درهم، بالإضافة إلى 100 ألف درهم نقداً لكل سحب، وفي اليوم الختامي جرى تنظيم ثلاثة سحوبات إضافية. كما أقيمت سحوبات نيسان الكبرى، التي قدمت لـ 32 فائزاً يومياً سيارة نيسان من واحد من 8 طرازات هي: باترول وتيدا سيدان وتيدا هاتشباك وجوك وقاشقاي ومورانو وألتيميا وإكستيرا، بالإضافة إلى سحوبات الذهب الكبرى التي منحت نصف كيلوغرام من الذهب لفائز يومي، بالإضافة إلى 3 كيلوغرامات في اليوم الختامي. ومن أهم الفعاليات التي ميزت هذه الدورة عودة ليالي دبي التي استضافت عدداً كبيراً

2014

التسوق بكل روائعه



2 يناير - 2 فبراير (32 يوماً)

دبي للذهب والمجوهرات قدمت كيلوغرام من الذهب وخاتم سوليتير ألماس يوميًا. وحظيت هذه الدورة بفعاليات عالمية مثل سيرك دو سوليه: عرض «مايكل جاكسون ذا إيمورتال»، وشارك نجوم الطرب في حفلات ليالي المهرجان الغنائية. وكان للأزياء نصيب من خلال عرض الأزياء العامودي على برج خليفة وحاويات الأزياء وفرقة الموضة وشرنقة الجمال وعباية سيلكت. ومن الفعاليات المخصصة للأطفال عروض تيليتبيز وبراعم وشعبيّة الكرتون.

كان الجميع على موعد مع الريح من خلال سحوبات وجوائز قدمتها مؤسسة دبي للمهرجانات والتجزة بالتعاون مع الشركاء الاستراتيجيين والرعاة الرئيسيين والمشاركين بالحملات الترويجية، وأتاحَت سحوبات انفينيتي الكبرى لـ 32 شخصاً الفوز بـ 500 ألف درهم، وسيارتي إنفينيتي QX60 و G25 و100 ألف درهم نقداً يومياً. ووزعت سحوبات نيسان الكبرى هداياها على 31 متسوقاً فازوا بواحدة من عدة موديلات من سيارات نيسان بشكل يومي. أما مجموعة

2013

دبي أروع في مهرجانها



3 يناير - 3 فبراير (32 يوماً)

سحوبات الذهب الكبرى التي قدمت كيلو غرام أسبوعياً طوال المهرجان. كما شهد عديد من مراكز التسوق سحوبات مثل ميركاتو الذي قدم سيارتي RAV4 ودبي مول الذي قدم أستون مارتين رايب، كما بلغت جوائز حملة مراكز التسوق الثلاثة التابعة لمجموعة ماجد الفطيم العقارية 1.3 مليون درهم، وقدم دبي فيستفال سيتي مول تويوتا لاند كروز، أما برجمان فقدم BMW X5. ومن الفعاليات الرئيسية مخيم حياة البادية ومعرض بيغ بوائز تويز وواحة السجاد .

البداية بحفل افتتاح على خور دبي وتوالى الفعاليات الترفيهية على الشوارع الرئيسية كالسيف والرقعة والفيسففال بروميناد ومراكز التسوق والحدائق العامة. أما بالنسبة إلى الجوائز، فكان سعادة الحظ على موعد مع جوائز يومية شملت سيارتي انفينيتي JX35 وG25 و100 ألف درهم نقداً ضمن سحوبات انفينيتي الكبرى وسيارة نيسان فاخرة يتم اختيارها من بين 12 طرازاً متنوعاً ضمن سحوبات نيسان الكبرى، إضافة إلى ربع كيلو من الذهب ضمن

مهرجان دبي للتسوق .. 20 عاماً يزداد شباباً

إعداد : وائل يوسف - غرافيك : أحمد عباس

منذ دورته الأولى عام 1996 فتح مهرجان دبي للتسوق الطريق أمام تحقيق تجارة ناجحة وتنشيط الحركة الاقتصادية، راسماً عناوين لسنوات من التائق المستمر والمتزايد عاماً بعد عام. ويمكن أن يقاس نجاح مهرجان دبي للتسوق من خلال التدرج المطرد في أعداد الزوار التي استقطبها عبر دوراته الماضية وحجم ما أنفقوه، حيث بلغ عدد الزوار في الدورة الافتتاحية 1.6 مليون أنفقوا أكثر من 2.15 مليار درهم، بينما وصل عدد الزوار خلال دورة 2013 إلى أكثر من 4.2 ملايين زائر أنفقوا ما يزيد على 15 مليار درهم. ولا يمكن قياس نجاحه بالأرقام المجردة، فهناك أيضاً بسمات الأطفال، وفرحة الكبار بعرض ألعاب نارية، أو رقصة شعبية من بلد في هذه الدنيا، وطبعاً مئات الأشخاص الذين تغيرت حياتهم بعد فوزهم بجوائز شكلت نقطة تغير مفصلية في حياتهم، وأعطت الأمل لآخرين بأن يكونوا محلهم.

2014

32 محظوظاً يفوزون بجوائز تصل إلى 500 ألف درهم وهي سيارتا انفينيتي G25 و QX60 و 100 ألف درهم نقداً يومياً
31 متسوقاً فازوا بواحدة من موديلات عدة من سيارات نيسان بشكل يومي
كيلو غرام ذهب وخاتم سوليتير ألماس يومياً من مجموعة دبي للذهب والمجوهرات



1996

حجم الإنفاق 2.15 مليار درهم
1.6 مليون زائر
121 سيارة لكزس
43 كيلو غرام ذهب



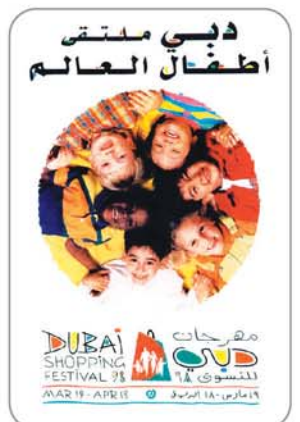
1997

حجم الإنفاق 2.79 مليار درهم
133 سيارة لكزس
31 كيلوغرام ذهب



2013

جوائز يومية شملت سيارتا انفينيتي JX35 و G25 و 100 ألف درهم نقداً ضمن سحبيات انفينيتي الكبرى ونيسان فاخرة ضمن سحبيات نيسان
ربع كيلو ذهب يومياً ضمن سحبيات الذهب الكبرى التي قدمت أيضاً 1 كيلو غرام أسبوعياً
سيارتا RAV4 من ميكاتو وأستون مارتين رايبند من دبي مول
1.3 مليون درهم من مراكز تسوق مجموعة ماجد الفطيم العقارية
دبي فيستفال سيتي مول يقدم تويوتا لاند كروزز أما برجمان فقدم BMW X5



1998

142 +7 سيارات لكزس
2.2 مليون زائر
حجم الإنفاق 3.81 مليارات درهم

مهرجات دبي

للتسوق 2015

1 يناير - 1 فبراير



2010

32 سيارة لكزس LS 460 و 4 لكزس LX 570 «اس يو في»
32 سيارة نيسان «اس يو في» و 12 سيدان
3.2 ملايين درهم جوائز نقدية



2003

حجم الإنفاق 5.12 مليارات درهم
2.92 مليون زائر
32 كيلو غرام ذهب
مليون درهم جائزة كبرى
84 سيارة لكزس



1999

حجم الإنفاق 4.15 مليارات درهم
2.4 مليون زائر

2000

2.5 مليون زائر
حجم الإنفاق 4.31 مليارات درهم
41 كيلو غرام ذهب
33 سيارة رولز رويس



2001

سيارتا لكزس يومياً
100 ألف درهم نقداً
41 كيلوغرام ذهب
حجم الإنفاق 4.50 مليارات درهم
2.55 مليون زائر

2004

3.1 ملايين زائر
حجم الإنفاق 5.80 مليارات درهم
سحبويات لكزس رافقت تقديم 100 ألف درهم يومياً
أربع فلل من إعمار
كيلو غرام ذهب يومياً من مدينة دبي للذهب



2005

حجم الإنفاق 6.67 مليارات درهم
3.3 ملايين زائر
10 ملايين درهم نقداً
10 سيارات نيسان



2002

2.68 مليون زائر
حجم الإنفاق 4.60 مليارات درهم



2011

21 كيلوغرام ذهب
3 ملايين درهم نقداً من خلال حملة امسح واربح
32 سيارة لكزس LX و LS 600hL الفاخرة باليوم الختامي
100 ألف درهم نقداً يومياً
41 سيارة نيسان حيث وزعت جائزة يومية عبارة عن سيارة دفع رباعي
و 10 سيارات صالون كجائزة كبرى

2012

سيارة انفينيتي QX56 يومياً تبلغ قيمتها 350 ألف درهم، و 32 فائزاً يومياً بسيارة نيسان
100 ألف درهم نقداً لكل سحب وفي اليوم الختامي ثلاثة سحبيات إضافية
نصف كيلوغرام ذهب لفائز يومي إضافة إلى 3 كيلوغرامات في اليوم الختامي



2009

سيارتا لكزس وسيارة نيسان دفع رباعي يومياً و 13 سيارة أخرى باليوم الأخير
100 ألف نقداً بعملات عالمية
سحبويات الذهب من داماس
سحبويات مليونير المشرق بقيمة 4 ملايين درهم
سحبويات ايبكو واينوك قدمت شقة بقيمة 3 ملايين درهم