

SOUKS
TO
MALLS

© Middle East Council of Shopping Centres

Office 803, BurJuman Business Tower,
PO Box 43972 Dubai, UAE
Tel: (+971 4) 359 7909, fax: (+971 4) 355 8818

Chief Executive Officer: David Macadam
Vice-President: Veena Desa

Cover photo: Yoshio Kawashima, *Sankei Shimbun* in Japan

PHOTOGRAPHIC CREDITS

360 Mall, Kuwait City: 10–11, 64–65, 136–137; Abu Issa Holding: 24; Al Ghurair Group: 87, 88, 89, 94, 150, 170–171; Al Kout, Kuwait City: 125; Alamy Images: 55, 113; Aldar: 106–107; Apparel Group: 25, 32; Arabian Centres: 84, 85, 112, 132; Arne Bevaart Photography: 109; Aswaq Malls: 43; Bron Gervais: 46–47; Chalhoub Group: 38–39; City Mall, Amman: 118; Corbis Images: 6–7, 12–13, 40–41, 54, 77, 78, 80, 92–93, 110; Deersfield Townsquare, Abu Dhabi: 141; *Dubai 1962* (Motivate): 19, 22–23, 126–127, 168–169; Dubai Duty Free: 60, 61, 62, 63; Ezdan Mall, Doha: 124; Faris Algosaibi Photography: 80; Festival City Malls: 113, 157; Getty Images: 16–17, 36–37, 42, 44, 45, 60, 66–67, 76, 77, 82–83, 84, 86, 98, 99, 100–101, 102, 108, 111, 113, 114, 132, 133, 138–139, 143, 152, 158–159, 162–163; Gulf News: 48, 49; Hamat Malls: 85; Ibn Battuta Mall, Dubai: 155; Jashanmal: 21, 71; Khalidinho Photography: 172–173; Kinan Malls: 85; Landmark Group: 30, 32, 33, 71; Majid Al Futtaim: 35, 48, 96, 97, 105, 112, 132, 142; Mall of Qatar, Doha: 133; Mall of the World, Dubai: 156; Meraas Holding: 123; Morocco Mall, Casablanca: 8–9, 112, 128–129; Motivate: 20, 26, 27, 31, 34, 35, 42, 48, 49, 50–51, 52–53, 122, 144–145, 146–147; Photography by Del de la Haye: 174–175; Qaryat Al Beri, Abu Dhabi: 79; Red Sea Mall: 84; Reem Mall, Abu Dhabi: 160; Retlaw Snellac Photography: 103; Roy Higgs: 90–91; Solidere: 81; Souq Sharq, Kuwait City: 104; Stewart Lacey Photography: 130–131; The Boulevard, Amman: 116–117; The District, Abu Dhabi: 154; The Dubai Outlet Mall, Dubai: 140; The Dubai Mall, Dubai: 68–69, 115, 151, 153; The Galleria, Sowwah: 120; The Pearl, Qatar: 125; Tony Withers Photography: 94–95; Yas Mall, Abu Dhabi: 121; Zohrab Markarian Photography: 72–73, 74–75; Contributions from MECSC members at large: 18, 119, 148–149

Published in association with Motivate Publishing



Media One Tower, Dubai Media City,
PO Box 2331, Dubai, UAE
Tel: (+971 4) 282 4060, fax: (+971 4) 282 7898
e-mail: books@motivate.ae www.booksarabia.com

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any material form (including photocopying or storing in any medium by electronic means) without the written permission of the copyright holder. Applications for the copyright holder's written permission to reproduce any part of this publication should be addressed to the publishers. In accordance with the International Copyright Act 1956 and the UAE Federal Copyright Law No. (7) of 2002, Concerning Copyrights and Neighbouring Rights, any person acting in contravention of this copyright will be liable to criminal prosecution and civil claims for damages.

British Library Cataloguing-in-Publication Data. A catalogue record for this book is available from the British Library.

ISBN: 978 1 86063 395 9

Printed and bound in the UAE by Emirates Printing Press, Dubai

SOUKS TO MALLS

RETAIL EVOLUTION IN THE GULF









Majid Al Ghurair, Chairman, MECSC

The twentieth anniversary of the Middle East Council of Shopping Centres is a significant milestone for our organization. Having been the Chairman of the MECSC for many years, I am thrilled to see this elegant publication chart the history of the retail business in the region from its humble beginnings to the sophisticated leisure, entertainment and shopping centres of today.

I am particularly pleased to be a part of the retail industry in the UAE and for us at the MECSC to be able to contribute in our own way through this book to the vision of His Highness Sheikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum.

The efforts of the MECSC team and the Motivate team to create this wonderful book and tell our story are truly appreciated.



Rashid Doleh, President, MECSC

The team at the MECSC has worked hard with the Motivate team to create this photographic masterpiece of history in the region. The historical photos from around the MENA region bring back memories from a different era, which was really not so long ago. Our members have also contributed many wonderful photographs from their archives and we are truly pleased with the result.

We want this book to be a lasting reminder of the industry's accomplishments. It is fitting that we celebrate the twentieth anniversary of the Middle East Council of Shopping Centres with this book. The progress within the region for creating world-class shopping centres has been second to none. We have many terrific examples of world-class shopping centres existing today and many more on the drawing boards and under construction in the MENA region.

I know you will enjoy having this book as a memento of our industry and as a historical document so future generations can look back with pride.



Michael Kercheval,
President/Chief Executive Officer, ICSC



Robert F. Welanetz,
ICSC's Board of Trustees Chairman







موروكو مول، الدار البيضاء
Morocco Mall, Casablanca



MEMBERS OF THE BOARD, ADVISORY COMMITTEE AND REGIONAL REPRESENTATIVES

Ali Hasan, Retired

Avijit Yadav, CMD, CSM, CDP,
General Manager – Marketing & Operations,
GLA Management

David Macadam, CEO,
Middle East Council of Shopping Centres

Ehab Mahmoud Kamel,
GM- Retail Leasing, United Development Company

Ishwar Chugani,
Managing Director, Giordano Middle East FZE

Joseph Cremesty,
Managing Partner, Retail Consulting Group

Magejana Masilela, COO – Malls,
Kinan International Real Estate Development Co.

Maimunah Soliman Shebani,
Strategy and Planning Manager, The Zubair Corporation

Mohammad Iqbal Alawi,
CEO, Red Sea Markets Co.

Nada Al Ateegi,
General Manager, Kingdom Centre

Neil Tunbridge, Digital Marketplace Specialist,
UKTI Consumer & Retail Division

Phil McArthur, SCSM, SCDP,
Managing Director, McArthur & Company

Rashid Zakaria Doleh, Co-Founder and Partner,
Msquared Shopping Centers LLC

Richard Muller,
Head of Leasing, Gulf Marketing Group

Sajid Sayed, General Manager,
Giordano Fashions LLC

Salma Shasha'a, Leasing & Marketing Manager,
Abdali Boulevard Company PSC

Salman Al Baiz,
Executive Director, Granada Center

Shane Eldstrom, CLS, CSM, CDP, Vice-President,
Development, National Real Estate Co.

Shavak Srivastava, SCMD,
Managing Director, Sq. Ft. Consulting

Simon Wilcock, CEO, Arabian Centres

Walter Kleinschmit, President, R2E Consultants Inc



مجمع 360° الكويت
360 Mall, Kuwait City



Foreword

For as long as I can remember, I have been passionate about everything to do with retail. Heading up the MECSC and enjoying a small role in assembling this book, it is my honour to pen the foreword to this photographic history of retail in the MENA region. Retail is my great love and this region is close to my heart, so it is a great pleasure for me to introduce readers to this world of ours.

The MENA region is known for many spectacular things: culture, languages, changing landscapes, style, art, beauty, food, relaxation, sunshine and people, to mention only a few of the joys. The rise and refinement of retail over the past twenty plus years in the region is nothing short of amazing.

The sophistication of retail in our region now has advanced beyond any comparison globally. This book *Souks to Malls: Retail Evolution in the Gulf* showcases a photographic and historical perspective on retail from the most rudimentary beginnings to the refined and elegant trappings of the leading shopping centres here today.

When shopping experiences extend into the global market by championing their places of origin, they accomplish two things – they perpetuate their own culture and they celebrate everyone else's. Nowhere else in the world has this phenomenal growth been more favourably viewed and enjoyed than here in the MENA region.

From Morocco to Mecca, Dubai to Damascus, Tehran to Taif and all places in between, the MENA region is home to the most diverse range of retail on earth.

To celebrate the twentieth anniversary of the Middle East Council of Shopping Centres, our team has assembled this remarkable showcase of historical photos and the most stunning, up-to-date retail offerings and shops.

Without the generous support of our members who have freely given their time to source and send along photographs, this book would not have been possible. I want to thank everyone who has taken the time to forward these wonderful photos and comments for our book to our team.

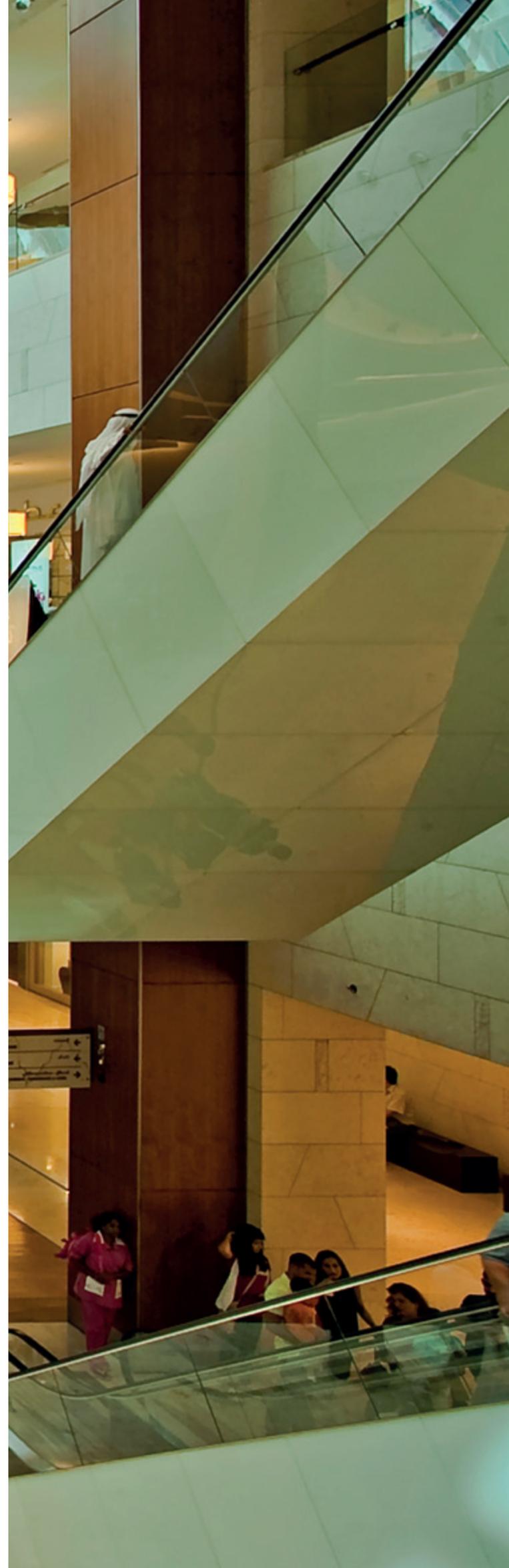
For the tireless efforts of the Motivate team, assembling and marshalling us through the timelines, great ideas and not-so-great ideas, we thank you profoundly for your contribution to the book.

Lastly our leadership and financial support from the ICSC office in New York has been instrumental in the creation of this book. We thank the team from ICSC in New York for their vision and support throughout this initiative.

I truly hope that you enjoy this book as much as we enjoyed bringing it to life!

Thank you,

DAVID MACADAM
CEO, MECSC





مجموعة
ملابس
واكسسوارات
جديدة بقيمة
50,000 درهم
اسبوعياً*
1 - 31 مارس

مول الإمارات
مجموعتنا

مول الإمارات، دبي
Mall of the Emirates, Dubai

Introduction

The future of global retail growth in the Middle East and North Africa (MENA) looks promising and it is among the fastest growing regions for retail. The retail sectors in these countries are evolving at differing rates, with a very well developed and two-tier retail landscape in the Gulf countries, in relation to other regional countries. The 2012 Euromonitor report forecasts that the UAE will almost double its retail growth to record the best performance in 2014 – with Dubai retaining its lead as the most mature market. The UAE will continue to attract foreign investment and interest because of a strong economy, stable political environment and reputation as a trade and financial hub in the Arab world. Saudi Arabia and Algeria are also expected to show encouraging performance due to high oil prices and consistent consumer demand. Tunisia, Libya, Syria and Egypt may struggle because of an uncertain political future and weak tourism demand.

The economic challenges of the past few years have changed the landscape of the retail market in the MENA region, with a positive outlook on its future: underperforming centres are being turned around by tapping into new trends and the older malls are being given a facelift in order to appeal to the target audience. All in all, the MENA countries will continue to drive the retail landscape due to strong demand from high net worth individuals, an increase in disposable incomes, organic growth and continued modernization of the retail landscape. The Middle East is following much the same development as the retail sector has experienced in Europe since the mid-1970s. Organized brand retailers and large retail formats at the one end and high-street at the other end of the spectrum are increasing their market share.

Souks to Malls: Retail Evolution in the Gulf offers a historical overview of the tremendous transformation of the retail market across the MENA region, particularly in the Gulf, in the last few decades. Offering an insight into the retailing industry, the book highlights the diversified development of the retail landscape across the region based on consumer shopping patterns and emerging trends. The evolution line is traced through a pictorial tour of the development from traditional souks and small, independent stores through to ultramodern shopping centres. Many of the leading companies and brands are identified, illustrating how the market is set to change, the criteria for success, the future growth opportunities, the evolving market trends and consumer needs, as well as the strategies used in countries of Middle East and North Africa.



ABOUT MECSC

The Middle East Council of Shopping Centres (MECSC) is the regional trade body representing the Shopping Centre Industry in the Middle East. The council is governed by a board of directors and assisted by regional representatives.

The mission of MECSC is to provide an effective forum for the exchange of ideas and knowledge sharing and to be a facilitator to the development of the shopping centre industry in the Middle East.

Established in 1994, MECSC has grown over the years and has a strong and closely connected member base of over 800 industry professionals from all over the Middle East representing shopping mall owners, developers, marketing managers, leasing managers and specialists, retailers, consultants, property managers, financiers, accountants, government officials and industry suppliers. Affiliated to the New York based International Council of Shopping Centres (www.icsc.org), MECSC provides its members with unparalleled local and international business contacts and support through its network of international affiliates. The mission of MECSC is to facilitate retail business and raise the personal profile of its members.

The MECSC territory covers the following countries: Algeria, Bahrain, Egypt, Iran, Iraq, Jordan, Kuwait, Lebanon, Libya, Morocco, Oman, Palestine, Qatar, Saudi Arabia, Syria, Tunisia, United Arab Emirates and Yemen. For more information, visit www.mecsc.org

ABOUT ICSC

Founded in 1957, ICSC is the premier global trade association of the shopping centre industry. It has more than 70,000 members in over 100 countries, including shopping centre owners, developers, managers, marketing specialists, investors, retailers and brokers, as well as academics and public officials. As the global industry trade association, ICSC links with more than twenty-five national and regional shopping centre councils throughout the world. For more information, visit www.icsc.org

MAP OF THE SHOPPING CENTRES AND MALLS IN THE COUNTRIES OF THE MENA REGION

The term MENA (Middle East and North Africa) covers a huge area from Morocco on the Atlantic to Oman on the Indian Ocean. It has no standardized definition and the countries and territories commonly encompassed are: Bahrain, Egypt, Iran, Iraq, Jordan, Kuwait, Lebanon, Yemen, United Arab Emirates, Libya, Morocco, Oman, Palestine, Qatar, Saudi Arabia, Syria, Tunisia and Algeria.

1-10 11-30 31-50 51-70

MOROCCO
AGADIR: Founty Shopping Mall
CASABLANCA: Anfaplace Shopping Center, Carrefour Sidi Maarouf Shopping Mall, Morocco Mall
FES: Borj FEZ Mall
MARRAKECH: Almazar Mall
RABAT: Mega Mall
TANGIER: Socco Alto Mall, Tangier's Ibn Battuta Mall

SAUDI ARABIA
ABHA: Aseer Mall, Al Othaim Mall – Ar'ar
BURAIDAH: Al Othaim Mall – Buraidah
DAMMAM: Al Othaim Mall – Dammam, Awal Plaza, Dammam Mall, Dareen Mall, Life Park Mall, Oasis Center
DHAHRAN: Amwaj Mall, Mall of Dhahran
EHSA: Al Othaim Mall – Al Ehsa
HAFR EL BATEN: Al Othaim Mall – Hafr El Baten
HAIL: Al Othaim Mall – Hail, Samah Center
HOFUF: Al Ahsa Mall
JEDDAH: Al Mahmal Center, Al Salaam Mall, Al Yasmin Mall, Alandalus Mall, Aziz Mall, Haifaa Mall, Jamea Plaza, Mall of Arabia, Mooj Mall, Panorama Jeddah, Red Sea Mall, Roshan Mall
JIZAN: Al Rashid Mall Jizan, Azzan Mall, Kadi Mall
JUBAIL: Huwailat Center, Jubail Mall
MADINA: Al Manar Mall, Al Noor Mall, Aliat Mall
MECCA: Abraj Al Bait Shopping Center, Jabal Omar Mall (S), Makkah Mall, Sharaee Mall
ONAIZAH: Al Othaim Mall
QASSIM: Nakheel Mall
RIYADH: Al Hamra Mall, Al Malaz Mall, Al Mamlaka Mall, Al Nakheel Mall, Al Othaim Mall – Khurais, Al Othaim Mall – Rabwa, Al Qasr Mall, Al Reem Mall, Al Yarmook Center, Alia Plaza, Azizia Mall, Granada Center, Hayat Mall, Khurais Mall, Localizer Mall, Mall of Arabia, Panorama Mall, Rimal Center, Riyadh Avenue Mall, Sahafa Center, Sahara Plaza, Salaam Mall, Salboukh Mall, Tala Mall, Telal Center
TABUK: Tabuk Mall
TAE'F: Hawiya Mall, Joury Mall
YANBU: Dana Mall

LIBYA
BENGAZI: Forum Benghazi Lake
TRIPOLI: Cascada Mall – North, Al Waha, Forum Andalus, Forum OYIA

EGYPT
ALEXANDRIA: Alexandria Casino Al Shatby, Alexandria San Stefano Mall, Alexandria City Centre, City Light Mall, Orouba Mall Alexandria, Assyut, Assyut City Center
CAIRO: 6th of October, Al Rehab City Gate, Al Rehab Mall 1, Al Rehab Mall 2, Al Rehab New Souk, Al Rehab Open Food Court, Arkadia Mall, Barwa New Cairo (inactive), Beymen Cairo, Cairo Festival City Mall, Citadel Plaza, Citystars Stars Centre, Dolphin Land Shopping Mall, Downtown Katameya, Emaar Square, Emerald Empire Mall, Grand Plaza Mall, Mohandseen, Katamyia Square, Kids Mall, Maadi City Centre, Madinaty Arabesque Mall, Madinaty City Boulevard, Madinaty Mega Mall, Madinaty South Service District Center, Mall of Arabia, Mall of Egypt, Mansoura Plaza, Maxim Shopping Mall, Meeting Point New Cairo, Megabite Plaza, Mivida Down Town, Porto Cairo, Porto New Cairo, Rehab Tropicana Mall, Sun City Mall, The District, The First Mall, Tiba Outlet Mall
EL KALYOBYA: El Abed Mall
GIZA: La Cite Shopping Mall, Majarrah Business Complex/Mall, Park Avenue, Porto October, West Park Community Mall
HURGHADA: Old Town Sahl Hasheesh
MANSOURA: Al Gam3a Plaza, Mansoura DOWntown, The Outlet Al Mansoura
MATROUH: Golf Porto Marina, Porto Marina
MONTAZA: Florence Mall Alexandria
SHARM EL SHEIKH: Porto Sharm El Sheikh
SUEZ: Porto Sokhna

ALGERIA
ALGIERS: Ardis Medina Center, Ardis Oran, Bab Ezzouar Leisure & Shopping Center, Centre Commercial & de Loisirs de Bab Ezzouar
ORAN: Es Senia Commercial Center

TUNISIA
TUNIS: Central Park, Park Avenue

IRAQ
BAGHDAD: Baghdad Gate, Baghdad Mall
ERBIL: Family Mall, Majidi Mall, Mane Mall, Mega Mall, Sofy Mall, Tablo Mall
KIRKUK: Kirkuk Mall and 5 Star Hotel

LEBANON
BEIRUT: ABC Achrafieh Mall, Beirut City Centre, Beirut Souks, Citymall, Dunes Center, Le Mall Sin El Fil, The Spot Tayouneh
CHOUEIFAT: The Spot Chouiefat, Cascada Mall Bekaa Chtaura – Taanayel
METN: Centerfalls – Designer Outlet Resort, Metn – Dbayeh, Le Mall – Dbayeh
NABAT IYEH: The Spot Nabatiyeh
SAIDA: Le Mall – Saida, Saida Mall



KUWAIT

HAWALLY: The Promenade
KUWAIT CITY: Souq Al Kout, Yaal Mall
SAFAT: 360 Mall, Ajjal Mall, Al Bahar Center, Al Bustan Centre, Al Fanar Mall, Al Hamra Tower, Arraya Centre, Sahara Mall & Restaurant Village, Salhia Complex, Souq Sharq Waterfront, The Avenues
SALMIYA: Boulevard, Marina Mall, Olympia Mall

SYRIA

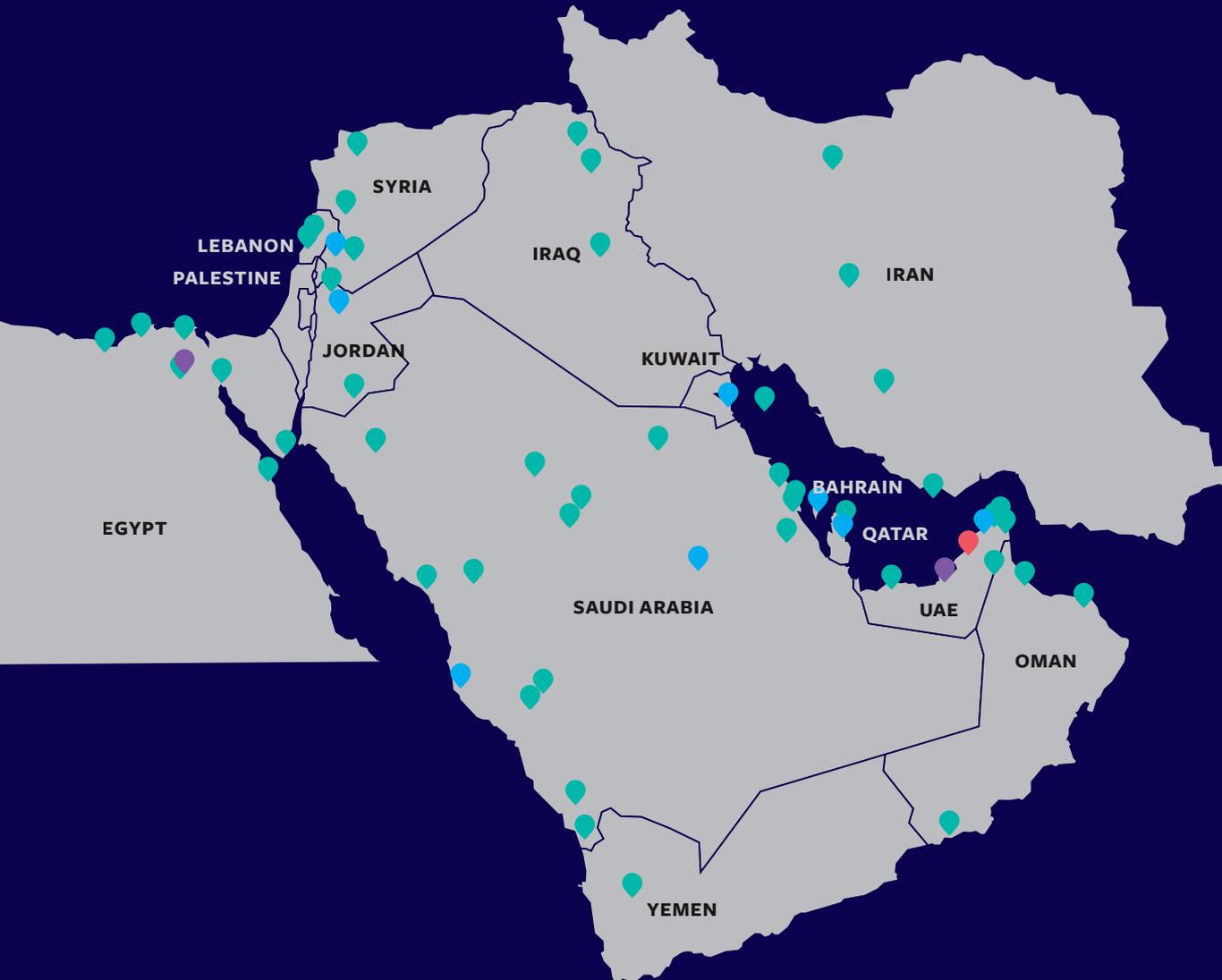
ALEPPO: Al Mounchieh City Center, Shahba Mall, Tarek Bin Ziad Mall
DAMASCUS: Al Dyafah Mall, Cham City Center, Concorde, Damascus Boulevard, Damasquino Mall, Khams Shamat Mall, Kiwan Mall, Ski Land Mall, Town Center, Trans Mall, Yafour Gardens Plaza
HOMS: Romada Mall

QATAR

AL KHOR: Al Khor Mall
DOHA: City Center Doha, Doha Festival City, Doha Mall, Ezdan Mall, Hyatt Plaza Shopping Mall, Jawharat – Al Waab City, Joud Mall, Lagoona Mall, Mall of Qatar, Marina Mall, Mirqab Mall, North Gate Mall and Mixed Use Development, Royal Plaza, The Centre Shopping Mall, The Gate Mall, The Pearl Qatar - Retail Precinct, Twar Mall, Wakra Mall, Wukair Mall

UAE

ABU DHABI: Abu Dhabi Mall, Al Bandar, Al Bateen Park, Al Falah Mall, Al Falah Village Centres, Al Muneera Beach Plaza, Al Raha Mall, Al Wahda Mall, Al Zeina, Avenue at Etihad Towers, Bawabat Al Sharq Shopping Center, BOUTIK Al Ghadeer, BOUTIK Al Rayyana, BOUTIK Gate, BOUTIK Sun & Sky, Dalma Mall, Deerfields Town Square, Eastern Mangroves Promenade, Gardens Plaza, Khalidiyah Mall, Madinat Zayed Shopping Centre, Gold Centre & New Extension, Marina Mall – Abu Dhabi, Mazyad Mall, Mina Center, Mushrif Mall, Safeer Center Mussafah, Sowwah Central, The Collection, The District, The Galleria on Al Maryah Island, The Mall at World Trade Center, The Reem Mall, The Souk at World Trade Center Abu Dhabi, Yas Mall
AJMAN: Ajman City Centre, China Mall, Dana Mall, Safeer Mall – Ajman
AL AIN: Al Ain Mall, Al Foah Mall, Al Jimi Mall, Bararai Outlet Mall, Bawadi Mall, BOUTIK Al Ain, Wahat Hili Mall
DUBAI: Al Bustan Centre, Al Ghazal Mall, Al Ghurair Centre, Al Hanaa Centre, Al Khaleej Centre, Al Mulla Plaza, Arabian Center, Arabian Ranches Community Centre, Arena Mall – Dubai Sports City, Barsha Mall, Bay Avenue at Business Bay, Bin Sougat Centre, Boulevard at Jumeirah Emirates Towers, BurJuman, Canal Promenade Retail – Dubai Sports City, Century Mall Dubai, Citywalk, Deira City Centre, Dubai Festival City Mall, Dubai Marina Mall, Dubai Outlet Mall, Dubai Pearl Mall & Retail District, Dune Centre, Etihad Mall, Gold & Diamond Park, Grand Al Khail Mall, Grand City Mall, Grand Mini Mall, Grand Shopping Mall, Green Community Motor City, Hamarain Centre, Jumeirah Plaza, Lamcy Plaza, Madina Mall, Mall of Arabia, Mall of the Emirates, Marina Walk, Meadows Community Centre, Mercato Mall, Mirdif City Centre, Oasis Centre, Palm Strip Shopping Mall, Reef Mall, Souk Al Bahar, Souk Al Manzil, Souk Madinat Jumeirah, Sunset Shopping Mall, The Beach, The Beach Centre, The Dubai Mall, The Greens Community Centre, The Market, The Springs Community Centre, The Town Centre, The Village Mall, The Walk at JBR, Times Square Center, Town Centre Jumeirah, Twin Towers Shopping Mall, Uptown Mirdif Mall, Uptown Motor City, Wafi Mall
FUJAIRAH: Fujairah City Centre, Century Mall Fujairah, Fujairah Mall, LuLu Mall
RAS AL KHAIMAH: Al Hamra Mall, RAK Mall, Safeer Mall – Ras Al Khaimah
RUWAIIS TOWN: Ruwais Mall
SHARJAH: Al Arab Mall, Al Majaz Waterfront, Al Qasba, Matajer Al Juraina, Matajer Al Khan, Matajer Al Mirgab, Matajer Al Quoz, Mega Mall, My City Centre Nasseriya, Safeer Mall – Sharjah, Sahara Centre, Sharjah City Centre, Sharjah Shopping Centre



IRAN

ISFAHAN: Isfahan City Centre
KISH ISLAND: Kish Trade Centre, Venus Mall, Zeytoon Mall
SHIRAZ: Fars Shopping Complex
TEHRAN: Tehran Mega Mall, Sattarkhan Great Mall

YEMEN

ADEN: Aden Mall
SANA'A: Metro Mall, Sana'a Trade Centre, Yemen Mall

OMAN

MUSCAT: Bareeq Al Shatti, Gallery Muscat, Markaz Al Bahja, Muscat City Centre, Muscat Grand Mall, Qurum City Centre, Ruwi Plaza, The Avenues Mall, The Walk, Zakher Mall
MUTTRAH: Al Araimi Complex
SALALAH: Salalah Gardens Mall
SOHAR: Safeer Mall Sohar

JORDAN

AMMAN: Abdali Mall, Al Baraka Mall, Aqaba City Center Shopping Mall, City Mall, Cozmo Centre, Mecca Mall, Royal Towers, Samarah Mall, TAJ Lifestyle Center, The Boulevard, The Galleria, Zara Centre
AQABA: Souk Saraya Aqaba
IRBID: Arabella Mall

BAHRAIN

AALI: Ramli Mall
BUDAIYA: Country Mall
ISA TOWN: Isa Town Mall
MANAMA: Al Aali Shopping Complex, Al Hayat Shopping Centre, Bahrain City Centre, GOSI Shopping Complex, Moda Mall, Seef Mall, The Bahrain Mall, The Lagoon, Yateem Centre Muharraq, Muharraq Seef Mall
RIFFA: Al Enma Mall



ساحة جامع الفنا، مراكش
Djemaa el Fna Square, Marrakech



Traders and Retailers

The MENA region has a wealth of family-owned businesses, active in various sectors, the most popular being retail and trading. Most of the leading retail companies in the region are privately-owned, family-run businesses which control the retail sector in the region through franchise partnerships and joint ventures with global companies. Global retailers are steadily targeting the countries of the MENA region for their status as international development hubs. These companies adopt a country-tailored retail strategy to support brand development. The MENA markets often see a large number of highly-fragmented small and independent retail stores side by side with the modern trade model of the many new malls that are mushrooming in the region – particularly in GCC countries. The expansion of retail space in the region and the construction of new malls offer a breakthrough opportunity for both national and international retailers to increase their presence and depth in the region.

Some of the local traders that became retailers and agents – such as Jashanmal, Salam, Khimji Ramdas, Blue Saloon, Grand Stores, Capital Stores and Paris Gallery – continue to be primarily local traders and to promote their own retail brand. Others were retailers from the start: ABC Dept Store, Chalhoub, Sawani, Rubaiyat, Jawad, Alhokair, Giordano, Apparel, Alshaya.



حقائق رئيسة لقطاع التجزئة

KEY RETAIL FACTS

منذ الأيام الأولى للسوق، الشكل الأول لتجارة التجزئة، تطور هذا القطاع بشكل هائل مع توقع تحقيق مجالاته المتنوعة نمواً ثابتاً خلال السنوات المقبلة، فمن المتوقع ارتفاع مبيعات السوبرماركت والهيبيرماركت في دول مجلس التعاون الخليجي لتصل إلى 59 مليار دولار في سنة 2016، بمعدل نمو سنوي يبلغ 10.5 في المائة في الفترة الممتدة بين 2011 و2016، وبتنقل السوبرماركت/الهيبيرماركت الكبيرة في دول مجلس التعاون الخليجي تدريجياً إلى العلامات التجارية المطورة داخلياً مع تحويل تركيزها نحو زيادة الأرباح. ومن المتوقع أيضاً ارتفاع مبيعات التجزئة للمواد الغذائية بمعدل نمو سنوي تراكمي يبلغ 8.8 في المائة بين 2011 و2016 بسبب الارتفاع المتوقع في الطلب على المنتجات الغذائية عالية القيمة والأكثر صحة. أما مبيعات التجزئة للمواد غير الغذائية فمن المتوقع ارتفاعها بمعدل 6.6 في المائة. ومن المتوقع أيضاً ارتفاع قيمة مبيعات التجزئة للأسواق الحرة والمواد المرتبطة بالسفر من 3.2 مليار دولار في عام 2011 إلى 5.6 مليار دولار في سنة 2016. وهذا النمو يدفع الارتفاع المتوقع في حركة الركاب في مطاري أبوظبي وقطر، وافتتاح دبي ورلد سنترال - مطار آل مكتوم الدولي، واستمرارية الأعمال في توسعة مطار دبي الدولي. كما يتوقع نمو قطاع السلع الكمالية الشخصية في الشرق الأوسط بمعدل 8.2 في المائة في الفترة الممتدة بين 2011 و2016، لتصل قيمة المبيعات إلى 11.8 مليار دولار. ويدعم نمو قطاع التجزئة عبر الإنترنت العدد المتزايد لمستخدمي الإنترنت في دول مجلس التعاون الخليجي.

From the time of souks, the first form of retail, the retail landscape has colossally diversified, with its various segments projecting steady growth in the years to come.

Supermarket and hypermarket sales in the GCC are expected to reach US \$59 billion in 2016, growing at an annual average rate of 10.5% from 2011-16. Large supermarkets/hypermarkets in the GCC are gradually venturing into private label retailing as they shift focus toward profit growth.

Food retail sales are anticipated to expand at a CAGR of 8.8% from 2011-16 due to an expected rise in demand for high-value and healthier food products.

Non-food retail sales are likely to grow at an annual average growth rate of 6.6%.

Duty-free and travel-related retail sales in the Middle East have been forecast to increase from US \$3.2 billion in 2011 to US \$5.6 billion in 2016. The growth is driven by the expected increase in passenger traffic at Abu Dhabi and Qatar airports, the opening of the Dubai World Central Airport - Al Maktoum International - and the continued expansion of the Dubai International Airport.

The personal luxury goods segment in the Middle East is expected to grow at a CAGR of 8.2% from 2011-16 to reach \$11.8 billion in sales.

Growth in the online retail segment is supported by a growing number of internet users in the GCC.

2



1 زنقة الستات في الإسكندرية
Zanket el settat, Alexandria

2 سوق دبي، 1962
Souk, Dubai, 1962



في عام 1919، أسس راؤ صاحب مجموعة جاشنمال، أول متجر عام في البصرة في العراق. وتطورت جاشنمال من متجر لخدمات التجزئة إلى مجموعة متخصصة في توزيع المنتجات الاستهلاكية بالجملة. وتعمل المجموعة التي تتخذ من دبي مقراً رئيسياً لها مع مكاتب في أبوظبي والكويت والبحرين وعمان والهند، موزعاً بالجملة للمواد والخدمات الاستهلاكية في منطقة الخليج. كما تمتلك شبكة مكونة من 150 متجراً، تشمل المحال التجارية والمكتبات ومحال الملابس والأحذية ومتاجر الامتياز لبيع معدات السفر. وتمثل المجموعة امتيازات تجزئة عالمية مختلفة في المنطقة، كما أنها شريكة في عدد من المشاريع الإقليمية المشتركة.

The Jashanmal Group was established by Rao Sahib Jashanmal in 1919 with its first general store in Basra, Iraq. Beginning solely as a retailer, Jashanmal evolved to specialize in the wholesale distribution of consumer products. Currently headquartered in Dubai, with offices in Abu Dhabi, Kuwait, Bahrain, Oman, Qatar and India, the Group is a wholesale distributor of consumer goods and services in the Gulf region. It has a retail network of over 150 stores, including department stores, bookstores, apparel boutiques, footwear outlets and travel retail concessions. The Group also represents various global retail franchises in the region and is an equity partner in a number of regional joint ventures.

2



- 1 متجر جاشنمال، دبي مول، دبي
Jashanmal Department Store, The Dubai Mall, Dubai
- 2 كلاركس في متجر جاشنمال الرئيس، الكويت، 1966
Clarks, Jashanmal Main Shop, Kuwait City, 1966



سوق السمك، دبي، 1962
Fish Market, Dubai, 1962



الشركات العائلية

بعض شركات التجزئة الأكثر نجاحاً في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا هي شركات عائلية. فمع إنشاء أغلبيتها في خمسينيات القرن العشرين، شهدت العقود القليلة الماضية اكتساب البعض من هذه العائلات شهرة عالمية.

وباتت بعض الشركات تعمل في التجارة والخدمات المالية والعقارات والبناء. ومن أبرز الأمثلة على ذلك عائلة الخرافي من الكويت مالكة مجموعة الخرافي، وعائلة الفطيم مالكة مجموعة ماجد الفطيم.

قبل أربعينيات القرن العشرين، كانت الاقتصادات المحلية تعتمد بدرجة كبيرة على التجارة والتداول والمقايضة في الأسواق. وبدأت أغلبية الشركات العائلية في الكويت والإمارات العربية المتحدة والبحرين كمؤسسات تجارية صغيرة للمواد الغذائية والأنسجة تعمل على طريق التجارة بين الشرق والوسط. وفي المملكة العربية السعودية، وبعد اكتشاف النفط، باتت الشركات العائلية المبتدئة أكثر تنوعاً، خصوصاً في قطاعي البناء والخدمات المالية. وقد ازدهرت هذه الظاهرة أكثر اعتباراً من سبعينيات القرن الماضي مع دخول الشركات العائلية المبتدئة قطاعات اقتصادية متعددة وتركيزها على قطاع التجزئة.

ونمت الشركات العائلية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا سريعاً بفضل روحية المبادرة القوية والقيادة الاستثنائية. كما كان للعلاقات السياسية وعلاقات الأعمال القوية في المنطقة أثر إيجابي على الاستثمار في الاقتصادات النامية في بلدان الجوار. إلى ذلك، شكل الوصول الفوري إلى رأس المال واليد العاملة والأنظمة الإقليمية التي تحتم أن يمتلك شريك محلي حصة الأغلبية في الشركات العالمية التي تدخل سوق الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، عوامل بالغة الأهمية سمحت لهذه الشركات العائلية بتحقيق المزيد من النجاح.

وقد قيل إن النجاح في المدى الطويل تضمنه خطوة أساسية تتمثل في إيجاد هيكل حوكمة رسمي للإشراف على الأنشطة العائلية وأنشطة الأعمال على السواء.

The Family Business

Some of the most successful retail companies in the MENA region are family businesses. With most of them established in the 1950s, the past few decades have seen some of these families gain international recognition. Some have become involved in trading, financial services, real estate and construction. Prominent examples include The Al Kharafi family from Kuwait, owners of The Kharafi Group, and the Dubai-based Al Futtaim families.

Before the 1940s local economies were largely dependent on commerce and relied on souk trading and haggling. Most family businesses in Kuwait, the UAE and Bahrain began as small-scale food and textile traders on the commerce route between the East and the Middle East. In Saudi Arabia, after oil was discovered, family business startups became more diverse, particularly in the construction and financial sectors; even more so from the 1970s, with family business startups spanning various economic sectors with a focus on retail.

The family businesses in the MENA region have grown rapidly thanks to their strong entrepreneurial spirit and exceptional leadership. Strong political and business relationships in the region have also proved advantageous when investing in neighbouring developing economies. Ready access to capital, labour and regional regulations that require that the majority shareholder for international companies entering the MENA market be a local partner, were important factors that allowed these family businesses to become successful. Long-term success, it has been argued, is ensured by a crucial step: creating a formal governance structure to oversee both family and business activities.



بدأت عائلة أبو عيسى عملها في قطاع التجزئة على نطاق صغير في عام 1957. واليوم، باتت أبو عيسى القابضة واحدة من أكثر المجموعات تنوعاً وتقدماً في قطر، إذ أنها تتصدر السوق في العديد من القطاعات، بما في ذلك التجزئة، والتوزيع، والاتصالات، وتقنية المعلومات، والطاقة والهندسة، والاستثمارات، والعقارات. كما تمتلك المجموعة أكثر من 120 متجرًا يعمل فيها أكثر من ألفي موظف. وأنشأت الشركة متاجر تجزئة خاصة بها على غرار «الصالون الأزرق» (أنشئ في عام 1981) و«هاي لاند»، ودخلت في شراكات وقدمت خدمات استشارية لشركات كبرى متعددة الجنسية تسعى إلى تعزيز أعمالها في قطر، فضلاً عن بناء تحالفات استراتيجية مع أسماء عريقة في قطاع التجزئة على غرار باريس غاليري والشايخ للتجارة.

The Abu Issa Family started small-scale retail operations in 1957. Today, Abu Issa Holding is one of Qatar's most diversified and progressive conglomerates, operating market-leading companies in various sectors including retail, distribution, telecommunications, IT, energy and engineering, investments and real estate. It now has more than 120 stores with over 2,000 employees. The company has also created unique retail concept stores such as Blue Salon (established in 1981) and Highland, and has partnered with and offered consultation services to large multinational companies seeking to promote business in Qatar, as well as forging strategic alliances with established names in the retail industry such as Paris Gallery and Alshaya Trading.



في عام 1999، ومع افتتاح ناين ويست في لامسي بلازا في دبي، توسعت مجموعة أباريل لتضم أكثر من 950 متجرًا في سنة 2014. وتستخدم المجموعة التي باتت اليوم من كبرى شركات الموضة وأسلوب الحياة العالمية ومركزها في دبي أكثر من 8500 موظف في 12 بلدًا في أربع قارات، وتمتلك علامات تجارية مشهورة على غرار «ألدو» و«ناين ويست» و«تومي هيلفيغر» و«تشارلز أند كيث» و«سكيتشرز» و«تيه هورتنز»، فضلًا عن 46 علامة تجارية أخرى. وأدى نمو الشركة السريع، إضافة إلى المهارات الديناميكية في الأعمال والإدارة التي يقودها رئيس مجلس الإدارة نيليش فيد، إلى تحول مجموعة أباريل إلى واحدة من أهم شركات التجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وتنوي الشركة بلوغ 1200 متجر بحلول عام 2015 رافعة شعار «تقديم خدمة العملاء بنسبة 100%».

Beginning in 1999 with the opening of Nine West in Lamcy Plaza in Dubai, The Apparel Group has grown to over 950 stores in 2014. Now a global fashion and lifestyle conglomerate with headquarters in Dubai, The Apparel Group employs over 8,500 multicultural members of staff in twelve countries across four continents, and includes notable brands such as Aldo, Nine West, Tommy Hilfiger, Charles & Keith, Skechers and Tim Hortons, along with forty-six more brands. The rapid growth of this company, along with the dynamic business and leadership skills of the Chairman Nilesh Ved, ranks The Apparel Group as a leading retailer in the MENA region. The Apparel Group is poised to open 1,200 stores by the year 2015 with its motto of 'Delivering 100% Customer Service'.



تمتلك عائلة الفهيم مجموعة شركات باريس غاليري التابعة لمجموعة الفهيم القابضة التي تدير عمليات التجزئة لعلامات تجارية مطورة داخلياً كباريس غاليري وواتش غاليري، وامتيازات علامات تجارية عالمية على غرار «بريري» و«كارتييه» و«فيراري» و«سيرجيو روسي»، في أسواق خليجية مختارة، وتقدم شبكة المجموعة من متاجر التجزئة وقنوات التوزيع المنتشرة في الإمارات العربية المتحدة وبلدان الخليج، أكثر من 450 علامة تجارية عالمية من العطور ومستحضرات التجميل والساعات والنظارات والإكسسوارات والملابس. وبدأت عائلة الفهيم أعمالها قبل أكثر من 45 عاماً. وتعمل المجموعة التي تتخذ من الشارقة في الإمارات العربية المتحدة مقراً رئيسياً لها، في العديد من أسواق الشرق الأوسط، مع خطط لإصدار اكتتاب عام أولي لتوفير شبكة أمان للشركة العائلية والمساهمة في التوسع خارج منطقة الخليج.

The Al Fahim family are the founders and owners of Paris Gallery Group of Companies, a subsidiary of Al Fahim Holdings that manages the retail operations of home-grown brands such as Paris Gallery and Watch Gallery, and the franchises of international brands such as Burberry, Cartier, Ferrari and Sergio Rossi in select Gulf markets. The Group's network of retail stores and distribution channels throughout the UAE and GCC countries offers over 450 international brands of fragrances, cosmetics, watches, eyewear, accessories and fashion apparel. The Al Fahim family started the business over forty years ago. Based in Sharjah, UAE, today it has operations across several markets in the Middle East.

2



1 باريس غاليري، فستيفال سيتي، دبي
Paris Gallery, Dubai Festival City, Dubai

2 واتش غاليري، دبي مول، دبي
Watch Gallery, The Dubai Mall, Dubai

MAJOR FIGURES IN THE EVOLUTION OF THE MENA RETAIL MARKET

عبدالعزیز الغریر عضو مؤسس لمجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط، رئيس مجلس إدارة بنك المشيرق، ومالك مركز الغریر للتسوق في ديرة.

ABDULAZIZ AL GHURAIR Original MECSC founding member. Chairman of Mashreq Bank. Owner of Al Ghurair Shopping Centre in Deira.

عبدالله الفهيم مؤسس العلامة التجارية الفاخرة باريس غاليري.

ABDULLAH AL FAHIM Founder of the luxury brand, Paris Gallery.

عدنان هجرت خبير في مجال قطاع التجزئة في المنطقة منذ عام 1990.

ADNAN HEGRAT

Retail professional in the region since 1990.

علي حسان خبير ومدير في مجال قطاع التجزئة منذ وقت طويل في دبي وأبوظبي.

ALI HASSAN Longtime retail expert and manager in Dubai and Abu Dhabi.

ألان دروس مبدع في عمليات التأجير، عمل سابقاً مع مجموعة الحكير في المملكة العربية السعودية.

ALLAN DRUCE Creative

Leasing genius previously with Al Hokair in Saudi Arabia.

المهندس رشيد رشيد أول مهندس من المنطقة صمم مركز تسوق حديثاً [الخبر، المملكة العربية السعودية].

ARCH RASHID AL RASHID Local architect who designed the first early modern mall (Al Khobar, Saudi Arabia).

أصيلة الحارثي الرئيس التنفيذي لشركة الحارثي في سلطنة عُمان، أول امرأة تعين عضواً في غرفة تجارة محلية في العالم العربي.

ASSILAH AL HARTHY CEO of Al Harthy Corporation, Oman. The first woman appointed as a member of the local Chamber of Commerce in the Arab world.

دون برادلي تاجر مخضرم في قطاع أسواق التجزئة في مملكة البحرين.

DON BRADLEY Retail veteran in Bahrain.

عيسى آدم مدير عام مركزي الغرير وبرجمان للتسوق في دبي.

EISA ADAM General Manager of Al Ghurair centre and BurJuman shopping centre, Dubai.

فواز الحكير مالك ثلاثة عشر مركزاً للتسوق واسعة الانتشار، ومن أكبر تجار قطاع التجزئة في المملكة العربية السعودية.

FAWAZ AL HOKAIR Owner of thirteen dominant shopping centres and one of the largest retailers in Saudi Arabia.

حسن شربتلي مالك «سيتي ستارز» أكبر مركز للتسوق في مصر.

HASSAN SHARBATLY Owner of the largest shopping centre in Egypt, Citystars.

عيسى أبو عيسى مالك مجموعة من شركات التجزئة واسعة الانتشار في قطر.

ISSA ABU ISSA Owner of the dominant retailer group in Qatar.

جميل سلطان مالك ومطور مركز سوق شرق الواقع على الواجهة البحرية في الكويت.

JAMIL SULTAN Owner and developer of waterfront Sharq Souk in Kuwait.

جميل سلطان العيسى مالك الشركة الوطنية العقارية، وهي شركة تطوير كبرى ومتكاملة في مجال قطاع التجزئة ذات أصول في الكويت والعديد من المواقع الأخرى في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

JAMIL SULTAN AL ESSA Owner of NREC, a large integrated retail development company with holdings in Kuwait and many locations in the MENA region.

جون ريوردان عضو مخضرم في المجلس الدولي لمراكز تسوق الشرق الأوسط، ومؤسس مدرسة جون ريوردان لمراكز التسوق ذات التأثير الكبير في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

JOHN RIORDAN Longtime ICSC veteran. Founder of John Riordan School of Shopping Centres with large impact in the MENA region.

كمال عثمان جمجوم مالك العديد من العلامات التجارية المبتكرة والواسعة الانتشار في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بما فيها مكياج ونعومي ومركز التعليم المبكر.

KAMAL OSMAN JAMJOON

Owner of many popular retail self-created brands in the MENA region including Mikyajy, Nayomi and ELC.

ماهر الشاعر داعم منذ وقت طويل لمجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط، ومسؤول تنفيذي رفيع المستوى في مجموعة ماجد الفطيم وشركة رتاج القابضة في مملكة البحرين.

MAHER AL SHAER Longtime supporter of MECSC. Senior executive with MAF and Retaj Holding Company in Bahrain.

ماجد الفطيم مالك مراكز سيتي سنتر للتسوق وكارفور.

MAJID AL FUTTAIM Owner of the City Centre Malls. Owner of Carrefour.

ماجد الغرير رئيس مجلس إدارة مجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط لأكثر من عشرين عاماً، ومالك مركز برجمان للتسوق.

MAJID AL GHURAIR MECSC Chairman for over twenty years. Owner of BurJuman Shopping Centre.

مرزوق الخرافي رئيس مجلس إدارة الشركة الكويتية للأغذية «أمريكانا» التي تعد إحدى العلامات التجارية الغذائية الأكثر انتشاراً ونجاحاً في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

MARZOUK AL KHARAFI

Chairman of the Kuwaiti-based food and beverage company Americana Group (Kuwait Food Company) with one of largest and most successful food brands in the MENA region.

ميشال أبشي تاجر تجزئة لبناني ومطور رئيس يمتلك حقوق مركز ABC للتسوق.

MICHEL ABCHEE Lebanese retailer and major developer holding the rights to ABC Mall.

شخصيات رئيسة في مسيرة تطور خدمات سوق التجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

مايك ديفيدسون خبير تجزئة ومدير في هذا المجال منذ وقت طويل في دبي وأبوظبي.

MIKE DAVIDSON Long-time retail expert and manager in Dubai and Abu Dhabi.

محمد العيار عضو مؤسس في مجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط ورئيس مجلس إدارة مجموعة إعمار ومن كبار مساعدي حاكم دبي.

MOHAMMED ALABBAR Original MECSC member. Chairman of Emaar. Senior aide to Dubai's Ruler.

محمد علاوي وصي دولي للمنطقة من قبل المجلس الدولي لمراكز التسوق، الرئيس التنفيذي لمركز البحر الأحمر للتسوق في جدة.

MOHAMMED ALAWI ICSC International Trustee for region. CEO of Red Sea Mall, Jeddah.

محمد الشايخ المالك الكويتي لمجموعة الشايخ الرائدة في قطاع أسواق التجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

MOHAMMED ALSHAYA Kuwaiti owner of the Alshaya Group, a dominant retail force in the MENA region.

محمد القرقاوي مبتكر الترخيص القانوني لمجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط في الإمارات العربية المتحدة.

MOHAMMED AL GERGAWI Created original legal licensing of MECSC in the UAE.

مطهر غمدان الخبير الأول في مجال مراكز التسوق في اليمن، مدير عام مركز صنعا التجاري.

MUTAHAR GHAMDAN Yemen's first shopping centre professional. General Manager of Sana'a Trade Centre.

ندى العتيقي مدير عام مركز المملكة وواحدة من أكثر نساء الأعمال نفوذاً في المملكة العربية السعودية.

NADA AL ATEEGI General Manager of the Kingdom Centre and one of the most powerful businesswomen in Saudi Arabia.

عمر وعبدالله الفطيم مالكا مراكز فستيفال سيتي للتسوق، ومن كبار تجار قطاع التجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا حيث يملكان حق امتياز علامات تجارية كبرى مثل أيكيا، ماركس أند سبنسر، تويوتا، ليكزس، هوندا، دودج وفولفو.

OMAR AND ABDULLA AL FUTTAIM Owners of the Festival City Shopping Centres. One of the largest retailers in the MENA region with brands such as IKEA, Marks & Spencer, Toyota, Lexus, Honda, Dodge, Volvo.

بيتر أربوكلي عضو في فريق التطوير الرئيس في ديرة سيتي سنتر في دبي.

PETER ARBUCKLE Original development team member of Deira City Centre, Dubai.

فيل ماك آرثر خبير في شؤون التأجير والتطوير لمركز سيتي ستارز في القاهرة وفي منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

PHIL MCARTHUR Leasing and development expert. Citystars Cairo and MENA region.

راميش برابايكر من الأوائل محلياً في قطاع التجزئة ومبتكر مجموعة ريفولي ومؤسسها.

RAMESH PRABHAKER Early home-grown retailer. Creator and founder of the Rivoli Group.

راشد دوله خبير محترف في مجال التأجير في مجموعة الفطيم، الرئيس التنفيذي لمجموعة إعمار لمراكز التسوق والرئيس التنفيذي لمراس القايضة، مؤسس إم سكويرد الاستشارية وشريك فيها.

RASHID DOLEH Leasing professional, MAF, CEO, Emaar Malls. CEO, Meraas. Founder and partner of M Squared Consulting.

سالم راميا مبتكر ذاتع الصيت في مجال الترفيه، مؤسس جراندي سينما ومالك جولف فيلمز.

SALIM RAMIA Grand Cinemas founder. Gulf Films owner. Dominant entertainment genius.

ساتيش كهانا أول مدير لمركز الفرير، خبير في قطاع التأجير والتسويق لمركز الفرير الذي حقق نسبة إشغال بلغت مائة في المائة.

SATISH KHANNA First Manager of Al Ghurair Centre. Innovative leasing and merchandising expert for Al Ghurair, achieving 100% occupancy.

شافاك سريفاستافا مسؤول تنفيذي أول ومطور مجمع 360 في الكويت.

SHAVAK SRIVASTAVA Senior executive and developer of 360 Mall in Kuwait.

سايمون ويلكوك الرئيس التنفيذي للمراكز العربية في المملكة العربية السعودية، أشرف على النمو الواسع للشركة.

SIMON WILCOCK CEO, Arabian Centres Saudi Arabia. Oversaw the huge growth of the company.

ستيف سيل من كبار اللاعبين في مجال التأجير والتسويق في الأياهم الأولى لدير سيتي سنتر في دبي

STEVE SELL Leasing and Marketing guru for early Deira City Centre, Dubai.

والتر كلاينشميت خبير في قطاع التجزئة، عمل بداية في عمان ثم في المملكة العربية السعودية والمنطقة.

WALTER KLEINSCHMIT Long time retail professional. Started in Oman and worked in Saudi Arabia and the region.

وسيم عربي الرجل الثاني في شركة الشايخ، ومركزها الرئيس في الكويت، وقد شهد تطور ونمو الشركة الكبيرين.

WASSIM ARABI Second in command at Alshaya, he witnessed the huge growth of the company. Headquartered in Kuwait.



الامتيازات والشركات المحلية FRANCHISES AND LOCAL PARTNERSHIPS

دخلت العديد من سلاسل خدمات التجزئة سوق الشرق الأوسط وشمال أفريقيا من خلال إقامة مشاريع مشتركة أو إبرام اتفاقيات امتيازات مع مجموعات أعمال محلية. وأثبتت هذه الاستراتيجية فاعليتها لأنها تسمح للسلاسل بالاستفادة من الخبرة المحلية مع الحد من المخاطر والاعتماد على استثمارات رأسمالية قليلة، فضلاً عن الاستفادة من الموافقات الحكومية السريعة والمهل الزمنية القصيرة. وعندما كانت العلامات التجارية قبل أعوام قليلة تقتصر على «بي إتش إس» و«مذر كير»، استقطبت مفاهيم التجزئة الجديدة ومراكز التسوق الفخمة كبرى العلامات التجارية الأوروبية والأميركية إلى منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وخلال الأعوام القليلة الماضية، حققت العديد من العلامات التجارية انتشاراً كبيراً على غرار «جيان» و«برادا» و«فيكتوريا سيكريت» و«ذي تشيز كيك فاكيتوري» وتشكل مجموعات الفطيم والشاي والطاير وشلهوب ولاندمارك وريفولي، مجموعات أعمال كبرى تمتلك حقوق امتيازات حصرية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

ويزداد انتشار العلامات التجارية على غرار «نايكي» و«جاب» و«ناين ويست» و«الدو» و«تويز آر أص» في المنطقة. وقد أسهم بدرجة كبيرة انتشار العلامات التجارية التي تستهدف السوق المتوسطة والتي تديرها عادة شركات خاصة تعمل كصاحبة امتيازات إقليمية لمالكي العلامات التجارية، في اتساع سوق التجزئة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

وتسجل إمارة دبي واحداً من أعلى الأرقام على صعيد عدد الامتيازات العالمية (الثانية عالمياً بعد لندن)، وتساوي قيمة قطاع الامتيازات في المنطقة أكثر من 30 مليار دولار في اليوم، مع معدل نمو سنوي تراكمي يبلغ 27 في المائة.

Many global retail chains enter the MENA market by establishing joint ventures or franchise agreements with local business groups. This strategy is effective as it allows the chains to utilize local expertise with a lower risk set and limited capital investments, taking advantage of quick government approvals and short lead times.

Having started a few years ago with Bhs and Mothercare, today's new retail concepts and the choice of superior malls has attracted major European and US brands to the MENA market. In the past few years many have gained a strong foothold, including Géant, Prada, Victoria's Secret and The Cheesecake Factory. Al Futtaim, Alshaya, Al Tayer, Chalhoub, Landmark and Rivoli are major business groups with exclusive franchise rights in the MENA region.

Brands such as Nike, Gap, Nine West, ALDO and Toys'R'Us are becoming more prominent in the MENA region. Typically managed by privately-held companies operating as regional franchisees of the brand owners, this proliferation of mid-market brands has contributed substantially to the expansion of the MENA retail market.

Dubai has one of the highest number of international franchises and brands, second only to London. The franchise industry in the region is worth over \$30 billion today, and is growing at a CAGR of approximately 27% annually.

2



1 متجر مركزير (رعاية الأمومة)، السقييه، المنامة، 1984
Mothercare, Segaya, Manama, 1984

2 متجر برادا، دبي مول، دبي
Prada, The Dubai Mall, Dubai



3



- 1 تيم هورتنز، دبي
Tim Hortons, Dubai
- 2 أول متجر لسبلاش، الشارقة، 1993
The first Splash store, Sharjah, 1993
- 3 متجر شو مارت، دبي 1990
Shoe Mart, Dubai, 1990

حققت «باتشي» التي أبصرت النور في بيروت في عام 1974، نمواً سريعاً ونجاحاً كبيراً في منطقة الخليج، وباتت حاضرة في 28 بلداً. وقد تعاون متجر هارودز الفاخر مع باتشي للشوكولاتة لابتكار أتمن علبة شوكولاتة في السوق، وتشتهر هذه العلامة الرائدة في أسواق التجزئة عبر الإنترنت في أميركا الشمالية.

Originating in Lebanon in 1974, Patchi grew quickly with massive success in the Gulf region, and now has presence in twenty-eight countries. Luxury retailers Harrods joined forces with Patchi to create the most expensive box of chocolates available. The brand is also famous in the online retail world in North America.



افتتح فادي ملص أول مطعم تحت اسم «جست فلافل» في عام 2007 في أبوظبي، وتنتشر اليوم هذه العلامة التجارية الرائدة في أكثر من 18 بلداً، حيث وصل عدد فروعها إلى أكثر من 700 مطعم، كما تطورت هذه العلامة التجارية في المنطقة حتى وصلت إلى المملكة المتحدة.

Fadi Malas started with a single Just Falafel outlet in 2007 in Abu Dhabi; it has now grown to a global brand in over eighteen countries, with 700 restaurants in the pipeline. Franchising has fuelled its growth throughout the region and beyond to the UK.



تتمركز مجموعة لاندمارك التي تأسست في عام 1973. وتضم هذه المجموعة 25 علامة تجارية متميزة من بينها محل الأطفال وسيلاش وستتر بوينت وشومارت وماكس. ويعمل لدى المجموعة المستمرة في النمو بوتيرة سريعة، أكثر من 50 ألف موظف في 1791 متجراً حول العالم.

Founded in 1973, the Landmark Group is headquartered in Dubai with over twenty-five home-grown brands including Baby Shop, Splash, Centrepoint, Shoemart, Iconic and Max. Growth continues at a rapid pace with over 50,000 employees operating in 1,791 outlets worldwide.





تمتلك «مارينا هوم» هذه المؤسسة العائلية التي أصبحت النور في دبي في عام 1997، العديد من المتاجر في منطقة الخليج ومصر وشبه القارة الهندية. وتجمع هذه المؤسسة بين التصاميم الحديثة والريفية للأثاث المنزلي. وتطلق مارينا هوم اليوم برنامج امتيازات لتحقيق المزيد من التوسع العالمي.

Home-grown in Dubai starting in 1997, this family business has numerous shops in the Gulf region, Egypt and the Indian subcontinent. Combining modern and rustic designs in their home furnishings, Marina Home is now launching a franchise programme to further expand globally.



أنشئت «بتيل» كعلامة تجارية لعرض التمور السعودية وبيعها في عبوات فاخرة. وتطورت «بتيل» بشكل ملفت منذ بداية الألفية وانتشرت متاجرها في ثلاثين بلداً، كما أنشأت متجراً كبيراً ونجحاً في شارع بوند في لندن.

Bateel was created as a brand to showcase and sell high-quality Saudi dates in an elegant retail setting. Growth since the early 2000s has been phenomenal with locations in thirteen countries and a hugely successful flagship location on Bond Street, London.



افتتحت مجموعة ماجد الفطيم التي تمتلك وتشغل سلسلة كارفور في الإمارات العربية المتحدة، أول متجر لكارفور في دبي في عام 1995، وباتت متاجر كارفور اليوم تنتشر في العديد من الأماكن في منطقة الخليج، مع تسجيل مبيعات تعد الأعلى في العالم.

The UAE operations of Carrefour are owned and operated by Majid Al Futtaim. The first Carrefour in Dubai was launched in 1995; these food anchors are now present in many locations in the Gulf region, with sales ranked to be among the highest in the world.





تستمر منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في كونها وجهة رئيسية للعلامات التجارية الفاخرة. ويدعم التوسع في المنطقة النمو المستدام للسوق العالمية للمواد الفاخرة من خلال توفير فرص نمو مثيرة للفاعلين الرئيسيين في القطاع. متجر ديور، دبي مول، دبي.

The MENA region continues to be a major destination for a wide range of luxury brands. Expansion in this region in turn feeds the sustained growth of the global luxury market by offering exciting growth possibilities for the key players in the industry.
Dior, The Dubai Mall, Dubai



تعد مجموعة شلهوب الشريك الرائد لأشهر العلامات التجارية العالمية في منطقة الشرق الأوسط منذ عام 1955. وبفضل خبراتها في مجال قطاع التجزئة، التوزيع والتسويق، أصبح للمجموعة - التي تتخذ من دبي مقراً لها - دور إقليمي رئيس في قطاعات التجميل والأزياء والهدايا الفاخرة. ويعمل لدى مجموعة شلهوب أكثر من 11 ألف موظف في 14 دولة، فضلاً عن إدارتها لأكثر من 600 محل تجاري. ومن مقومات نجاح هذه المجموعة فريق العمل لديها، الذي يتمتع بدرجة عالية من المهارة والتفاني. فالحرفية والإخلاص هما المحرك الرئيس للروح التنافسية في المجموعة.

The Chalhoub Group is the leading partner for luxury across the Middle East since 1955. As an expert in retail, distribution and marketing services based in Dubai, the group has become a major player in the fashion, beauty and gift sectors regionally. With a growing workforce of more than 11,000 people across fourteen countries, as well as the operation of over 600 retail outlets, the group's success is attributed to its most valued asset of highly skilled and dedicated teams. Professionalism and passion are what fuel the Chalhoub Group's competitive edge in today's market.

2



1 ليفيل شو ديستريكت، دبي مول، دبي
Level Shoe District, The Dubai Mall, Dubai

2 تاناغرا، الأفنيوز، الكويت
Tanagra, The Avenues Mall, Kuwait City



منصة الأزياء، دبي مول، دبي
Fashion Avenue, The Dubai Mall, Dubai



العلامات التجارية الفاخرة

في الماضي، لم تكن جميع العلامات التجارية العالمية الفاخرة متوافرة في جميع بلدان الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، بينما تنتشر اليوم أغلبية العلامات التجارية الرئيسية في فروع عديدة في مدينتها. ويشكل النمو الاقتصادي عامل الدفع الرئيس لقطاع التجزئة الفاخرة (لاسيما في مجلس التعاون الخليجي). ويزداد إقبال المستهلكين على السلع والخدمات الفاخرة بشكل ثابت، ويبقى استهداف المستهلكين الأثرياء في منطقة الخليج (مع كون دبي وأبوظبي ومدينتي الكويت والدوحة الأسواق الرئيسية لقطاع العلامات التجارية الفاخرة، وبيروت وإسطنبول مركز عدد كبير من المسوقين الأثرياء والطموحين) الأولوية القصوى لشركات التجزئة العالمية التي تسعى إلى التوسع خارج أسواقها المحلية. وقد دفعت العلامات التجارية الفاخرة لبناء تحالفات جديدة بين بعض شركات التجزئة الأكثر نجاحاً في المنطقة، على غرار الحيتور والفطيم وجاشنمال ودرويش القابضة وأحمد صديقي وأولاده وداماس. وفي الوقت نفسه، أدت القوة الشرائية الكبيرة للمستهلكين بالشركات المحلية إلى تنويع عملياتها وتقديم علامات تجارية فاخرة بشكل متزايد في السوق. وبرز المستهلكون القطريون بصفتهم أكثر المشتريين اقتناءً للسلع الفاخرة، بينما تصنف دبي وجهة التجزئة المفضلة لشراء السلع الفاخرة ذات العلامات التجارية من جانب السياح القادمين من عدد كبير من البلدان والمناطق، بما فيها روسيا واليابان وأوروبا والهند. وتشكل المملكة العربية السعودية وجهة تسعى شركات التجزئة العالمية إلى دخولها، وتمثل الكويت أيضاً بيئة مناسبة لانتشار العلامات التجارية الفاخرة. وفي البحرين وعمان، هناك إقبال متزايد على السلع الفاخرة، لكن السوق أصغر حجماً بدرجة كبيرة، فضلاً عن أن مستويات الدخل الأدنى للأفراد تحدّ من الإنفاق.

Luxury Retail

In the past, not all international luxury brands were available in all countries of the MENA region; today most of the major brands have several branches in a city. Economic growth is the driving factor in the luxury retail sector, especially in the GCC. Consumer appetite for luxury goods and services is on a steady uptrend, tapping the GCC's affluent consumers. Dubai, Abu Dhabi, Kuwait City and Doha are the key markets for the luxury segment; Beirut and Istanbul are home to a sizeable number of wealthy and aspirational shoppers. Luxury brands have forged new alliances with some of the most successful retailers in the region, such as Al Habtoor, Al Futtaim, Jashanmal, Darwish Holdings, Ahmed Seddiqi & Sons and Damas. At the same time, higher consumer purchasing power has led locally established firms to diversify their operations and to increasingly supplement the market with luxury brand offerings.

Qatari consumers have emerged as the most prolific buyers of luxury goods. Dubai is rated as the favourite retail destination for buying branded luxury goods by tourists from numerous countries and regions including Russia, Japan, Europe and India. Saudi Arabia is a very sought-after destination for international retailers. Kuwait is also a favourable environment for the proliferation of luxury retail brands. In Bahrain and Oman there is an increasing appetite for luxury goods, but the market is significantly smaller in size and lower personal income levels restrict expenditure.



3



- 1 ساكس فيفث أفينيو، مركز المملكة، الرياض
Saks Fifth Avenue, Kingdom Centre, Riyadh
- 2 متجر ديور، وسط بيروت، 2009
Dior, Downtown Beirut, 2009
- 3 متجر كارتية، أفينيو في أبراج الاتحاد، دبي
Cartier, Avenue at Etihad Towers, Abu Dhabi



2



السيارات الفاخرة.. سحر الأسواق الراقية THE PRESTIGE MARKET: LUXURY CARS

تتوقع شركة آي إتش إس الاستشارية للسيارات تضاعف مبيعات السيارات الفاخرة خلال السنوات الثلاث المقبلة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بشكل عام. ورغم الاضطرابات السياسية في المنطقة يزداد الطلب بشكل كبير على السيارات الفاخرة وكذلك على العطور والساعات والمجوهرات والملابس، ويدعم مصنعوها هذه الظاهرة بإطلاق حملات ترويج تسويقية جديدة.

وتشير تقارير المصنع الأميركي جنرال موتورز إلى أن مبيعات الشرق الأوسط من سيارته الفخمة كاديلاك سيدان كانت الأعلى في تاريخها في المنطقة. في حين سجل معرض جاكوار ولاند روفر في دبي في شارع الشيخ زايد وحده أعلى معدل مبيعات لسيارات رانج روفر في العالم (من أصل 146 سوقاً). كما أظهرت التقارير أن السيارات فائقة الفخامة بوغاتي وبنيتلي وماكلارين، التي تمتلك امتيازاتها شركة الحيتور للسيارات، قد حققت أرقام مبيعات مرتفعة في المنطقة. واختار مصنع السيارات البريطاني ماكلارين كشف النقاب عن آخر عروضه في معرضه الجديد في وسط دبي، حيث جرى إطلاق سيارة ماكلارين MP4-12C ذات اللون البرتقالي البركاني في حضور نجم سباقات الفورمولا 1 لويس هاملتون.

Consultancy firm IHS Automotive predicts that despite political upheavals in the MENA region as a whole, sales in the luxury car segment could virtually double within the next three years. Luxury cars, along with perfumes, watches, jewellery and clothing, are in rapidly rising demand and their manufacturers are fuelling this with a host of new marketing promotions.

American manufacturer General Motors reports that Middle East sales of its luxury Cadillac sedan have been the highest in its history for the region, while Dubai's Jaguar Land Rover showroom on Sheikh Zayed Road alone reported the highest Range Rover sales in the world (out of 146 markets). Supercar brands Bugatti, Bentley and McLaren, franchised by Al Habtoor Motors in Dubai, are also reported to have very strong sales in the region. British carmaker McLaren chose to unveil its latest offering at its new showroom in Downtown Dubai. The 'volcano orange' MP4-12C was launched in the presence of Formula One star driver Lewis Hamilton.

- 1 مركز فيلاجيو، الدوحة
Villaggio Mall, Doha
- 2 الأفنيوز، الكويت
The Avenues Mall, Kuwait City



تستمر منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في كونها وجهة رئيسية للعلامات التجارية الفاخرة. وقد أدت الاستثمارات الضخمة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا إلى تعزيز دعم تجارة التجزئة. الأندلس، الكويت

The MENA region is one of the most heterogeneous consumer environments in the world, with a fragmented retail market, varied consumer cultures and income levels. Massive capital investment in the MENA region has resulted in great growth in the retail story.
The Avenues Mall, Kuwait City



بدأت مجموعة المايا أعمالها في عام 1982 بمتجر بقالة في عجمان. أما اليوم فتشكل راحة المستهلكين محور التركيز الرئيس للمجموعة التي تتخذ من الإمارات العربية المتحدة مقراً رئيساً لها. مع تمتعها بحضور عالمي. وقد كانت هذه المجموعة أول من أطلق خدمة التوصيل إلى المنزل والخدمة على مدار الساعة في المنطقة.

The Al Maya Group began in 1982, with a single grocery store in Ajman. Currently headquartered in the UAE with an international presence, Al Maya keeps convenience as the main focus and was the first to introduce free home delivery and 24-hour service in the region.



أسس آرثر راودن سبينى «سبينس» في عام 1924 في مصر. ومنذ ذلك الحين، توسعت «سبينس» في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. كما وقعت «سبينس» اتفاقية ترخيص مع مجموعة التجزئة البريطانية وايتروز لافتتاح متاجر تحمل علامتها التجارية في الإمارات العربية المتحدة.

Spinneys was founded in 1924, in Egypt, by Arthur Rawdon Spinney. Since then, it has expanded across the MENA region. Spinneys signed a licensing agreement with British retailer Waitrose to open Waitrose-branded stores in the UAE.



تعد «كارفور» واحدة من كبرى سلاسل الهيبرماركت في العالم. وتمتلك مجموعة ماجد الفطيم حقوق الامتياز الحصرية لكارفور في 19 سوقاً في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. مع أكبر متجر لها في مول الإمارات في دبي. ودخلت كارفور إلى الشرق الأوسط في عام 1995 كأحد المملكات الرئيسية لأول مركز تسوق «سيتي سنتر» افتتحته مجموعة ماجد الفطيم.

Carrefour is one of the largest hypermarket chains in the world. Majid Al Futtaim holds exclusive rights to the Carrefour franchise in nineteen markets across the MENA region, with their flagship store in Mall of the Emirates, Dubai. It was first introduced to the Middle East in 1995 as anchor to the first of MAF's 'City Centre' format of shopping malls.





دخلت جيان، التي تمثل جزءاً من مجموعة كازينو الفرنسية، سوق الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في عام 2001. حيث شكلت جناح المأكولات في مركز ابن بطوطة للتسوق. وسوف تشكل جيان هيبيرماركت الجديدة أحد الملحقات الرئيسية في مول الظهران.

Géant, part of French-owned Groupe Casino, entered the MENA market in 2001 as food anchor at Ibn Battuta Mall. The newest Géant hypermarket will be a main anchor in the Mall of Dhahran.



تأسست سلسلة سوپرماركت شويترايم القائمة في الإمارات العربية المتحدة، في سيراليون في أفريقيا، وهي جزء من مجموعة تي شويترايم وأولاده. وقد باتت هذه السلسلة واحدة من أكبر سلاسل السوبرماركت في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وافتتحت أول سوپرماركت تابعة للسلسلة في الإمارات العربية المتحدة في عام 1994. وتهدف شويترايم إلى مضاعفة محفظتها وافتتاح متاجر أصغر حجماً من المتاجر الحالية.

Part of T Choithram and Sons, UAE-based Choithram Supermarkets was established in Sierra Leone, Africa, and has become one of the largest supermarket chains in the MENA region. Its first supermarket was launched in the UAE in 1944. It aims to almost double its portfolio and open smaller convenience stores.



افتتحت مجموعة صافولا السعودية أول فرع لبنده في الرياض في عام 1978. وطورت المجموعة فروع هايبربنده لمواجهة احتكار المنافسين الفرنسيين الرئيسيين في سوقها المحلية. وفي سبتمبر (أيلول) 2006، أعلنت المجموعة عن افتتاح متجر بمساحة 175 ألف قدم مربع في دبي فستيفال سيتي. وفي عام 2009، استحوذت العزيزية بنده المحدودة على متاجر جيان في المملكة العربية السعودية.

Saudi-owned Savola Group opened their first Panda branch in Riyadh in 1978. They developed their HyperPanda format to counter the monopoly of the French key players in their home market and in September 2006 announced the opening of a 175,000-square-foot store in Dubai Festival City. In 2009 Azizia Panda acquired the Géant Stores in Saudi Arabia.



روس
مول

Waitrose
DUBAI

Welcome to Waitrose
To make your shopping experience a
little better, we've introduced a new
feature - the Waitrose Club Card. This is a
new way to earn rewards on your
shopping. It's all about giving you
more value for your money.
If you are not satisfied with any of
our products, we offer a full refund or
exchange against your Club Card.

Shopping hours
Open daily 8:00 - 21:00

ويترو

دي

أفضل بكم هالي ويتروس

المتاجر المتخصصة ببيع المنتجات الطازجة مثل الفواكه والخضروات واللحوم والأسماك الطازجة، حيث يمكن العثور على جميع المنتجات الطازجة التي تحتاجها في جميع أنحاء دبي.

ساعات العمل

11 - 8 يومياً

Waitrose

THE MALL

At Waitrose it's memorable ones, we would like to follow. Our stores are open every day from 11am to 8pm. We do not accept cash on delivery. We are not open under the age of 16. For our products, we can accommodate a purchase receipt.



تحقق الهيبرماركت والسوبرماركت أداء جيداً إلى حد كبير في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. غير أن المستهلكين يميلون تدريجياً إلى المتاجر الأصغر حجماً التي تفتح لساعات طويلة ولا تبعد عن مكان سكنهم. وبدأت شركات التجزئة مؤخراً بالاستفادة شيئاً فشيئاً من فرصة افتتاح المتاجر داخل التجمعات السكنية الجديدة وحولها لتلبية احتياجات قاطنيها ومن يسكنون في جوارها. ويتروس، دبي مول، دبي.

Hypermarkets and supermarkets perform well in the MENA region, while consumers also enjoy shopping at convenience stores. Retailers have increasingly identified the opportunity to set up stores in new residential community centres to cater to residents in the neighbourhood. Waitrose, The Dubai Mall, Dubai



سوبرماركت المدينة، دبي
Al Madina Supermarket, Dubai



قطاع السوبرماركت

تشكل تجارة التجزئة في المواد الغذائية والمشروبات نحو ثلث مبيعات التجزئة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، مع ارتفاع ثابت في عدد سكان المنطقة الذي يشكل قوة الدفع الرئيسية لتوسع قطاع المواد الغذائية. وهناك فرصة حقيقية متاحة للمتسوقين في المنطقة ليختاروا السوبرماركت أو الهيبرماركت التي يريدون، والتي تشكل عادة الجزء الملحق الرئيس في العديد من مراكز التسوق العاملة أو المخطط لافتتاحها في المنطقة.

وتعتبر سوق التجزئة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا مجزأة بدرجة كبيرة. ويشهد قطاع السوبرماركت والهيبرماركت منافسة بين المستثمرين الأجانب والمحليين. ويتمثل مشغلو السوبرماركت الأجانب الأوائل في المنطقة بالشركات الفرنسية كارفور وكازينو وجيان. ومن أكبر المشغلين المحليين العزيرية بنده المتحدة، وهي أكبر شركة سوبرماركت في المملكة العربية السعودية، ومجموعة إي أم كيه إي التي تمتلك سلسلة هيبرماركت وسوبرماركت اللولو في الإمارات العربية المتحدة وقطر وعمان، ومجموعات التجزئة على غرار المدينة وشويتراه والمايا.

ويعود تاريخ أول هيبرماركت إلى 15 عاماً خلت، مع اعتماد نموذج تجزئة البقالة المنظم الذي تضمن السوبرماركت والهيبرماركت وكذلك المتاجر الأصغر حجماً ومتاجر الحسومات، والتي توسعت سوقها بشكل كبير خلال الأعوام الخمسة عشر الماضية. وإذا كانت منتجات البقالة تشكل جزءاً كبيراً من المبيعات الإجمالية في الهيبرماركت والسوبرماركت، وكانت آفاق النمو في تجزئة البقالة تستقطب إلى القطاع مشغلين عاملين في قطاعات غير مرتبطة بالمواد الغذائية على غرار شركة الإمارات للمنتجات البترولية المحدودة العاملة في خدمات التجزئة النفطية، فإن مبيعات متاجر التجزئة الحديثة في أسواق الشرق الأوسط وشمال أفريقيا دون المستوى المطلوب.

The Supermarket Business

Food and beverage retailers account for roughly one-third of overall retail sales in the MENA region, with a consistent increase in the region's population being the major force behind expansion in the food sector. A real choice is available for shoppers across the region among supermarket and hypermarket brands, which typically provide the main anchor in the plethora of malls opening and planned across the region.

The MENA retail market is highly fragmented and in the supermarket/hypermarket sector there is competition between foreign and local players. The leading foreign hypermarket operators in the region are French companies Carrefour, Casino and Géant. Strong local players are Al Azizia Panda United, the largest supermarket company in Saudi Arabia; EMKE group with its LuLu supermarkets and hypermarkets in the UAE, Qatar and Oman; and retail groups like Al Madina, Choithrams and Al Maya.

The arrival of the hypermarket dates back fifteen years, with organized grocery retail format, which includes supermarkets and hypermarkets but also convenience and discount stores, the market for which has expanded substantially over the last few years. Grocery products account for a significant portion of the overall sales in hypermarkets and supermarkets. The growth prospects in convenience retail are attracting non-food operators such as petroleum retailer EPPCO and other convenience retailers to enter the sector.



سلسلة متاجر المواد الغذائية.. الأسرع نمواً

THE FASTEST GROWING FOOD RETAIL CHAIN

تمثل «لولو» العلامة التجارية لسلسلة التجزئة الرئيسية لمجموعة إي أم كيه إي في أبوظبي، وهي لاعب رئيس في قطاع التجزئة في الشرق الأوسط مع أكثر من 100 متجر تضم مجموعة متنوعة من المنتجات، ويعمل فيها موظفون من عدد كبير من الجنسيات بهدف استقطاب الناس من مشارب مختلفة.

وقد انتقل التركيز منذ أعوام قليلة من السوبرماركت والهيبرماركت (افتتحت الأولى في بداية تسعينيات القرن العشرين) إلى مراكز التسوق الكبرى التي تشكل وجهة التسوق الشاملة المطلقة. وفي عام 2006، استحوذت مجموعة إي أم كيه إي على إدارة الواحة مول في أبوظبي، حيث افتتحت لولو هيبرماركت. ومع إطلاق مراكز لولو، على شكل متاجر متعددة الأقسام، توسعت المجموعة في إمارات أخرى. وفي عام 2000، افتتحت أول هيبرماركت للولو في دبي. واليوم، تطورت مجموعة إي أم كيه إي من مؤسسة إلى مجموعة دولية مع عمليات منتشرة في ثلاث قارات وتتألف من ست سلاسل متاجر (لولو هيبرماركت، ولولو إكسبرس، ومراكز لولو، والفلاح بلازا، وسوق الإمارات العام، وسوبرماركت إي أم كيه إي)، بالإضافة إلى قسم خاص بتطوير مراكز التسوق وإدارتها تمثله شركة لاين للاستثمار والعقارات.

The LuLu brand is the flagship retail chain by EMKE Group of Abu Dhabi, a major player in the MENA retail sector with over 100 stores. A massive variety of products is stocked.

The focus shifted a few years ago from supermarkets and hypermarkets (the first was launched in the early nineties) to giant shopping malls: the ultimate one-stop shopping destination. In 2006 the Group took over the management of Al Wahda Mall, Abu Dhabi where LuLu provided the hypermarket anchor. With the launch of LuLu Centres, the department store format, the Group expanded in other emirates. In 2000 the first LuLu Hypermarket was launched in Dubai. Today, the EMKE LuLu Group has grown from an enterprise to an international group with operations spread over three continents and comprised of six chain stores (LuLu Hypermarkets, LuLu Express, Lulu Center, Al Falah Plaza, Emirates General Market, EMKE Supermarket), as well as a shopping mall development and management division, Line Investments & Property L.L.C.

2



- 1 هايپرماركت لولو، مسقط
LuLu Hypermarket, Muscat
- 2 هايپرماركت لولو، بركاء
LuLu Hypermarket, Barka

THE REGIONAL PLAYERS

Modern retail formats in the MENA region are driven by the powerful franchise operators from the Gulf, who are expanding their reach into emerging countries in the Middle East and North Africa. In response to the growing competition, Gulf-based retailers are making efforts to strengthen their presence within the region and to expand footprints outside. The presence of these franchise giants has demonstrated the relative ease with which international retailers enter the MENA region, with reasonably low resources and capital requirements.

THE AZADEA GROUP

was founded in 1978 and represents leading international brands in fashion and accessories, sports goods, food and beverage, home furnishing and multimedia. It operates 457 stores in the MENA region.

THE APPAREL GROUP

is a UAE-based conglomerate that offers a range of global fashion and lifestyle brands. Started in 1999, the group currently operates more than 700 stores.

THE GHANIM FAMILY

have a long history as commercial merchants in the region. Alghanim Industries is one of the largest privately-owned multinational companies in the Gulf region.

LIWA TRADING

ENTERPRISES was founded in 1987 in Abu Dhabi. Part of Al Nasser Holdings, a diversified group with interests in oil services and real estate, it operates retail stores through franchise and sub-franchise agreements with several global brands in more than 120 branded outlets in all the countries of the GCC.

THE OLAYAN GROUP

was established in 1947. The group is engaged in the manufacture, wholesale, retail and distribution of various products and services, and is also involved in the management of infrastructure, residential and commercial projects.

THE AL TAYER GROUP

was established in 1979 and is based in Dubai. It is a privately-held company operating in automobile sales and services, luxury and lifestyle retail, perfumes and cosmetics distribution (with over 180 stores), engineering as well as interiors contracting. It has operations in twelve countries in the Middle East and beyond.

AL HOMAIZI GROUP

was founded in 1948 in Kuwait. It is a conglomerate of diversified businesses that enjoys a dominant position in several economic sectors (including retail) in Kuwait, the wider Middle East, the UK and Australia.

THE ALSHAYA GROUP

was founded in 1890 in Kuwait and is one of the largest private companies in the Middle East, with operations in real estate development, construction, hotels and trading. In 1983, it started its retail division.

THE ALMUFTAH GROUP

started in 1963. It offers products and services across various sectors (including automotive and transport, and real estate) collaborating with a number of foreign partners, government institutions and local businesses.

FAWAZ ALHOKAIR

was established in 1989. It is a public sector company specializing in retail and real estate, with projects in other sectors including construction, healthcare and hospitality. The company operates over 1,200 stores across Saudi Arabia, with over 75 international brands.

THE JAWAD BUSINESS

GROUP SPC is a Bahrain-based company involved in five strategic groups: convenience stores, FMCG Distribution, fashion and home retail, coffee shops and restaurants. Currently, it operates around 660 stores across the MENA region and India.

GIORDANO FASHIONS

was founded in the Middle East in 1993. Ishwar Chugani, Managing Director MENA and Executive Director of Giordano International, has been a member of MECSC/ICSC since its inception and has remained an active member of the organization for over twenty years.

KHIMJI RAMDAS

was founded in 1870. It has maintained a leading position in retail segments like consumer goods and lifestyle products, as well as in sectors such as infrastructure and industries. The company houses more than 100 global brands in its portfolio.

THE LANDMARK GROUP

was founded in 1973 and has become a multinational conglomerate based in Dubai. One of the largest and most successful retail organizations in the region with over 1,800 stores, the group has presence in eighteen countries.

SALAM STUDIO AND

STORES is a leading retailer of luxury and designer apparel, perfumes, photography equipment, jewellery, home products, and accessories. It entered the retail arena with a department store in the 1960s. It also operates distribution and wholesale networks in Qatar and the UAE.

DAMAS

was established in 1907. A leading international jewellery and watch retailer, it operates around 300 stores spread across twelve countries, mostly in the GCC region. Besides its own brands, the company is a retailer for renowned global luxury brands.

JUMBO ELECTRONICS

COMPANY is the flagship company of Jumbo Group, founded in 1974. It has a network of around thirty retail stores specializing in consumer electronics, home appliances, office automation, telecommunication, IT and entertainment.

MAJID AL FUTTAIM

HOLDING is part of a Dubai-based conglomerate owned by Majid Al Futtaim, a real estate developer and billionaire. The group is recognized as one of the leading hypermarket and mall operators in the MENA region, and one of the most active investors across the region.

THE EMKE GROUP

is headquartered in Abu Dhabi. An Indian-owned group of companies involved in diversified business activities across the Middle East, Asia and Africa, it owns and operates retail chain stores like the LuLu hypermarket.

THE RIVOLI GROUP

was established in 1988 and has become one of the largest importers and retailers of luxury brands in the Middle East with more than 300 stores selling a portfolio of reputed global luxury brands. It also handles on-board duty free sales for some regional airports and airlines.

THE AL FUTTAIM

GROUP was founded in the 1930s. Now run by Abdulla and Omar Al Futtaim. It is one of the largest trading conglomerates in the UAE. The group's brands include IKEA, Toyota, Lexus, Dodge, Volvo, Honda, Marks & Spencer and many more. They are also the developers of the Festival City shopping centres in the MENA region.

فواز الحكير أنشئت في عام 1989، وهي شركة مملوكة من القطاع العام متخصصة في قطاع التجزئة والخدمات العقارية. بالإضافة إلى مشاريعها في قطاعات أخرى من بينها البناء والرعاية الصحية والضيافة. وتضم الشركة أكثر من 1200 متجر في المملكة العربية السعودية، تتضمن أكثر من 75 علامة تجارية دولية.

مجموعة جواد للأعمال التجارية شركة مركزها البحرين تعمل في خمسة مجالات مهمة هي المتاجر التي تفتح لساعات متأخرة والقريبة من المناطق السكنية. وفي توزيع السلع الاستهلاكية. وعالم الأزياء والأدوات المنزلية بالتجزئة، والمقاهي والمطاعم. وفي الوقت الراهن، تضم المجموعة نحو 660 متجراً في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا والهند.

جيور داتو فاشنرز تأسست في منطقة الشرق الأوسط عام 1993، وكان مديرها العام في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا والمدير التنفيذي لجيور داتو إترناشونال إيشوار شوغاتي عضواً نشطاً في مجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط /المجلس الدولي لمراكز التسوق منذ إنشائه واستمر فيه لأكثر من 20 عاماً.

كيمجي رامداس تأسست في عام 1870، وقد حافظت على موقع متقدم في عالم قطاع التجزئة في السلع الاستهلاكية ومنتجات قطاع الترفيه. وامتدت إلى قطاعات البنى التحتية والصناعات. وتشتمل على أكثر من 100 علامة تجارية عالمية.

مجموعة لاندمارك تأسست في عام 1973 وتحولت إلى مجموعة متعددة الجنسية مركزها دبي. وياتت المجموعة اليوم من كبرى شركات قطاع التجزئة وأنجحها في المنطقة مع أكثر من 1600 متجر، تنتشر في 18 بلداً.

السلام العالمية إحدى شركات قطاع التجزئة الرائدة في مجالات المواد الفاخرة وتصميم الملابس، والعتور، وتجهيزات التصوير، والمجوهرات، والمنتجات المنزلية، والإكسسوارات. ودخلت المجموعة مجال التجزئة بإنشاء أول متجر لها متعدد الأقسام في ستينيات القرن العشرين. كما تعمل في مجال التجارة بالجملة والتوزيع في قطر والإمارات العربية المتحدة.

داماس أنشئت في عام 1907، وهي شركة تجزئة دولية بارزة للمجوهرات والساعات تضم نحو 300 متجر في 12 بلداً، أغلبيتها في منطقة الخليج. وإلى جانب علاماتها التجارية الخاصة بها، فإنها بدأت ببيع كبرى العلامات التجارية.

شركة جميو إلكترونيكس إحدى شركات مجموعة جمبو المتميزة. تأسست في عام 1974. وهي تمتلك شبكة من المتاجر يصل عددها إلى ثلاثين متجراً للبيع بالتجزئة متخصصة في قطاع التجهيزات الإلكترونية الاستهلاكية، والأدوات المنزلية، والتجهيزات المكتبية، والاتصالات، وتكنولوجيا المعلومات ووسائل الترفيه.

ماجد الفطيم القابضة جزء من مجموعة مركزها دبي يمتلكها المطور العقاري والبليونيير ماجد الفطيم. وتعد المجموعة واحدة من كبار مشغلي الهيبرماركت ومراكز التسوق في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وواحدة من أكبر المستثمرين نشاطاً في المنطقة.

مجموعة إي إم كي إي مركزها في أبوظبي، وهي مجموعة شركات هندية تعمل في مجالات متنوعة في الشرق الأوسط وآسيا وأفريقيا. وتمتلك سلاسل متعددة من المتاجر من بينها هيبرماركت «لولو».

مجموعة ريفولي تأسست في عام 1988 وياتت واحدة من كبار مستوردي وشركات تجزئة المواد الفاخرة في الشرق الأوسط، تضم 300 متجر تباع مجموعة من كبرى العلامات التجارية الفاخرة. كما تعمل المجموعة في مبيعات السوق الحرة على متن الطائرات لبعض المطارات وشركات الخطوط الجوية في المنطقة.

مجموعة الفطيم تأسست في ثلاثينيات القرن العشرين. وإدارة عبد الله وعمر الفطيم. تعد المجموعة اليوم واحدة من أكبر التكتلات التجارية في الإمارات العربية المتحدة. ومن علاماتها التجارية المشهورة إيكيا وتويوتا ولكزس ودودج وفولفو وهوندا وماركس أند سبنسر وغيرها. كما أنها تعد مطورة مراكز فيسيفال سيتي للتسوق في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

اللاعبون الإقليميون الرئيسيون

إن كبار تجار قطاع التجزئة واللاعبين الإقليميين يعدون المحرك الرئيس لكل نماذج التجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وفي خضم المنافسة المتنامية تبذل الشركات وتجار التجزئة في منطقة الخليج جهوداً كبيرة لتعزيز حضورها في المنطقة وزيادة انتشارها حول العالم. إن حضور عمالقة قطاع التجزئة ووفرة رؤوس الأموال وغيرها من الموارد أدت إلى استقطاب مزيد من شركات التجزئة الدولية إلى المنطقة.

الغانم تمتلك عائلة الغانم تاريخاً عريقاً في عالم التجارة في المنطقة. وتعد صناعات الغانم واحدة من كبرى الشركات المتعددة الجنسية الخاصة في منطقة الخليج.

مجموعة أباريل مجموعة مركزها الإمارات العربية المتحدة. تقدم علامات تجارية عالمية في قطاع الموضة وأسلوب الحياة العصرية. بدأت المجموعة عملها في عام 1999، وتضم حالياً أكثر من 700 متجر.

مجموعة أزاديا تأسست في عام 1978 وهي تمثل علامات تجارية عالمية بارزة في الموضة والإكسسوارات، والمنتجات الرياضية، والمواد الغذائية والمشروبات، والأثاث المنزلي، والوسائط المتعددة. وتشغل المجموعة 457 متجراً في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

مجموعة الطائر أُنشئت في عام 1979 ومركزها دبي، وهي شركة خاصة تعمل في مبيعات السيارات وخدماتها، وفي قطاع خدمات الرفاهية، وفي توزيع العطور ومستحضرات التجميل (الأكثر من 180 متجراً)، وفي مجالات الهندسة ومقاولات التصميم الداخلي. وتمتد عملياتها التشغيلية في 12 بلداً داخل منطقة الشرق الأوسط وخارجها.

مجموعة العليان هي مجموعة شركات سعودية تأسست في عام 1947، وتعمل في قطاع التصنيع، وتجارة الجملة، وتجارة التجزئة وفي توزيع المنتجات والخدمات المختلفة. بالإضافة إلى أعمالها في إدارة البنى التحتية والمشاريع السكنية والتجارية.

مشاريع ليوا التجارية أبصرت النور في عام 1987 في أبوظبي، وتضم الشركة، التي تعد جزءاً من مجموعة الناصر القابضة إحدى كبرى مجموعات الأعمال متعددة المجالات ذات مساهمات في الخدمات النفطية والعقارية، ومناجر تجزئة من خلال اتفاقيات الامتياز والامتياز الثانوي مع العديد من العلامات التجارية الدولية والمنتشرة في أكثر من 120 متجراً في دول مجلس التعاون الخليجي.

مجموعة المفتاح بدأت عملها في عام 1963، وهي تقدم المنتجات والخدمات في العديد من القطاعات (بما في ذلك السيارات والنقل، والعقارات) جنباً إلى جنب عدد من الشركاء الأجنب والمؤسسات الحكومية ومؤسسات الأعمال المحلية.

مجموعة الشايخ أبصرت النور في عام 1890 في الكويت وهي من كبرى الشركات الخاصة في الشرق الأوسط، في قطاعات متنوعة ومن أبرز الكيانات التجارية العاملة في مجالات التطوير العقاري، والبناء، والفنادق وقطاع التجارة. في عام 1983، باشر قسم التجزئة لديها بالعمل.

مجموعة الهيمزي تأسست في الكويت عام 1948، وتعمل في مجالات متنوعة وتعد عاملاً مؤثراً في العديد من القطاعات الاقتصادية (بما فيها قطاع التجزئة) في الكويت، ومنطقة الشرق الأوسط والمملكة المتحدة وأستراليا.



1



2

3



- 1 مطار المنارة الدولي، مراكش
Menara International Airport, Marrakech
- 2 مطار الشارقة الدولي، 1962
Sharjah International Airport, 1962
- 3 متجر للساعات، السوق الحرة بمطار دبي الدولي، 1983
Watch Shop, Dubai Duty Free, 1983



- 1 السوق الحرة - دبي، مطار دبي الدولي، 2014
Dubai Duty Free, Dubai International Airport, 2014
- 2 مطار دبي الدولي، في أوائل الخمسينيات
Dubai International Airport, early 1950s

2



أسواق التجزئة في المطارات

تتمتع الأسواق الحرة في بعض المطارات الكبرى في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بشهرة واسعة، ويستمتع المسافرون الزائرون منهم وركاب الترانزيت بتجربة تسوق فريدة في الأسواق الحرة. وتحتل السوق الحرة في مطار دبي الدولي المرتبة الأولى بين الأسواق الحرة لكفاءتها وخدماتها اللوجستية وعمليات التشغيل الآلي، حيث تستحوذ على 40 في المائة من مبيعات السوق الحرة في المنطقة، تتبعها الأسواق الحرة في مطارات أبوظبي وقطر والبحرين. وأسهمت العديد من العوامل في تطور القطاع، من بينها الموقع الجغرافي المتميز للمطارات، والبنية التحتية المتطورة فيها، والحضور القوي لأهم العلامات التجارية العالمية، والمتاجر الفخمة. ومن العوامل الأخرى زيادة شركات الخطوط الجوية في المنطقة لحجم أساطيل طائراتها وعدد مساراتها، وارتفاع حجم حركة الطيران العالمية، الأمر الذي يرفع عدد مسافري الترانزيت، فضلاً عن السمعة العالمية لمطارات المنطقة، على غرار مطار دبي، كمطارات محورية بارزة للأسواق الحرة. ويكمن التحدي لسوق التجزئة في المطارات في مواكبة طلب روادها.

The Airport Retail Market

Some of the leading airports in the MENA region have a legendary duty-free reputation. Both visiting and transit passengers enjoy an excellent shopping experience. The airport retail market in the MENA region is dominated by Dubai Duty Free, followed by Abu Dhabi, Qatar and Bahrain. Known for its world leading logistical operations, efficiency and automation, Dubai Duty Free represents 40% of the region's duty-free sales.

The industry has been boosted by factors such as the well-positioned geographic location of the airports, a well-developed airport infrastructure, strong international brand presence and luxurious stores. Other factors to take into account are the expansion in fleet size and routes of regional airlines, the increase in global airline traffic thereby increasing transit passengers, and worldwide recognition of the region's airports, like Dubai, as leading duty-free shopping hubs. The challenge for the airport retail market industry is to keep up with the consumer demand.

التجارة العامة وقطاع التجزئة

تزرع منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بالشركات العائلية الفاعلة في قطاعات مختلفة، لا سيما في قطاعي التجزئة والتجارة. وتعود ملكية أغلبية شركات التجزئة البارزة في المنطقة للقطاع الخاص، وهي عبارة عن شركات تديرها عائلات تسيطر على قطاع التجزئة في المنطقة من خلال شراكات وامتيازات ومشاريع مشتركة مع شركات عالمية. وتستهدف شركات التجزئة العالمية بثبات بلدان الشرق الأوسط وشمال أفريقيا نظراً إلى كونها محورياً دولياً للتنمية، ما يحتم على الشركات اعتماد استراتيجية خاصة بكل بلد لدعم تطوير علاماتها التجارية.

وتضم أسواق المنطقة في الغالب متاجر تجزئة صغيرة ومستقلة عالية التخصص جنباً إلى جنب مع نموذج التجارة الجديد المتمثل بالعديد من مراكز التسوق الجديدة التي تنتشر في المنطقة، لا سيما في دول مجلس التعاون الخليجي. ويوفر نمو قطاع التجزئة في المنطقة وبناء مراكز تسوق جديدة فرصة منقطعة النظير لشركات التجزئة المحلية والدولية (بما في ذلك العلامات التجارية) لزيادة حضورها في المنطقة.

ويستمر بعض التجار المحليين الأساسيين الذين تحولوا إلى وكلاء وتجار للتجزئة على غرار «جاشمنال»، و«السلام»، و«الكيمي»، و«رامداس»، و«الصالون الأزرق»، و«المحلات الكبرى»، و«كابيتال ستورز»، و«باريس غاليري»، في العمل على تعزيز مكانة علاماتهم التجارية. ويضم قطاع التجزئة من عملوا فيه من قبل: «ABC» ديبارتمنت ستور، و«شلهوب»، و«السواني»، و«ربيعات»، و«جواد»، و«الحكير»، و«جيوردانو»، و«أباريل»، و«الشايح».







مركز ابن بطوطة للتسوق، دبي
Ibn Battuta Mall, Dubai



Photo eye

المتجر

مخرج الحريق
Fire Exit







From Corner Shops to Mega Malls

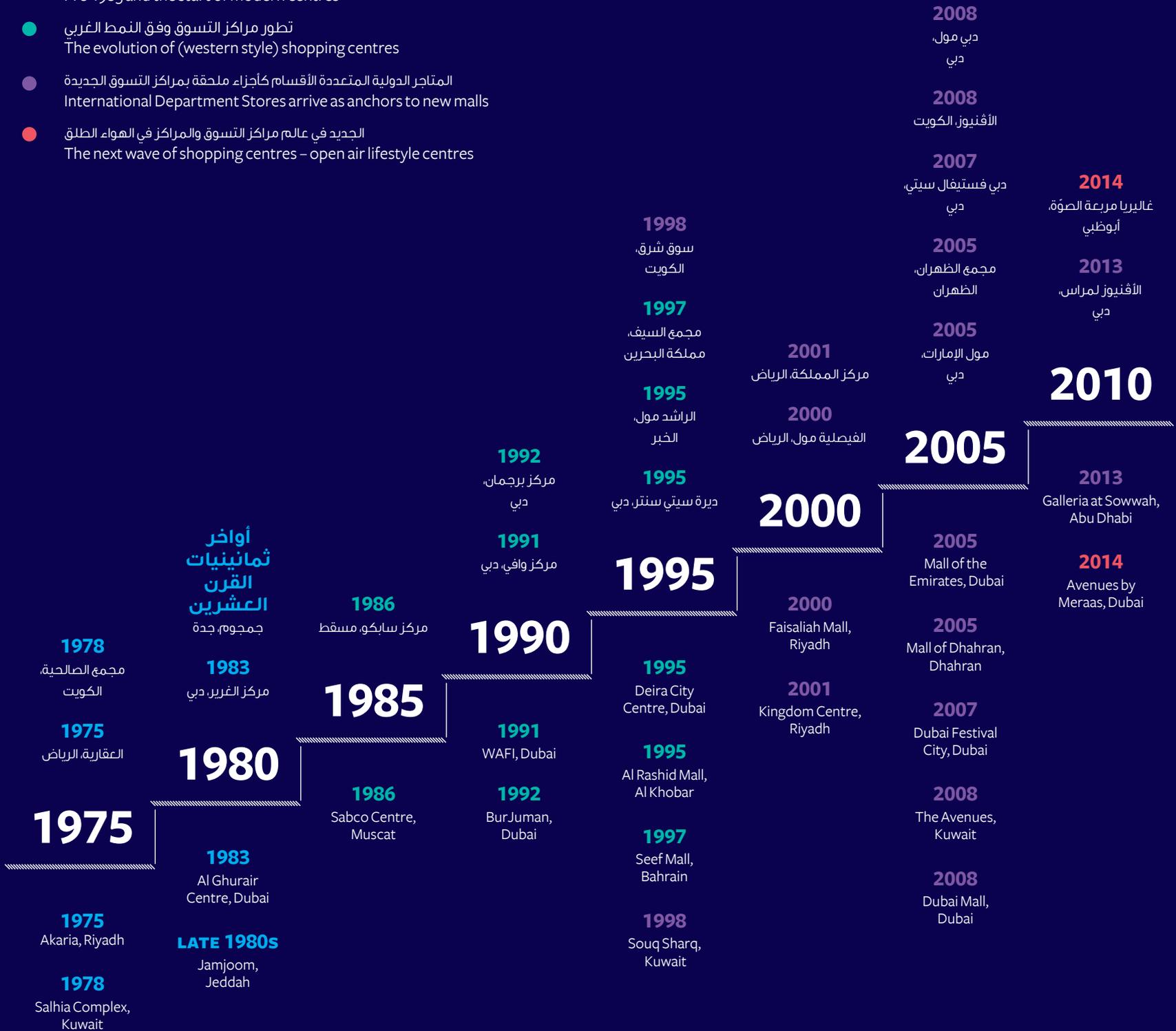
The retail landscape of the MENA region evolved significantly in just over three decades, and small independent retail stores and traditional souks have gradually been augmented by a vast array of shopping centres, western-style malls and super malls.

It was the opening of Al Ghurair Centre in Deira, Dubai, the first shopping mall in the Middle East, that started the transformation. While the earlier malls had stores offering a wide spectrum of consumer products, the larger stores into which they evolved provided even more choices for shoppers in the same shopping location. Eventually, the growing and opulent consumer class in the region was offered more and more shopping opportunities in specialized malls hosting luxury and high-end international brands. The latest trend today is to construct malls that are developed as family entertainment and all-under-one-roof leisure destinations featuring food courts, cinemas, supermarkets/hypermarkets, hotels, an ice rink (Dubai Mall) and an indoor skiing facility (Mall of the Emirates).

الجدول الزمني لتطور خدمات سوق التجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: المراحل الرئيسية

RETAIL MARKET EVOLUTION TIMELINE IN THE MENA REGION: MILESTONES

- قبل عام 1985 وافتتاح المراكز الحديثة
Pre-1985 and the start of modern centres
- تطور مراكز التسوق وفق النمط الغربي
The evolution of (western style) shopping centres
- المتاجر الدولية المتعددة الأقسام كأجزاء ملحقة بمراكز التسوق الجديدة
International Department Stores arrive as anchors to new malls
- الجديد في عالم مراكز التسوق والمراكز في الهواء الطلق
The next wave of shopping centres – open air lifestyle centres



1



متاجر التجزئة المنتشرة في الطرقات

قبل تطور سوق التجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا - في أواخر سبعينيات وثمانينيات القرن العشرين - إلى بيئات تسوق أكثر تطوراً وتنظيماً، كانت متاجر التجزئة المنتشرة في الطرقات الخيار الأمثل لتجار التجزئة، تماماً كما في أي مكان آخر من العالم. وعبر السنوات، انتقلت بعض المتاجر التي كانت شركات تجزئة محلية وعالمية كبرى تشغلها، إلى مراكز التسوق الجديدة. وشكلت هذه المراكز فرصة لشركات التجزئة لزيادة مبيعاتها وتوسيع تجارتها.

Street-Front Retail

Before the MENA retail market evolved - starting from the late 1970s and 1980s - into more sophisticated and elaborate shopping centre environments, street-front retail was the preferred choice for retailers, as was the case elsewhere in world.

Over the years some street-front locations, occupied by major local and international retailers, moved into the new shopping centres. These centres demonstrated an opportunity for retailers to increase their sales and expand trade.

2

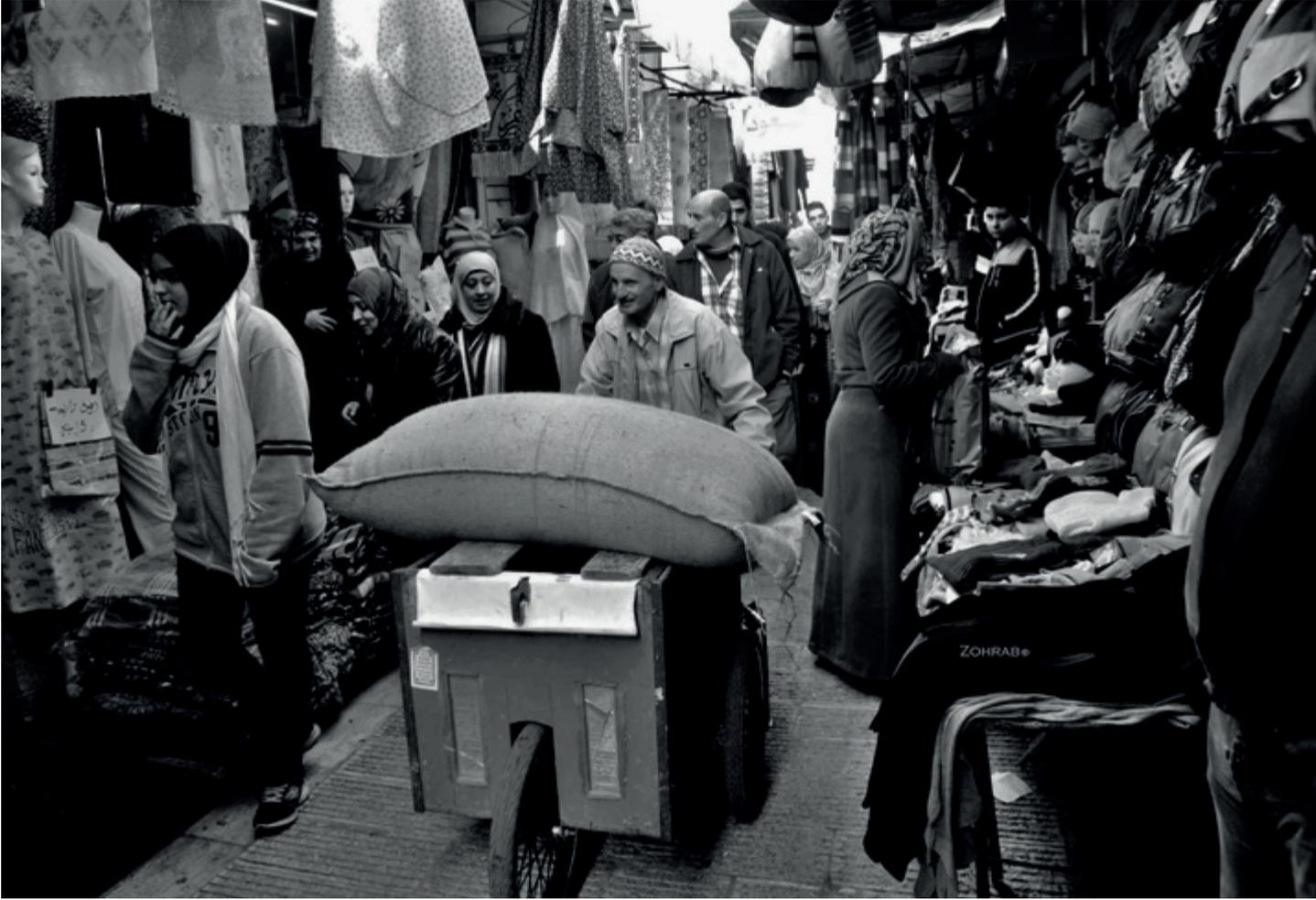


1 أول متجر لجاشنمال في البصرة، العراق
First Jashanmal store, Basra

2 مركزير (رعاية الأمومة)، دبي
Mothercare, Dubai



3



- 1 سوق المقيبيرة والمدخل إلى سوق
سعود بن عبد الله، الرياض، 1954
Al Moqbebrah market and entrance to
Saud bin Abdullah market, Riyadh, 1954
- 2 السوق القديمة، القدس
Old Souk, Jerusalem
- 3 السوق، عمان
Souk, Amman



السوق القديمة، القدس
Old Souk, Jerusalem



السوق

السوق عبارة عن مكان في الهواء الطلق مخصص للتجارة يتضمن عادة أكشاكاً أو متاجر فيها سلع مقسمة إلى فئات ومرتبطة ضمن ممرات. ومن المتعارف عليه قديماً أن السفن كانت تفرغ حمولتها من البضائع والسلع التي كانت تتداول في الأسواق القريبة. واليوم، إلى جانب البهارات والحريز والخطوط، تباع الأسواق مجموعة واسعة من السلع من بينها الأجهزة الإلكترونية، الملابس، الأدوات المنزلية والهدايا التذكارية، إضافة إلى الفضة التقليدية، وأواني القهوة المصنوعة من النحاس، والسجاد المستورد من بلدان مختلفة، والبخور، والعود، والمجوهرات. وفي بلدان منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، ما زالت الأسواق تمثل تجربة فريدة وأصيلة للتسوق. واليوم، تجمع هذه الأسواق التي تركز على السياح، بين المشاهد الرائعة الالافتة للتاريخ العربي والحداثة المعاصرة. وقد سبقت الأسواق العربية أوروبا وأميركا الشمالية في بناء مراكز للتسوق بوقت طويل، التي بنيت على أساس جمع السلع المباعة بالتجزئة في أقسام مكيفة، والتي تم بناؤها وفق حياة المجتمع في السوق قديماً، حيث ارتأى التجار المحليون وتجار التجزئة العالميون أن عدد المستهلكين يزداد في بيئة يفهمونها.

The Souk

'Souk' is Arabic for marketplace. It is an open-air market, and a place of trade, typically comprised of connected stalls or shops with goods arranged in categories by lanes. The souk was also the warehousing area for many goods in each village, town or city. Historically, sailing ships would offload their cargo and the goods would be haggled over in the nearby souks.

Today, alongside spices, silks and perfumes, souks sell a wide range of goods, including electronic equipment, clothing, household items and souvenirs, as well as traditional silver, brass coffee pots, carpets exported from different countries, incense, oud and jewellery.

In the countries of the MENA region souks are still a unique and authentic experience for shopping. Now significantly geared towards tourists, they offer a remarkable glimpse of Arabic history merged with modern-day sophistication.

Souks established the credibility of clustering retail into air-conditioned precincts – well before Europe and North America had shopping centres. The early shopping centres were built around the idea of the good old days of community life in the souk, and the local merchants as well as international retailers saw potential customer traffic in an environment they understood.

باتت اليوم السوق الحديثة في حي الحبوس في الدار البيضاء بالمغرب، التي بناها الفرنسيون في ثلاثينيات القرن العشرين، السوق الجديدة للدار البيضاء التي تضم العديد من المتاجر والمحال والتي تعرض شتى أنواع السلع للسياح والمواطنين المحليين على حد سواء وتقيم المزادات على قطع السجاد القديمة.

The modern market in the Habous Quarter in Casablanca, Morocco, built by the French in the 1930s, is now the new market of Casablanca with an old-fashioned carpet auction and numerous shops and stores selling all manner of goods for tourists and local citizens alike.



في سلطنة عُمان، خارج العاصمة مسقط، تعتبر المتاجر الحديثة محدودة. وإلى يومنا هذا، لا تزال المتاجر والأسواق التقليدية تلقى إقبالا كبيرا وتحظى بشعبية واسعة.

In Oman, outside of the capital Muscat, modern retail opportunities are limited. Even today traditional stores and souks remain very popular.



في صنعاء في جمهورية اليمن، هنالك نحو ثلاثين سوقاً متخصصة ومتمركزة حول سوق الملح، وهي عبارة عن بلدة صغيرة داخل مدينة. وبنيت هذه الأسواق على النمط نفسه للأسواق المتخصصة العربية الإسلامية، وتضم في جنباتها سوقاً للأقمشة وسوقاً للبهارات وسوقاً للآلح اليمنية والعديد غيرها من السلع.

In Sana'a, Yemen, approximately thirty specialized souks are centred around Souk al Milh, a real town within a city. These markets are on the same model as the specialized Arab-Islamic souks and include the souk of fabrics, the souk of spices and the souk of Yemeni pearls.





تقع أغلبية أسواق دبي في منطقتي ديرة وبر دبي اللتين يفصل بينهما الخور. ويمكن للمتسوقين زيارة هذه الأسواق والتنقل بواسطة مراكب العبرة.

Dubai souks are located predominantly in Deira and Bur Dubai. The two areas are separated by the Dubai Creek. Shoppers can hop onto the *abras* if they want to visit souks on the other side of the Creek.



باتت سوق واقف اليوم أقدم سوق في الدوحة عاصمة قطر، واحدة من أجمل الأسواق وأكثرها أصالة في منطقة الخليج. وقد خضعت للتجديد في عام 2004 باعتماد طرق ومواد بناء تقليدية.

Doha's oldest market, Souk Waqif is now one of the most beautiful and authentic modern souks in the Gulf. It was renovated in 2004 using traditional building methods and materials.



في سوق خان الخليلي في الحي الإسلامي في القاهرة، يتجول السياح بين المتاجر الصغيرة في ممرات ضيقة بحثاً عن الهدايا التذكارية، في حين يستطيع المصريون شراء أي شيء من المنتجات ابتداء من شبكات صيد الأسماك إلى القدور وأواني الطهي. ولا تزال العديد من المشاغل التقليدية تعمل في المنطقة المحيطة.

In the Khan el-Khalili souk in the Islamic district of Cairo, tourists stroll through closet-sized emporia in narrow alleys in search of souvenirs while Egyptians can purchase everything from fishing nets to pots and pans. Many traditional workshops also continue to operate in the surrounding area.



سوق البهار مركز تجاري عربي يتميز بهندسة السوق التقليدية القائمة على الدهاليز الحجرية الطبيعية والقناطر العالية والإضاءة الخافتة، وتنتشر فيه متاجر تعرض المنتجات التقليدية العربية. وتجمع هذه السوق الحديثة بصورة حيوية بين تجربة تناول الطعام في المطاعم المطلة على المياه، والتسوق وخدمات التجزئة الترفيهية. من خلال أكثر من 130 متجرًا ومطعمًا ومقهى ووردة واسعة، تقع في منطقة وسط دبي المتاخمة لدبي مول.

Souk Al Bahar is an Arabesque shopping mall characterized by a traditional souk architecture of natural stone corridors, high archways and subdued lighting, with boutique shops showcasing the Arabian heritage. This modern souk is a vibrant mix of waterside dining, shopping, leisure and entertainment retail, comprising over 130 shops, restaurants, cafés and lounges located in Downtown Dubai, adjacent to the Dubai Mall.



السوق الحديثة THE MODERN SOUK

شكّلت السوق جزءاً لا يتجزأ من الحياة العربية طوال قرون، إذ توفرت في كل مدينة رئيسية. وخلال الأعوام الأخيرة، تم تجديد بعض الأسواق على النمط القديم، وباتت مغلقة ومكيفة. وتمتاز الأسواق بالجمع بين الهندسة الإسلامية الحديثة والتقليدية. كما تضم مزيجاً من المنتجات التقليدية والحديثة لأفضل العلامات التجارية المحلية، في انصهار حيوي بين الماضي والحاضر. وتعد سوق مدينة جميرا وسوق البحار في دبي، وسوق قرية البري والسوق المركزية في أبوظبي، وسوق باب البحرين في المنامة من أكثر الأسواق حداثة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وتعتمد هذه الأماكن على تشجيع الحرفيين المحليين لعرض أعمالهم واستعادة سحر منطقة الشرق الأوسط.

The souk has been an integral part of Arabian life for centuries; every major city has one. In recent years, some have been renovated in the 'old' style, enclosed and cooled by air-conditioning; they are remarkable for their blend of modern and traditional Islamic architecture. They offer a mixture of both traditional and modern products by the best local names, a vibrant fusion of past and present.

Souk Madinat Jumeirah and Souk Al Bahar in Dubai, Souk at Qaryat Al Beri and The Souk at Central Market in Abu Dhabi; and Souk Bab Al Bahrain in Manama are just a few of the more modern souks in the MENA region. These places encourage the works of local artisans and evoke the magic of the Middle East.

تعد سوق قرية البري في أبوظبي نسخة عصرية من الهندسة المعمارية تمزج بين أصالة الطابع العربي التقليدي ورونق مدينة البندقية. وتضم هذه السوق مجموعة واسعة من المتاجر التي تعرض العديد من العلامات التجارية المحلية والعالمية إلى جانب المطاعم والمقاهي التي توفر فرصة تناول الطعام في أجواء ساحرة تتضمن إطلالات خلابة على قنوات مائية في الهواء الطلق في محيط هندسي جميل.

Souk at Qaryat Al Beri, in Abu Dhabi, is a contemporary adaptation of a typical Arabian market, home to local and international retail brands, coffee shops and a diverse range of restaurants. The souk has meandering man-made canals and the stunning waterside complex offers alfresco dining in beautiful architectural surroundings.



1



2

3



- 1 سوق شرق، الكويت
Souk Sharq, Kuwait City
- 2 باب البحرين، المنامة
Bab Al Bahrain, Manama
- 3 أسواق بيروت (السوليدير)، لبنان
The Beirut Souks (Solidere), Beirut



تجمع الأسواق الحديثة بين وسائل الراحة المعاصرة
وأصول الضيافة العربية التقليدية. سوق مدينة جميرا، دبي

In the modern souks the comforts of modern
life are combined with the old custom of Arabian
hospitality. Souk Madinat Jumeirah, Dubai



بني مجمع العرب المملوك لمجموعة الحكير السعودية والذي تُشرف على تشغيله شركة المراكز العربية، في مدينة 6 أكتوبر في العاصمة المصرية القاهرة. وعلى الرغم من بنائه في فترة مليئة بالصعوبات والتحديات إلا أن المجمع حقق نجاحاً منقطع النظير.

Saudi-based Al Hokair Group has developed, owned and operated Mall of Arabia by Arabian Centres Real Estate, located in the 6th of October City in Cairo, Egypt. Having been established during challenging times in Cairo, Mall of Arabia is successful by every measure.



يعد مركز المارينا الذي تملكه وتدير عملياته التشغيلية وتعمل على تطويره شركة الاستثمارات الوطنية في إمارة أبوظبي أحد أهم المعالم، ويواصل المركز الذي افتتح في عام 2001 سيطرته على سوق التجزئة، حيث يضم أكثر من 400 متجر للبيع بالتجزئة

Owned, developed and operated by National Investment Corporation, Marina Mall is a landmark shopping centre in Abu Dhabi, UAE, opened in 2001. With more than 400 retailers, Marina Mall continues to dominate the Abu Dhabi retail market.



يمثل «رد سي مول» الذي يقع في الضاحية الشمالية من جدة في المملكة العربية السعودية والمملوك لشركة أسواق البحر الأحمر، من أحدث المراكز التجارية التي تعمل على استقطاب علامات تجارية جديدة، وتتولى شركة ائتماء للخدمات العقارية عمليات تأجير وتشغيل هذا المركز الذي تبلغ مساحته نحو 1.2 مليون قدم مربع والذي يضم أكثر من 450 متجراً للبيع بالتجزئة إلى جانب التخطيط لبناء فندق آخر إضافة إلى الفندق القائم حالياً.

Developed and owned by Red Sea Markets Company (SEDCO), Red Sea Mall dominates the retail trade area of north Jeddah in Saudi Arabia. Intimaa Real Estate handles the leasing of this 1.2 million square-foot centre which boasts over 450 retailers. With a hotel and another one planned, Red Sea Mall continually updates the retailer mix with fresh and relevant attractions.





افتتحت مجموعة الحكير مجمع العرب التابع لشركة المراكز العربية في جدة في المملكة العربية السعودية في عام 2008. ويضم هذا المركز البالغ مساحته 1.2 مليون قدم مربع أكثر من 300 متجر، بالإضافة إلى «سنو فيلدج» متنزه الترفيه المجدد و«كيدزانيا» ما يجعل من مجمع العرب الوجهة الأولى للترفيه العائلي.

Mall of Arabia by Arabian Centres Real Estate in Jeddah, Saudi Arabia was launched in 2008 by Al Hokair Group. This landmark 1.2 million square-foot shopping centre features over 300 shops, including a Snow Village and KidZania.



شيد بانوراما مول في عام 2010 في الرياض في المملكة العربية السعودية، ويمتد على شارع التحلية المشهور بمتاجر البيع بالتجزئة. ويعتبر بانوراما مول المملوك لشركة أسواق المستقبل والمؤجر لشركة هامات العقارية، مركز تسوق متميزاً بسقفه الحمراء اللون، ويضم مجموعة كبيرة من متاجر البيع بالتجزئة.

Panorama Mall was established in 2010 in Riyadh, Saudi Arabia and is part of the popular retail destination, Tahlia Street. Owned by Aswaq Al Mostaqbal and leased by Hamat Property Company, Panorama Mall is distinctive in Riyadh with its red-coloured roof and strong retailer mix.



بعد روشان مول الذي تطوره وتولى إدارته شركة كنان الدولية من أبرز المراكز التجارية في شمال جدة في المملكة العربية السعودية، ويستمر روشان مول الذي افتتح في عام 2007، ومع توفيره مساحات واسعة لاصطفاف السيارات وسهولة الوصول إليه، في جذب جميع فئات المجتمع لقضاء احتياجاتهم.

Developed, owned, leased and managed by Kinan International, Roshan Mall is a popular community mall located in affluent North Jeddah in Saudi Arabia. Opened in 2006, Roshan Mall continues to attract a large footfall with easy access and a large parking space.



يعد مركز الجمجوم التجاري الذي بات اليوم معلماً تاريخياً، من أول مراكز التسوق في جدة. وقد شيدت هذا المركز مجموعة جمجوم في أواخر ثمانينيات القرن العشرين. وعلى الرغم من أن مركز الجمجوم التجاري شهد عصره الذهبي في أواسط تسعينيات القرن العشرين وبداية الألفية الجديدة إلا أنه ما زال من مراكز التسوق المشهورة في المنطقة. وقد شُيد المركز التجاري المؤلف من طابقين من الزجاج والكروم باللون الأزرق. إضافة إلى العديد من الطوابق المخصصة للمكاتب والشقق السكنية إلى جانب سوبرماركت كبيرة ومطعماً شعبي. ويقع هذا المركز قبالة كورنيش المدينة الخلاب.

Now considered a historical landmark, being one of the first shopping centres in Jeddah, the Jamjoom Centre was built in the late 1980s by the Jamjoom Group. The Jamjoom Commercial Centre is a well-known mall in the region, although its golden age was in the mid-1990s and first years in the new millennium. It is a distinctive blue, glass and chrome complex located just off the city's scenic corniche. This centre houses a two-storey shopping mall and several additional floors of offices and apartments, a large gourmet supermarket and a popular restaurant.

المركز الحديث

شهدت أواخر السبعينيات وبداية الثمانينيات من القرن العشرين بداية مراكز التسوق الحديثة. ومثلت هذه التطورات الأولى انتقالاً سلساً للأسواق التقليدية إلى مراكز للتسوق فائقة الحداثة. وقد تضمنت تلك المراكز الأولى التي كانت نسخة عن السوق التقليدية متاجر صغيرة والعديد من الأزقة، مساحات مكيّفة ومغلقة تعكس توجهات قطاع البيع بالتجزئة.

ومن الرواد في قطاع مراكز التسوق في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا «العقارية» في الرياض، ومجمع الصالحية في الكويت، و«الجمجوم» في جدة، ومركز الغرير في دبي. ومنذ أواخر سبعينيات القرن العشرين وحتى يومنا هذا، جسدت مراكز التسوق هذه تطوراً في التسوق والتطوير العقاري، بعدما أعادت ابتكار توجهات السوق الجديدة وتكيفت معها.



The Modern Centre

The late 1970s and early 1980s saw the start of modern shopping centres. These early developments were a bridge from a souq environment to a shopping centre environment. In many ways a replica of a souk – featuring almost all small stores and multiple alleys – these original centres had the benefit of air-conditioned space and became the proof of concept for enclosed retail space.

Some of the pioneers in the shopping mall industry in the MENA region were Al Akaria in Riyadh, the Salhia Complex in Kuwait, Jamjoom in Jeddah and the Al Ghurair Centre in Dubai. From the late 1970s through to the current day, these malls have continuously exhibited shopping and property development know-how, having reinvented and adapted to new market trends and to local sensitivities.

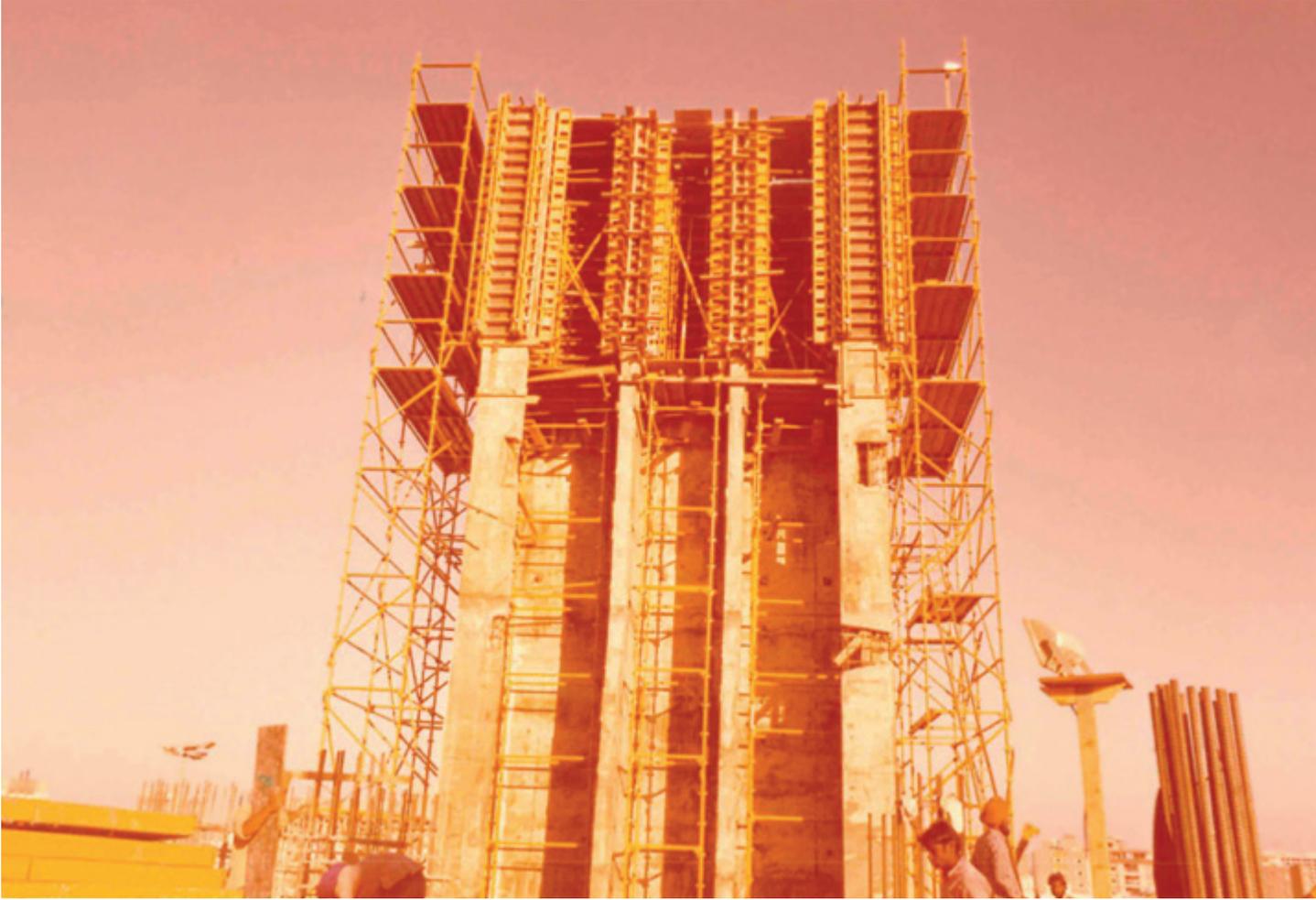


أول مركز تسوق حديث THE FIRST MODERN MALL

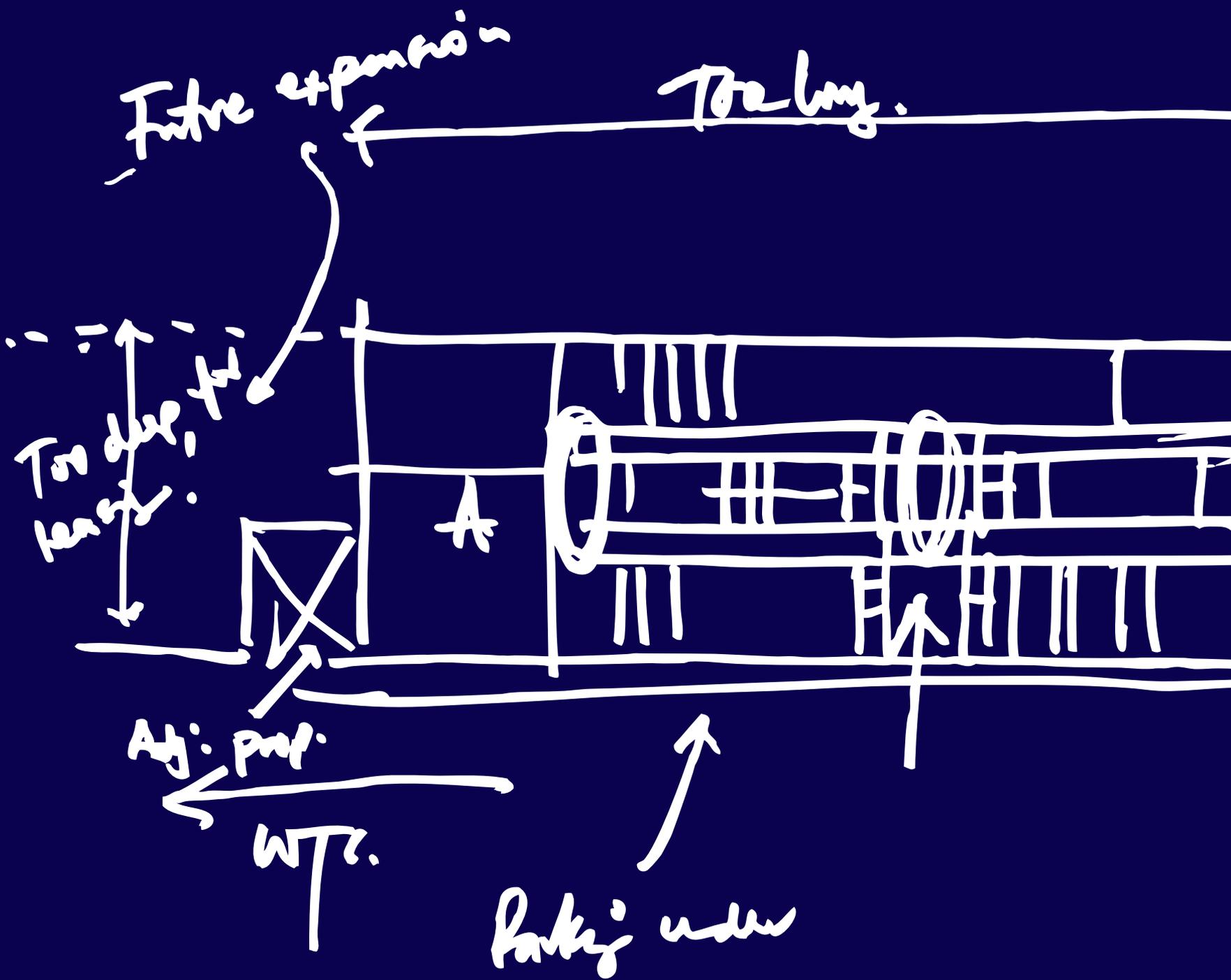
شكل افتتاح مركز الغرير في عام 1983 انطلاقة دبي كوجهة تسوق عالمية، وذلك لتلبية احتياجات السكان الممتزجين والأعداد المتنامية من السياح مع بروز إمارة دبي في مجال التجزئة عالمياً. وكان مركز الغرير أول مشروع مركز تسوق حديث في منطقة الشرق الأوسط، ووجهة أساسية للتسوق في قطاع التجزئة الإقليمي، مع توفيره العديد من تجارب الترفيه والتسوق المبتكرة تحت سقف واحد.

The launch of Al Ghurair Centre in 1983 marked the beginning of Dubai as a world-class shopping destination, answering the needs of the burgeoning population, as well as of the increasing number of tourists as Dubai rose to prominence in the international retail arena. Al Ghurair was the first modern shopping mall project of its kind in the Middle East. A pioneer in the regional retail business as one of its top shopping destinations, Al Ghurair Centre offers many innovative entertainment and shopping experiences under one roof.

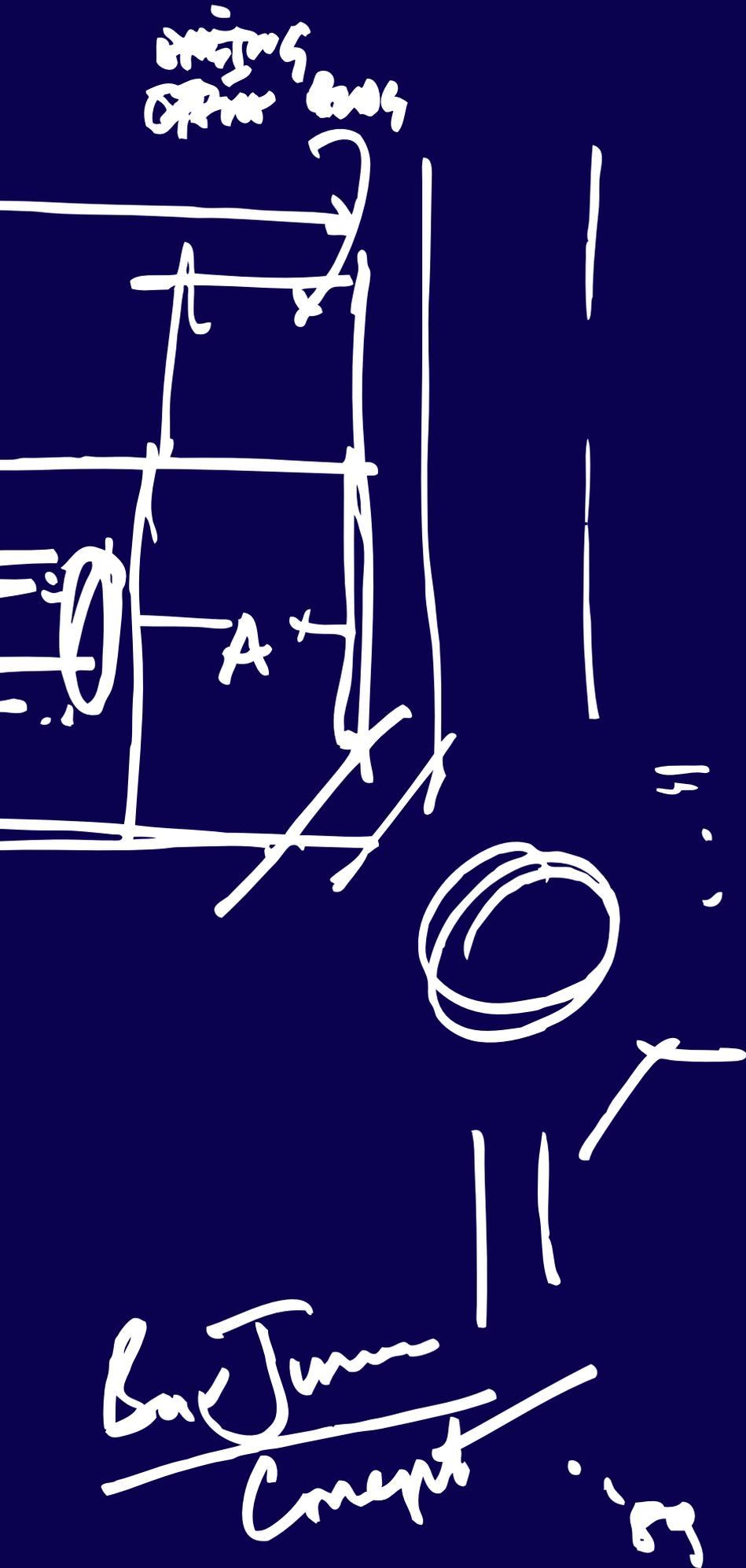
2



- 1 مركز الغرير، 2014
Al Ghurair Centre, 2014
- 2 عمليات بناء مركز الغرير، أواخر سبعينيات القرن العشرين
Al Ghurair Centre construction, late 1970s



R. Higgins



كانت أوروبا على الأرجح المصدر الذي استوحيت منه مراكز التسوق قبل عام 1990، حيث كانت بطبيعتها ذات أحجار كبيرة تطلبت إنشاء العديد من الممرات، مع تقديم مفهوم مبتكر للاستخدام المزدوج، ومع مكاتب أو شقق سكنية تعلو وحدات البيع بالتجزئة. غير أن مراكز التسوق الأولى كما نعرفها جاءت من أميركا الشمالية التي صممت من قبل المهندسين المعماريين من الولايات المتحدة مثل روي هيجز (أول رسم له لمركز برجمان - الصورة إلى اليسار). وكان الجيل الأول من مديري المراكز التجارية من كندا.

Europe was most likely the inspiration for the pre-1990 model of shopping malls, which were urban in nature – with large blocks that required multiple walkways – and often offered an early mixed-use concept, with offices or apartments above the retail units. But the early malls, as we know them, came from North America, conceived by US-based architects like Roy Higgs (left, his very first sketch of the BurJuman centre). The first wave of shopping centre managers came primarily from Canada.



ميركاتو دبي
Mercato Mall, Dubai



مركز التسوق

سمحت مراكز التسوق في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا قبل عام 1990 بتطوير مراكز وفق النمط الغربي قادرة على تلبية احتياجات تسوق أكثر تنوعاً وتقديم مجموعة واسعة من الفرص التجارية المحلية والعالمية.

وقد وفرت مراكز وافي للتسوق وبرجمان وديرة سيتي سنتر في دبي، ومركز سابكو في مسقط، ومركز الراشد في الخبر، ومجمع السيف في البحرين، بيئات مناسبة لتجار البيع بالتجزئة بمفهوم مختلف، حيث ضمت مجموعة من المتاجر وخدمات التجزئة تولى تصميمها وتطويرها وصيانتها وحدات متخصصة في شركات إدارة منفصلة. وأدى المطورون دور الوسيط لتسهيل وصول شركات التجزئة الدولية إلى الأسواق التي سيطر عليها تجار التجزئة المحليون. وفي أواخر ثمانينيات وتسعينيات القرن العشرين، جذبت مراكز التسوق هذه التي شكلت نسخة حديثة عن الأسواق التاريخية، انتباه شركات قطاع التجزئة على غرار «ذي بودي شوب»، والجيل الأول من شركات التجزئة البريطانية مثل «مذكر كبير».

The Shopping Centre

The pre-1990 shopping centres in the MENA region led the way to the development of western-style shopping centres that would cater to a more diverse range of shopping needs and offer a wider array of local and international commercial opportunities.

Wafi, BurJuman and Deira City Centre in Dubai; Sabco Centre in Muscat; Al Rashid Mall in Al Khobar; and Seef Mall in Bahrain were built as recreational retail environments, a collection of independent retail stores and services, which were conceived, constructed and maintained by a separate management firm as a unit. The developers took on the role of intermediate parties to ease the access of international retailers into a market traditionally dominated by local retailers. In the late 1980s and 1990s these malls, a modern adaptation of the historical marketplace, attracted the attention of international retailers like Body Shop and the first wave of primarily UK retailers such as Mothercare.



كان مركز برجمان الذي افتتح في شارع المركز التجاري في دبي في عام 1993، مركز التسوق الرئيس الثاني في المنطقة بعد مدينة الغرير. وضمّ المجمع الذي خطته شركة الاستشارات الهندسية الأمريكية آي دي ديزاين ليكون تحفة فنية من خمس طبقات. وتحول «برجمان الجديد» بعد التوسعة الكبيرة التي افتتحت عام 2004، إلى أكثر من مجرد وجهة للتسوق، إذ باتت المساحة متعددة الاستعمالات التي تبلغ أكثر من 2.8 مليون قدم مربع تضم مجموعة كبيرة من أشهر العلامات التجارية العالمية، بما فيها متجر ساكس فيفث أفينيو الكبير.

The BurJuman Centre opened on the Trade Centre Road in Dubai in 1993, the second major shopping mall to be opened in the region after Al Ghurair City. Planned by American architectural consultants ID Design, the complex was conceived as a five-storey showpiece of modern architecture. 'The New BurJuman' – the large expansion that opened its doors in 2004 – made the mall more than a retail destination, comprising over 2.8 million square feet of mixed-use space featuring a huge range of top international and luxury brands, including anchor store Saks Fifth Avenue.



افتتح مركز الراشد في الخبر عام 1995، وبات منذ ذلك الحين معلماً من معالم المنطقة الشرقية. ويجمع المركز في تصميمه بين التراث العربي الإسلامي وأحدث التقنيات العالمية في البناء والإنجاز. وقد ارتكز تصميم المركز على أبحاث معمقة في القطاع تناولت أهم مراكز التسوق وأكبرها في الولايات المتحدة وأوروبا. وبعد الانتهاء من التوسعة الجديدة في الأعوام الأخيرة، أصبح يضم المركز أهم السلع والبضائع، وتحول إلى قرية حضرية وواحد من أكبر مراكز التسوق في المملكة العربية السعودية.

Rashid Mall in Al Khobar was inaugurated in 1995 and has since become a landmark of the Eastern Region. Combining Arab-Islamic architectural heritage with the latest international techniques in construction and processing, the design of the mall was based on extensive field research on the most important and largest shopping malls in the USA and Europe. After the completion of the new expansion in recent years, the mall has brought together many of the world's greatest brands, creating a metropolitan village and one of the largest and most sophisticated shopping malls in Saudi Arabia.



أول هيبيرماركت في مركز للتسوق THE FIRST HYPER-MARKET ANCHORED MALL

افتتح مركز ديرة سيتي سنتر، مركز التسوق الأول لمجموعة ماجد الفطيم، في عام 1995. وضم المركز هيبيرماركت كارفور، الذي أحدث مفهوماً جديداً في مجالات التسوق والتي تعد من الأفكار الجديدة في مجالات البيع بالتجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وأدت وجهة التسوق الكبيرة الحجم والمتعددة الاستعمال التي تضم متاجر للبيع بالتجزئة ومطاعم ومنشآت ترفيهية وفنادق إلى بزوغ مفهوم جديد للتسوق الشامل والترفيه. وقد شهد المركز عملية تطوير في عام 2011، ثم أعلن عن مشروع إعادة تطوير وتوسعة جديدة في عام 2013. ومن شأن مبادرات التوسعة هذه أن تعزز مكانة المركز كأحد أكثر مراكز التسوق شعبية في دبي وأبرز وجهة تسوق تابعة لمجموعة ماجد الفطيم. ويمثل ديرة سيتي سنتر اليوم واحداً من 11 مركزاً تحت مسمى سيتي سنتر التي توجد في عجمان، والإسكندرية والبحرين والقاهرة والفجيرة وبيروت ومردف (دبي) ومسقط والقرم (مسقط) وفي الشارقة. وجميعها تضم هيبيرماركت / سوبرماركت، وانضمت إليها مؤخراً العلامة التجارية الفرنسية الشهيرة «جيان» التي تملكها مجموعة كازينو وفوكوم البحرين.

Deira City Centre, the original flagship mall in the Majid Al Futtaim Properties portfolio, opened in 1995. DCC kick-started the concept of hypermarket-anchored malls with Carrefour, a new retail idea in the region that has become an enduring trend and virtually redefined the concept of malls for the MENA region. This first large-scale, mixed-use shopping destination created an international dimension for one-stop shopping and entertainment, complete with retail outlets, restaurants, entertainment facilities and a hotel.

The mall underwent a redevelopment in 2011, announced a new redevelopment project in 2013 and went on to introduce a brand new identity, showcasing the mall's purpose as a leading entertainment and shopping mall by Majid Al Futtaim.

Deira City Centre is now one of eleven City Centre malls; the others are located in Ajman, Alexandria, Bahrain, Cairo, Fujairah, Beirut, Mirdif (Dubai), Muscat, Qurum (Muscat) and Sharjah.

2



- 1 البحرين سيتي سنتر، المنامة
Bahrain City Centre, Manama
- 2 الفجيرة سيتي سنتر، الفجيرة
Fujairah City Centre, Fujairah



فتح مركز وافي الذي يعد من معالم الجذب الرئيسية في وافي سيتي أبوابه عام 1991، وهذا المركز عبارة عن مشروع تطوير متعدد الاستعمالات يتميز بطابع الفن المعماري المصري القديم حيث يتضمن متاجر عدة، ومدينة صغيرة للألعاب، وفندقاً، ومجموعة من المطاعم، إضافة إلى الشقق السكنية، وناد ليلي. ويعد مركز وافي الذي يتمتع بخصائص هندسية ضخمة من أقدم مراكز التسوق في دبي. وعلى مر السنوات، تمت توسعة المركز من خلال سلسلة من مشاريع إعادة التطوير، وبات يقدم اليوم مزيجاً لافتاً يتألف من نحو 300 متجر، إلى جانب عدد كبير من المرافق الصحية والمطاعم، والمرافق الترفيهية، إضافة إلى سوق خان مرجان التي تمتد تحت مركز وافي، في محاكاة لسوق من القرن الرابع عشر سحرت كل من يزور هذه السوق، التي تضم أكثر من 170 متجراً لحرفيين من مختلف أنحاء العالم العربي.

Opened in 1991, Wafi Mall is the main feature of Wafi City, a mixed-use development styled after Ancient Egypt that includes stores, a small theme park, a hotel, restaurants, residences and a nightclub. Wafi Mall is among the older malls of Dubai, with very elaborate and grand architectural features. Over the years Wafi has expanded through a series of redevelopment projects, and the site now offers an impressive combination of almost 300 retail outlets; an expansive range of health, dining and leisure facilities; and Souk Khan Murjan, the underground souk, a unique recreation of a fourteenth-century souk housing over 170 retail outlets for artisans and craftsmen from across the Arab world.



افتتح مجمع السيف في عام 1997. وبعد هذا المجمع المركز الأول في البحرين الذي صمّمته مجموعة راغلان اسكواير وشركائها بحسب النمط المعماري العربي «أرابيسك» ذي القباب الزجاجية، وواحدًا من المراكز الواقعة في الأحياء السكنية وأكبرها التي تشهد نمواً تجارياً متزايداً في مملكة البحرين. ويضم المركز مجموعة من أشهر العلامات التجارية العالمية والمقاهي والمطاعم، ومطاعم الوجبات السريعة، ودور السينما إلى جانب عدد من المرافق الترفيهية الراقية. كما يستقطب مجمع السيف عدداً كبيراً من مؤسسات الأعمال المحلية والدولية. ومع نهاية عام 2000، استقبل مجمع السيف أكثر من ستة ملايين زائر. وفي عام 2005 تم استكمال مشروع توسعة الجناح الغربي.

Opened in 1997, Seef Mall was the first traditional shopping mall in Bahrain. Designed by Raglan Squire and Partners in Arabesque style with glass domes, it is one of the fastest growing residential and commercial districts with one of the largest malls in the Kingdom of Bahrain. It offers an exotic variety of international retail brands, theme cafés and restaurants, fast food outlets, cinemas and outstanding entertainment facilities. Seef Mall attracts a high volume of business both from the local Arab population and from Western expatriates. By the end of 2000, Seef Mall had received over 6 million visitors and in 2005 its West Wing expansion was completed.





أسهمت كل من سلاسل المتاجر العالمية ونمط الحياة المتغير والتطور المستمر لنماذج التسوق والخيارات التي لا تعد ولا تحصى من المنتجات في انتشار مراكز التسوق والسوبرماركت في عالمنا العربي. الأقبوز، الكويت

International retail chains, changing lifestyles, evolving shopping patterns and wide product choices have fuelled the proliferation of shopping malls and supermarket formats. *The Avenues, Kuwait City*



شهد عام 2001 افتتاح مركز المملكة التجاري الذي يشكل جزءاً من مركز المملكة، ويعد هذا الأخير من أبرز مشاريع التطوير المتعدد الاستعمالات في الرياض، إذ يضم ناطحة سحاب تتألف من 99 طابقاً وفندق فورسيزونز الرياض. أما مركز المملكة التجاري فيتألف من خمسة طوابق ويضم أكثر من 160 متجراً مخصصاً لفئة الشباب وللنخبة من المتسوقين، ويقدم منتجات أوفر العلامات التجارية العالمية. ويعد كل من «دبنهامز» و«ساكس فيفث أفينيو» المتجرين الرئيسيين في المركز. هذا وقد تم تخصيص الطابق الثالث في المركز للنساء حصراً ويُعرف باسم «مملكة السيدات».

Part of the Kingdom Centre, a major mixed-use development in Riyadh that features an iconic 99-storey skyscraper and the Four Seasons Riyadh, the Al Mamlaka shopping mall opened in 2001. The Al Mamlaka shopping mall is a five-level shopping centre with more than 160 retail units aimed at young and affluent shoppers, featuring many international luxury brands. Debenhams and Saks Fifth Avenue are the mall's anchor tenants. The third floor of the mall, the Ladies Kingdom, is for female shoppers only.



يعد مركز الفيصلية التجاري واحداً من مراكز التسوق الأكثر شعبية في الرياض. ويضم هذا المركز 180 متجراً تعرض أفضل العلامات التجارية في العالم، إضافة إلى عدد كبير من المطاعم والمقاهي. وضعت تصميم هذا المركز مجموعة السير نورمان فوستر وشركاه وانتهت الأعمال فيه خلال عام 2000. ويشكل هذا المركز التجاري الذي سيخضع لعملية تجديد في وقت قريب، معلماً أساسياً في وسط مدينة الرياض. يقع مركز الفيصلية التجاري في حي العليا بالرياض الذي يعد من أهم مراكز الأعمال والتسوق والأبراج السكنية الراقية. ويضم متجر هارفي نكلز الفخيم الذي افتتح أول متاجره في المنطقة في الرياض عام 2000.

Al Faisaliah Mall is one of Riyadh's most popular shopping arcades with 180 stores selling an array of familiar luxury brands as well as food and beverage outlets. It was completed in 2000 and designed by Sir Norman Foster and Partners. Soon to undergo renovation, this mall forms an integral part of Riyadh's landmark centrepiece. Al Faisaliah Mall is positioned in the city's prestigious business and residential area, Olaya, which is Riyadh's main shopping strip. It is home to the upscale department store, Harvey Nichols. It boasts the first of the brand's international stores in the region, which set up shop in Riyadh in 2000.



افتتح سوق شرق الذي يعد من أهم المراكز التجارية في العاصمة الكويتية عام 1998. وقد تم تشييد هذا المركز الحديث على النمط المعماري الغربي في منطقة استضافت في السابق سوقاً تقليدية. ليكون المركز الأول من نوعه الذي يمتد على واجهة بحرية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وتضم هذه السوق مجموعة متنوعة من المتاجر تتراوح بين أشهر المحال وأفخمها وبوتيكات الموضة ومحال مصممي الأزياء، بالإضافة إلى عدد من المقاهي والمطاعم ودور السينما ومارينا تطل على مناظر خلابة ومرافق ترفيهية وسوق سمك تاريخية. وتعد سوق شرق من أبرز وجهات التسوق وأكثرها نجاحاً في المنطقة. وبشكل «دبهامز» و«مركز سلطان» اللذان يقعان عند طرفيها المتاجر الرئيسية في المركز.

Souk Sharq is a major shopping centre in Kuwait City, which first opened its doors to the world in 1998. This modern Western-style shopping mall was built in an area that originally hosted a traditional souk and was the first waterfront centre to be opened in the MENA region. With a wide variety of retail outlets, ranging from well-known high-street shops to chic boutiques and designer stores, as well as numerous cafés and restaurants, cinemas, a marina, recreational facilities and a historical fish market, the mall is one of the region's most successful shopping destinations.

2



متجر كبير في قلب مركز تجاري A LARGE DEPARTMENT STORE AS A MALL ANCHOR

«دينهامز» واحدة من شركات التجزئة البريطانية العريقة العاملة في قطاع الملابس وغيرها من السلع الاستهلاكية. وقد وخطت خطواتها الأولى نحو التوسع الدولي عام 1997، لتصبح وفي سابقة من نوعها، المتجر الأول الذي يفتح أبوابه كمتجر كبير أساسي في مركز تسوق في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وتمتلك مجموعة الشايح الكويتية حقوق الامتياز الخاصة بـ «دينهامز» في منطقة الشرق الأوسط، إلى جانب محفظة امتيازات دولية أخرى تحتوي نحو 40 علامة تجارية، مع حضور قوي في 13 بلداً. لا سيّما في منطقة الشرق الأوسط وأوروبا الشرقية. وشرع أول متجر لـ «دينهامز» أبوابه في البحرين عام 1997، فيما أصبح في عام 1998 المتجر الرئيس في قلب سوق شرق في الكويت.

One of the UK's longest continuously operating clothing and goods retailers, Debenhams, took the first steps toward an international presence in 1997 and was the first large department store to act as an anchor to a mall in the MENA region.

The Debenhams Middle East franchise is owned by the Kuwait-based Alshaya Group, which boasts an international franchise portfolio of about forty brands and has a strong presence in thirteen countries, including the Middle East and Eastern Europe. The first Debenhams franchise store was opened in Bahrain in 1997 and in 1998 the leading department store became the department store anchor for Souk Sharq, Kuwait.

- 1 سوق شرق، الكويت
Souk Sharq, Kuwait City
- 2 مردف سيتي سنتر، دبي
Mirdif City Centre, Dubai



المركز التجاري العالمي، أبوظبي
World Trade Center Mall, Abu Dhabi



مراكز التسوق الجديدة

على مرّ الأعوام، نجحت نماذج التجزئة الجديدة في تغيير معالم قطاع التجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، إذ استحوذت مراكز التسوق الكبيرة والهيبرماركت وسلاسل المتاجر المنظمة على الحصة الأكبر من السوق. وخلال العقد الأول من هذا القرن، سارع عدد من شركات التجزئة والعلامات التجارية العالمية على غرار «كارفور» و«جيان» و«دينهامز» و«ماركس أند سبنسر» و«بلومينغديلز» و«هارفي نيكلز» و«ساكس فيفت أفينيو» و«ويتروس» و«برادا» و«جيمي تشو» إلى افتتاح متاجر لها في المنطقة، بعدما أدركت القدرة الكبيرة لسوقها. وتعد اقتصادات منطقة الخليج بشكل خاص ملاذاً آمناً والوجهة المفضلة لدى المستثمرين لافتتاح المتاجر ولدى السياح بهدف التسوق. وللمحافظة على التنافسية في السوق، يتنافس المطورون على صعيد الحجم والجودة وسهولة الوصول إلى المتاجر وإدخال علامات تجارية جديدة إلى الساحة المحلية. وتضطلع المتاجر الرئيسية بدور مهم في مراكز التسوق الضخمة، وهذا ما يؤكد وصول «هاوس أوف فريزر» و«بلومينغديلز» أخيراً إلى أبوظبي. وقد افتتح أول متجر دولي قسماً رئيساً له داخل مركز تسوق جديد في عام 1998 في الكويت، وحذت حذوه بعد ذلك كل المتاجر الضخمة في المنطقة التي قررت الالتحاق آنذاك بمتجر دولي ضخم (أو متجرين في بعض الحالات)، ونذكر منها الفيصلية ومركز المملكة في الرياض، ومركز الراشد في الخبر، ومول الإمارات ودبي مول في دبي، والأفنيوز في الكويت، وبرجمان الجديد في دبي، ومجمّع السيف.

The New Malls

Over the years, new retail formats have transformed the MENA retail landscape, where large shopping malls, hypermarkets and organized retail chains have rapidly gained market share.

In the first decade of this century, many international retail companies and brands such as Carrefour, Géant, Debenhams, Marks & Spencer, Bloomingdale's, Harvey Nichols, Saks Fifth Avenue, Waitrose, Prada and Jimmy Choo set up shop in the region, having understood its vast market potential. In particular, the GCC economies are a safe haven and the favourite retail destination for investors as well as tourists. In order to be competitive in this arena, developers differentiate on scale, quality, accessibility and the introduction of new brands to the locality; anchor stores are especially important for the major malls, as demonstrated by the recent arrival of House of Fraser and Bloomingdale's in Abu Dhabi.

The first international department store to arrive as anchor to a new mall in 1998 was in Kuwait, followed by all the major regional speciality centres, which have since then been anchored by one, or in some cases two, international department stores: Al Faisaliah and Kingdom Mall in Riyadh, Al Rashid Mall in Al Khobar, Mall of the Emirates and Dubai Mall in Dubai, The Avenues in Kuwait, as well as New BurJuman in Dubai and Seef Mall.



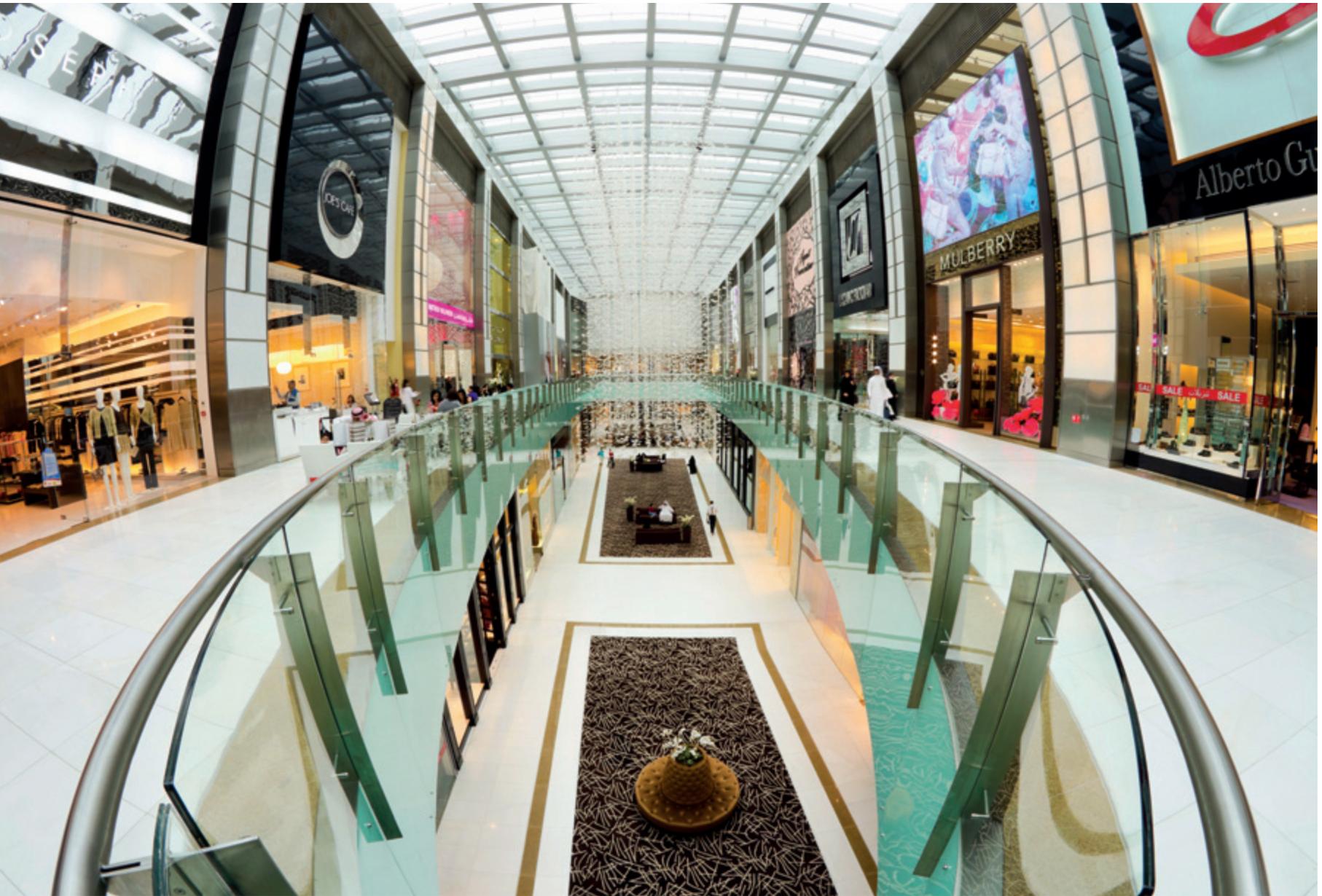
«الأفنيوز» واحد من أكبر مراكز التسوق في الكويت والعالم، الذي يضم أكثر من 850 متجرًا يقدم العلامات التجارية الراقية والفاخرة في العالم، و12 متجرًا ملحقاتاً مشهوراً عالمياً، من ضمنها أول هيبيرماركت كارفور في الكويت، وأكبر صالة عرض لمتجر إيكيا في المنطقة، ومتجر دبنهامز. وتم افتتاح المركز الذي صمّمته مجموعة NORR الاستشارية الدولية عام 2007، وقررت إجراء توسعته على أربع مراحل. وأطلق الأفنيوز مفهوم تجارب التسوق المميزة (فيرست أفنيو وسكند أفنيو وجراند أفنيو وبرستيج وذا مول وسوكو والسوق)، وقد استُمدت كل تصاميمها من مناظر المدينة الخلابة ومواقع المتاجر من شتى أنحاء العالم.

The Avenues in Kuwait is one of the largest in the world. It has over 850 stores featuring international high fashion and luxury brands, and twelve world-famous anchors, including the first Carrefour Hypermarket, the largest IKEA showroom in the region and Debenhams. The brainchild of NORR Consultants International, The Avenues was first opened in 2007. Its expansion has been divided into four phases. The Avenues introduced the concept of distinct shopping experiences (First Avenue, Second Avenue, Grand Avenue, Prestige, The Mall, Soku and The Souk), each taking its inspiration from iconic streetscapes and retail locations from around the world.

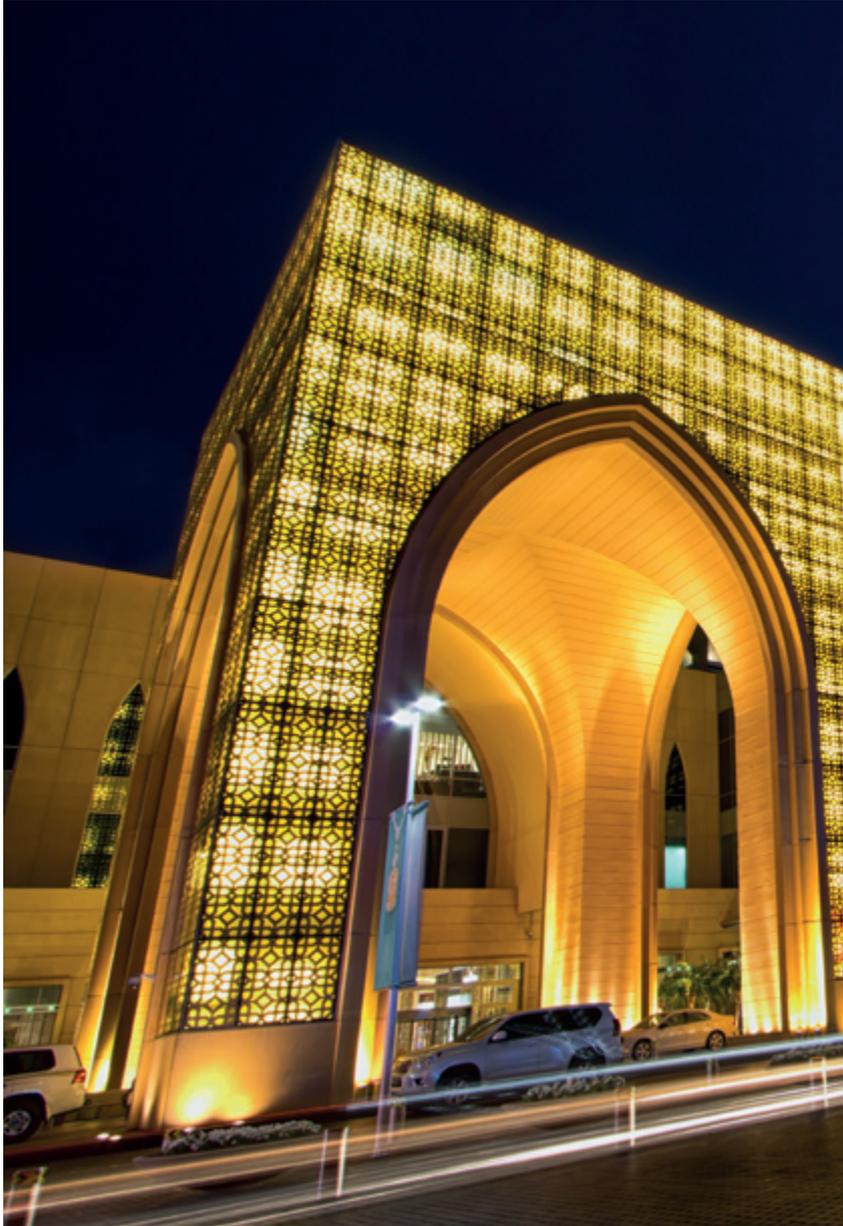


مول الإمارات أول منتج للتسوق والأنشطة الترفيهية في العالم. يتألف هذا المول الذي عملت مجموعة ماجد الفطيم العقارية في دبي على تطويره، من عدد كبير من الطوابق. وافتتحت أبوابه في عام 2005، ويضم أكثر من عشرة متاجر رئيسية تعرض أهم السلع الاستهلاكية التي تتراوح بين البقالة والأزياء الفاخرة والأدوات المنزلية والوسائل الترفيهية، بما في ذلك أكبر هيبيرماركت كارفور في الشرق الأوسط، وأكبر متجر هارفي نكلز خارج أراضي المملكة المتحدة، إضافة إلى «جاشنمال» الذي يعد المتجر الرائد في المنطقة. ويتضمن أيضاً «سكي دبي» أول منتج تزلج مغلق في منطقة الشرق الأوسط. وتتمحور معظم مشاريع التطوير في المركز حول العائلة، كما يتضمن مسرح دبي الاجتماعي ومركز الفنون. وقد انتهت أعمال المرحلة الأولى من التوسعة (قبة الأزياء) عام 2010. وفي عام 2013، أعلن مول الإمارات عن مرحلة التطوير 2015، وهي مشروع إعادة تطوير يجري تنفيذه في الوقت الراهن وتبلغ قيمته مليار درهم إماراتي.

The world's first shopping and leisure resort, the Mall of the Emirates is a multi-level shopping centre that was developed by Majid Al Futtaim Properties in Dubai and opened its doors in 2005. There are over ten anchor stores with goods ranging from grocery to luxury fashion and homewares to entertainment, including Carrefour's flagship store in the Middle East; the largest Harvey Nichols store outside of the UK; the pioneer of department stores in the Middle East, Jashanmal; and the first indoor ski resort in the Middle East, Ski Dubai. Many of the mall's developments are family-centric, and include the Dubai Community Theatre and Arts Centre (DUCTAC). The first expansion, the Fashion Dome, was completed in 2010. In 2013 Mall of the Emirates announced Evolution 2015, a multi-stage AED 1 billion redevelopment project which is underway in this world-leading shopping centre.



- 1 منصة الأزياء، دبي مول، دبي
Fashion Avenue, The Dubai Mall, Dubai
- 2 مدخل مول دبي، دبي
The Dubai Mall entrance, Dubai



أبرز وجهات التسوق في العالم THE MOST VISITED SUPER MALL

دبي مول أحد أبرز مراكز التسوق ووجهات الترفيه حول العالم، كما يعد من أكبر مراكز التسوق في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وتعتبر غاليري لافاييت و«بلومينغديلز» المتجرين الرئيسيين فيه. كذلك شقّت سلسلة متاجر المأكولات البريطانية «ويتروس» طريقها إلى منطقة الشرق الأوسط من خلال افتتاح السوبرماركت الأول لها في دبي مول. ضم المركز في بداياته في عام 2008 نحو 635 متجرًا، وشهد المزيد من الإقبال على مرّ السنين حتى وصل عددها اليوم إلى أكثر من 1200 متجر. ويقع دبي مول في قلب وسط مدينة دبي الشهير، التي تولت مجموعة إعمار لمراكز التسوق عملية تطويره. ويغفرد هذا المركز بتقديم خدمات تجرّئة متنوعة لا مثيل لها في العالم، من سلاسل المطاعم العالمية، ووجهات الترفيهية والترفيه بما فيها دبي أكواريوم وحديقة الحيوانات المائية، وليفل شو ديستريكت للأحذية (متجر تجرّئة يعرض أبرز ابتكارات مصممي الأحذية في العالم)، وركن الأزياء، ومركز الترفيه التعليمي كيدزانيا، وحلبة دبي الأولمبية للتزلج على الجليد، وملاهي سيغاريبيك الداخلية.

وفي عام 2012، استقطب دبي مول أكثر من 65 مليون زائر، ومن المتوقع أن يستقبل أكثر من 100 مليون زائر في السنة بعد افتتاح ممز المشاة الذي يربط بين مترو دبي ودبي مول، والانتهاء من أعمال مرحلة التوسعة الأولى (مليون قدم مربع) التي يجري تنفيذها حالياً.

The Dubai Mall is one of the world's largest shopping and entertainment destinations and one of the largest malls in the MENA region. Galeries Lafayette and Bloomingdale's are the two key anchor department stores. Waitrose, from the UK, makes its Middle East debut as the mall's supermarket.

Launched in 2008 with about 635 retailers, it currently features more than 1,200 stores. The Dubai Mall is located in the heart of the prestigious Downtown Dubai and was developed by Emaar Malls Group. The world's most visited shopping and leisure destination has an unparalleled retail mix, world-class dining; entertainment and leisure attractions including Dubai Aquarium & Underwater Zoo; Level Shoe District (an enormous designer shoe retail section); Fashion Avenue; 'edu-tainment' concept Kidzania; an Olympic-size Ice Rink; and indoor theme park SEGA Republic.

In 2012 The Dubai Mall attracted over 65 million visitors. The launch of the Dubai Metro pedestrian walkway to the mall and the first phase (1 million square-feet) of the expansion that is currently underway is paving the way for The Dubai Mall to welcome over 100 million visitors.

عندما فتح مجمع الظهران أبوابه في المملكة العربية السعودية عام 2005، وهو من مشاريع مراكز التسوق العربية التي تولت مجموعة فواز الحكير تنفيذها، شكّل أكبر مشروع تطوير مؤلف من طابق واحد في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. أما أبرز المتاجر الرئيسية فيه فهي سوبرماركت جيان ومتجر ماركس أند سبنسر.

When it opened in 2005, the Mall of Dhahran, in Saudi Arabia, one of the Arabian Centres projects by Fawaz Al Hokair Group, was the largest single-storey retail development project in the MENA region. Among the mall's anchor stores are Géant hypermarket and Marks & Spencer.



تم افتتاح موروكو مول في الدار البيضاء عام 2011، ويعد هذا المول الذي يستقبل 15 مليون زائر سنوياً الثاني من حيث الحجم في أفريقيا. ويضم هذا المركز الذي تولت عملية تصميمه مجموعة ديزاين إيترنال، أكثر من 300 متجر تزخر بنحو 600 علامة تجارية فاخرة، حيث شكّل غاليري لافاييت المتجر الملحق الرئيس فيه.

Morocco Mall, in Casablanca, opened in 2011. Currently the second largest shopping complex in Africa, it welcomes 15 million visitors a year. The brainchild of Design International, Morocco Mall features over 300 stores representing 600 luxury brand names, with Galeries Lafayette as its main anchor.



يقدم مسقط سيتي سنتر مجموعة واسعة ومتنوعة من المتاجر والمطاعم التي تحمل أبرز العلامات التجارية العالمية والمحلية. تم افتتاح هذا المركز عام 2001، ثم خضع لعملية توسعة كبرى عام 2007، ليتم الإعلان بعد ذلك في عام 2013 عن مرحلة إعادة تطوير جديدة. ومن أبرز المتاجر الرئيسية في هذا المركز هيبيرماركت كارفور ومركز الترفيه العائلي ماجيك بلانيت.

Muscat City Centre offers a range of popular shopping and dining options with international and local brands. Opened in 2001, the mall underwent a major expansion in 2007. In 2013, a second redevelopment was announced. The mall is anchored by a Carrefour hypermarket and a Magic Planet family entertainment centre.





«فيلاجيو» مركز تسوق مبني على النمط العمراني الإيطالي يقع في غرب مدينة الدوحة في قطر، وهو واحد من أكبر مراكز التسوق فيها حيث يتخطى عدد المتاجر فيه الـ 220 متجرًا. وشهد المركز الذي افتتح عام 2006، عمليات توسعة، لا سيما إضافة حديقة الألعاب الداخلية «جونولينا» التي تشكل الجزء الأخير منه. وتعد كل من «كارفور» و«ماركس أند سبنسر» و«فيرجن ميغاستور» من المتاجر الرئيسية فيه.

Villaggio Mall is an Italian-themed shopping mall in the west end of Doha, Qatar, and one of the largest with over 220 stores. Launched in 2006, the mall has since undergone expansions, including the most recent addition, the indoor Gondolania Theme Park. Carrefour, Marks & Spencer and Virgin Megastore are the main anchor stores in the mall.



تم افتتاح كايرو فستيفال سيتي مول عام 2014 في القاهرة الجديدة، وهو جزء من المشروع الثاني الضخم الذي تتولى مجموعة الفطيم العقارية في مصر تنفيذه. ويضم مركز التسوق الإقليمي الضخم هذا العديد من المتاجر الرئيسية، منها متجر إيكيا الذي يمتد على مساحة 355 ألف قدم مربع، وهيبيرماركت كارفور، و«دينهامز».

Cairo Festival City Mall opened in New Cairo in 2014, part of the second fully integrated mega project by Al Futtaim Group Real Estate Egypt. This super-regional shopping mall features a 355,000 square-foot flagship IKEA store, hypermarket Carrefour, and Debenhams as anchor tenants, among others.



بعد دبي فستيفال سيتي من أكثر مراكز التسوق شعبية في دبي لما يضم من مرافق للترفيه والتسلية ومكاتبه كوجهة مرموقة للأعمال على الواجهة البحرية. وقد جرى افتتاح المرحلة الأولى منه عام 2007. ويضم المول عشرة متاجر رئيسية، منها «فيتنس فيرست» و«إيكيا» و«بلاج إنتر». وتتولى مجموعة زاس/كيفرلي أند بارتنر تنفيذ مشروع الجناح الفاخر الجديد في دبي فستيفال سيتي مول ويحمل اسم «ذا كوليكتشن».

Dubai Festival City Mall is one of Dubai's most popular shopping, leisure, entertainment and business waterfront destinations. Its first phase opened in 2007. The ten anchor stores include Fitness First, IKEA, Hyper Panda and Plug Ins. The mall's new luxury extension, The Collection at Festival Centre, is led by the architectural team of ZAS/Kieferle & Partner.



2



التسوق... محور المجتمع في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

SHOPPING: THE FABRIC OF SOCIETY IN THE MENA REGION

لا تقتصر خدمات مراكز التسوق في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا على تقديم أفضل خيارات التسوق، بل تولي أيضاً اهتماماً كبيراً للأنشطة الترفيهية، لا سيما أن المستهلك يتطلع أكثر فأكثر إلى أفكار جديدة ومبتكرة. لذلك أعادت ثقافة التجربة تحديد الأطر الاجتماعية في المدن تدريجياً، فالنمو ثابت ولا مفر منه. وأصبحت عملية إعادة التحديد هذه واسعة الانتشار في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وقد حذت عدد من الدول حذو إمارة دبي على شتى المستويات، بما فيها قطاع التجربة.

ويعكس النسيج الحضري في مراكز التسوق مجموعة من الاستخدامات التي تبقى مراكز التسوق مفعمة بالحياة ليل نهار. وتشكل مراكز التسوق في منطقة الخليج إحدى الوجهات المفضلة للتفاعل الاجتماعي ومحوراً في حياة الناس اليومية، مع تسجيل أعلى معدل ساعات يومي تتم تضيئته في مراكز التسوق مقابل أي بلد آخر في العالم (ثمان ساعات). فالمستهلك أصبح متشبعاً بثقافة مراكز التسوق، وبعد توفر خيارات واسعة من أنشطة الترفيه والمطاعم والمقاهي في أي مركز تجاري من الأسباب المباشرة لنجاح بيئته التجارية.

In the MENA region malls tend to be a place for entertainment and recreation, rather than just shopping. With consumers looking for constant innovation, retail culture has gradually redefined the social contours of the cities - development is constant and inevitable. This progressive reconfiguration is becoming a widespread trend throughout the MENA region, a sort of 'Dubalization' fuelling the ambition to modernize in several countries at different levels, including the retail market.

The urban fabric of the malls reflects a range of uses, bringing the mall to life throughout the day and night. The GCC malls are one of the preferred avenues for social interaction and a focal point in people's everyday lives, with a higher daily average of hours spent in a mall than in any other country in the world (eight hours). Consumers are immersed in an established mall culture. The entertainment and F&B opportunities in a mall can be direct reasons for a successful trading environment.

- 1 مركز للتسوق في الهواء الطلق، مراكش
Outdoor shopping centre, Marrakech
- 2 جانب من المطاعم المنتشرة في دبي مول، دبي
Restaurants, The Dubai Mall, Dubai





بحسب بعض الخبراء، تهدف مشاريع التطوير العقارية في قطاع التجزئة إلى تحقيق المزيج الصحيح بين سلاسل المطاعم وأنشطة الترفيه ودور السينما، لأنها تشكل الصيغة المناسبة لنجاح مراكز التسوق. ويجري حالياً تصميم مراكز التسوق مع أخذ هذه الصيغة في الاعتبار من أجل استقطاب أكبر عدد من المستهلكين إلى مراكز التسوق، وإطالة فترة بقائهم فيها، وتحقيق مبيعات أعلى. من مظاهر الاحتفال بالأعياد في البوليفارد، عمان.

Some experts suggest that the objective of retail real estate development is to achieve the right mix of the three Fs (Food, fun and films) that constitute the formula for mall success. Shopping centres are currently designed with this formula in mind, attracting customers to the malls, increasing the time they spend there, and yielding higher sales. *Christmas at The Boulevard, Amman*



- 1 جرائد سينما، عمان
Grand Cinema, Amman
- 2 سباركيز، مول الظهران، الدمام
Sparky's, Mall of Dhahran, Dammam

الأنشطة الترفيهية داخل مراكز التسوق IN-MALL ENTERTAINMENT

بات «الترفيه المرتبط بأسلوب الحياة» مفهوماً أساسياً للتجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. فمركز التسوق لا يستقطب المتعاملين بفضل متاجره فحسب، بل أيضاً بفضل الأنشطة الترفيهية العائلية التي يقدمها. وفي بعض بلدان الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، يمضي المستهلك تسعة أشهر من أصل 12 شهراً في أماكن مغلقة بسبب العوامل المناخية. لذلك ومن خلال إضافة المزيد من المنصات الترفيهية، يحفز المطورون وأصحاب مراكز التسوق المستهلك على تكثيف زيارته إلى هذه المراكز وتعزير تجربته بشكل عام فيها. وتشهد المنطقة حالياً مشاريع لتطوير مراكز التسوق تهدف إلى زيادة قدرتها على استقطاب الزوار من خلال تحسين الخدمات المرتبطة بأسلوب الحياة وتحويلها إلى وجهات ترفيهية متكاملة مخصصة للعائلات تضم دور سينما، وأحواض الأكواريوم، ومراكز ترفيهية تعليمية للأطفال، ومرافق للألعاب المائية، وحلبات داخلية للتزلج على الجليد، وحلبات لسباقات الكارتينج. ويعزى النجاح الراسخ الذي حققه دبي مول ومول الإمارات في الإمارات العربية المتحدة لما يقدمانه من خدمات مرتبطة بأسلوب الحياة والتسلية والترفيه، بالإضافة إلى أهم المتاجر التي يرغب المتسوقون في زيارتها. غير أن مشروع «مول العالم» الجديد، وهو عبارة عن مدينة داخل المدينة في دولة الإمارات أيضاً، فسوف ينقل مفهوم الترفيه المرتبط بأسلوب الحياة داخل مراكز التسوق إلى مستوى جديد كلياً مع إنشاء أكبر مركز للتسلية والترفيه في الشرق الأوسط، يضم متنزهاً يستقبل ملايين الزوار، وأكبر مركز تسوق في العالم.

The concept of 'lifestyle entertainment' has become central to retail in the MENA region. A mall attracts customers not just for its shops, but for the family leisure activities it features. In some countries of the MENA region, five months out of twelve are spent predominantly indoors due to the climate; by adding more entertainment-led platforms, developers and mall operators drive retail footfall and improve the customers' total mall experience.

Across the region, shopping malls are being developed for a broader lifestyle appeal as complete family entertainment destinations that feature cinemas, aquariums, children's educational play centres, water features, indoor skiing, ice-skating and go-karting, to name but a few. The Dubai Mall and the Mall of the Emirates in the UAE owe their steady success to their lifestyle, recreation and leisure offerings as all-under-one-roof destinations for shoppers. The planned development, Mall of the World, will take the in-mall lifestyle entertainment concept to a whole new level by featuring the Middle East's largest entertainment and leisure centre, including a park to accommodate millions of visitors, and will be the world's largest shopping mall.

2





يعد غاليريا مربعة الصوّة المعلم الرئيس لمشروع مركز الصوّة في جزيرة الماريا في أبوظبي، وهو عبارة عن مشروع تطوير متعدد الاستعمالات سيصبح مركز التسوق الضخم الأول في المنطقة، ويهدف ليكون الوجهة الأولى للتسوق وسلاسل المطاعم في أبوظبي. ويعد «غاليريا» المشروع الأول من نوعه بالنسبة إلى «جلف ريليتد»، الذي صممه مهندسون من شركتي إلكوس مانفريدي وبينوي للهندسة. وسوف يضم «غاليريا» مجموعة متكاملة من العلامات التجارية العالمية الفاخرة والمتوسطة، إضافة إلى سلاسل مطاعم ومقاه تحمل أبرز العلامات التجارية. وتمتد المساحة المخصصة للمتاجر الفاخرة على 3.5 مليون قدم مربع، وسوف تتضمن متجرين ضخمين بمساحة 200 ألف قدم مربع، من المرجح أن يكون أحدهما «بلومينغديلز». ومن المتوقع افتتاح مشروع غاليريا الموسع عام 2017.

Designed to become Abu Dhabi's premium shopping and dining destination, The Galleria at Sowwah Square is the centrepiece of Sowwah Centre in Abu Dhabi's Al Maryah Island, a mixed-use development and a super regional urban shopping centre. The Galleria is the inaugural project for Gulf Related and was designed by Elkus Manfredi Architects and Benoy Architects. It will feature a full range of luxury and mid-market international offerings, as well as internationally branded food and beverage outlets. The 3.5million square foot-luxury retail space will include two 200,000 square foot-department stores – one of which is likely to be Bloomingdale's. The expanded format Galleria is set to open in 2017.

المرحلة المقبلة: مراكز تسوق إقليمية كبرى ومجتمعية

تشكل مراكز التسوق الإقليمية الكبرى والمجتمعية المرحلة التالية من مشاريع تطوير مراكز التسوق في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وخلال الأعوام الماضية، وبفضل مستوى نضوج يضاها ذلك الذي تشهده أميركا الشمالية أو أوروبا أو آسيا، حقق قطاع مراكز التسوق في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا إنجازاً رائعاً في هذا المجال في وقت قياسي وعلى شتى الصعد، فالسوبرماركت والمتاجر المتخصصة وسلاسل المتاجر والمتاجر الكبرى والهيبرماركت، وشركات التجزئة القائمة والجديدة الإقليمية منها والدولية، تسعى باستمرار لاقتناص مساحات التجزئة العالية الجودة لتعزيز انتشارها في سوق التجزئة التي تشهد توسعاً سريعاً في المنطقة.

وتحافظ مراكز التسوق الإقليمية الكبرى - على غرار دبي مول وياس مول الذي سيفتتح في أبوظبي والدوحة فستيفال سيتي في قطر - على سيطرتها رغم الاتجاه الأخير إلى افتتاح مراكز تسوق مجتمعية أصغر حجماً (إما في ذلك فروع مراكز مجموعة أزدابا في لبنان وعلامة بوتيك التجارية داخل المجمعات السكنية التابعة لشركة صروح العقارية). ويستمر تطوير مراكز التجزئة الجديدة، على غرار الدوحة فستيفال سيتي في قطر، ومسقط جراندي مول في عمان. أما مراكز التسوق القديمة والثانوية فتحاول جاهدة استقطاب الزوار لكن يبدو أنها لا تلاقي الإقبال المطلوب، ما أدى إلى البدء بتنفيذ مشاريع إعادة تطوير ضخمة.

وبالتالي، يبدو أن الحل الأنسب بالنسبة إلى المطورين يتمحور حول زيادة خيارات المطاعم والأنشطة الترفيهية من أجل تحسين تجربة التسوق وإيجاد مفاهيم جديدة مع تطور المزيج العقاري الذي يرغب فيه المستهلك على صعيد الأسواق الناشئة والمناطق التي تجتذب الزوار في سوق الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.



The Next Wave: Super-Regional and Community Malls

Large super regional centres, such as the Yas Mall in Abu Dhabi (above), The Dubai Mall, Mall of the World and the Mall of Qatar in Doha will continue to dominate these markets. The recent trend towards opening smaller community centres, including Azadea's Le Mall branches in Lebanon and Sorouh's residential communities' Boutik malls, provides an additional retail experience. New retail malls continue to be developed, including Doha Festival City in Qatar and the Muscat Grand Mall in Oman. Older and secondary malls may struggle to attract demand, thus leading to massive redevelopment projects. The main premise for developers is expanding the dining and entertainment options, in order to add more value to the shopping experience and to establish new concepts as the tenant mix evolves.

This goes to show that, in recent years, with a level of maturity that parallels any in North America, Europe or Asia, the shopping centre market in the MENA region has undergone nothing short of a revolution. Supermarkets, speciality stores, chain stores, department stores, hypermarkets; existing and new retailers, regional as well as international, constantly hunt for quality retail spaces to strengthen their footprint in the expanding retail market of the region.





مراكز التسوق في الهواء الطلق OPEN-AIR LIFESTYLE CENTRES

يقع مشروع «ذا أفنيو» عند تقاطع شارعي الوصل والصفاء في دبي، ويتألف المشروع من ثلاث مراحل ومن المتوقع توسعتها حتى تبلغ شارع الشيخ زايد. ويمتد المشروع بطول كيلومتر واحد من المتاجر التي توفر أشهر وأفخم العلامات التجارية، وسوبرماركت، ومتاجر تفتح لساعات متأخرة، وعيادة صحية، وعددا من المطاعم. وجرى الانتهاء من أعمال المرحلة الأولى عام 2013، ومن المتوقع إنهاء أعمال «سيتي ووك» وهي المرحلة الثانية عام 2015، وقد عهدت بها شركة مراس العقارية في دبي لشركة القطيم كاريليون. وهذا المشروع جزء من الخطة الرئيسية الأكبر لإنشاء متنزه مركزي.

وسوف تكون «ذا أفنيو» وجهة حضرية للتسوق والترفيه مع بحيرات ومساحات مخصصة للراحة والاستجمام، والمطاعم الراقية ومرافق الترفيهية الفاخرة. وسوف تتحول إلى نقطة جذب لسكان الجميرا والزوار والمقيمين في دبي.

ويتخذ هذا المشروع الجديد شكل مشروع آخر من تنفيذ شركة مراس وهو «ذا بيتش» في جميرا بيتش ريزيدنس الذي يجمع بين أربع ساحات ويضم أول دور للسينما في الهواء الطلق في دبي. وتحاكي هذه التجربة الجديدة في الهواء الطلق دور السينما في الولايات المتحدة وأوروبا، لكنها فريدة من نوعها في منطقة الشرق الأوسط.

The Avenue development sits at the crossroads of Al Wasl Road and Safa Road in Dubai, with the project's three phases planned to extend up to Sheikh Zayed Road and include a kilometre-long strip of top retail brands, an anchor supermarket, convenience stores, a healthcare clinic and food outlets. Phase 1 was completed in 2013, and The Avenue Phase 2 Citywalk, contracted to Al Futtaim Carillion by Dubai-based real estate company Meraas, is planned for completion in 2015. Citywalk is part of the wider Central Park Master plan.

The Avenue will be an urban retail and leisure destination with landscaped lakes and recreation spaces, high-end entertainment and dining. It will become a focal point for the Jumeirah community, visitors and residents across Dubai.

This new retail format follows another Meraas project: The Beach at JBR – an esplanade that connects four plazas and features Dubai's first outdoor cinema. This new outdoor experience is similar to offerings in the United States and in Europe, but unlike anything else in the Middle East.

- 1 ذا بيتش، جميرا بيتش ريزيدنس، دبي
The Beach, Jumeirah Beach Residence, Dubai
- 2 ذا أفينوز سيتي ووك، دبي
Avenues City Walk, Dubai



- 1 إزدان مول، الدوحة
Ezdan Mall, Doha
- 2 مجمع الكوت الجديدة، الكويت
The new Al Kout site, Kuwait City
- 3 اللؤلؤة، الدوحة
The Pearl, Doha

2



3



من متاجر صغيرة إلى مراكز تسوق كبيرة

تتباهى دبي بمتعة التسوق في مراكزها المنتشرة في الإمارة، التي غدت وريد المدينة النابض بالحياة، والتي تتوافر فيها تجربة تسوق لا مثيل لها من حيث تنوع وجودة السلع ومرافق الطعام والمقاهي والترفيه ودور السينما. فقد غدت مراكز التسوق في دبي وجهة ترفيهية بحد ذاتها.

وتفتح أغلبية المراكز في دبي أبوابها حتى العاشرة مساءً، بينما يواصل بعضها حتى منتصف الليل في عطلات نهاية الأسبوع والأعياد. ويعلن العديد من المتاجر عن حسومات كبرى في مختلف مناسبات العام، ومن أهمها: مهرجان دبي للتسوق، ومفاجآت صيف دبي ومهرجان «العيد في دبي».

وتطل مدينة الغرير للتسوق التي تعد أول المراكز في دبي، على شارع الرفقة في قلب ديرة التي تبعد مسافة قصيرة بالسيارة عن معالم دبي التاريخية مثل متحف دبي وسوق الذهب. وتوفر المدينة التي تجمع بين ديكورات تستلهم التاريخ العربي وأروقة تسوق مثيرة وأرقى أشكال الترفيه وأصناف الطعام والعلامات التجارية العالمية الشهيرة، تجربة تسوق فائقة التميز في أجواء عصرية غاية في الراحة والرفاهية.

كما تضم المدينة أكثر من مئتي متجر تعرض أشهر العلامات التجارية الفاخرة أمثال «غيس»، «سبرابت»، «بيبي فات»، «مكس» والعديد غيرها، إضافة إلى مختلف أنواع المطاعم التي تقدم شتى أنواع المأكولات.





سوق الأقمشة، دبي، 1962
Textile Souk, Dubai, 1962







پورتو اریبیا، الدوحة
Porto Arabia, Doha



Developers and Shopping Patterns

As the mall culture continues to predominate, the countries in the MENA region represent a huge and rapidly growing market opportunity for foreign and local retail investment. However, retail sectors are evolving at differing rates in each country and in much of the region the shopping centre industry is still in its infancy, providing opportunities for developers to tap into emerging markets.

Each country in the MENA region has a unique set of risks. Dubai continues to take the lead as the most mature market, with Abu Dhabi and Sharjah as key retail markets in the UAE with a substantial amount of modern retail outlets and lifestyle shopping attractions. The dominance of malls is growing in GCC countries such as Saudi and Kuwait. Egypt and other MENA countries have recorded outstanding market expansion due to the shift of consumer demographics, a large expatriate population and growing purchasing power. If changes are embraced and the new trends are complied with, an evolving rate of development in each retail market will be ensured. Actions essential to this include turning around underperforming centres, tapping into new shopping trends, giving older malls a facelift and recognizing the evolving target audience.

تتطور المملكة العربية السعودية كوجهة متنامية للتجزئة تتمتع بإمكانات وقدرات هائلة لم تستثمر بعد ومبيعات متنامية في قطاع التجزئة. وتعتبر شركة المراكز العربية من كبرى الشركات التي تتولى تشييد مراكز التسوق وامتلاكها وتشغيلها، وتضم شبكتها في الوقت الراهن 13 مركز تسوق في المملكة العربية السعودية ومصر.

Saudi Arabia is a growing retail destination with massive untapped potential and ever growing retail sales. Among the country's largest builders, owners and operators of shopping malls is Arabian Centres Company, which currently includes a network of thirteen shopping malls in Saudi and Egypt.



يستقطب «الأفنيوز» و«ذا جيت مول» سكان المدن والضواحي في الكويت، نظراً إلى مستوى مدخولها المرتفع. وقد وقعت شركة محمد حمود الشايخ اتفاقات حقوق الامتياز مع عدد من أشهر العلامات التجارية، ما يجعل الكويت ثاني وجهة لها، بعد دولة الإمارات العربية المتحدة، في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

The Avenues Mall and the Gate Mall in Kuwait appeal to the country's urban and suburban population, given their high levels of disposable income. Kuwaiti retailer M. H. Alshaya Co. signed franchise agreements with several international brands, making Kuwait their second most popular MENA location after the UAE.



تأثرت السياحة وقطاع التجزئة في لبنان بالأحداث الدائرة في سوريا، لا سيّما خلال النصف الثاني من عام 2012، عندما تراجع الإنفاق على التجزئة بشكل كبير. وسيطر على نشاط التجزئة في لبنان في المرحلة الأخيرة رجل الأعمال الإماراتي ماجد الفطيم، الذي عمد إلى تطوير واجهة بيروت البحرية ومركز سيتي سنتر بيروت.

Lebanon's tourism and retail industry has been affected by civil war in neighbouring Syria, particularly during the second half of 2012, when retail expenditure dropped considerably. Retail activity in Lebanon has recently been dominated by UAE developer Majid Al Futtaim, with the development of Beirut Waterfront, as well as Beirut City Centre.





شهدت سوق التجزئة في سوريا مؤخرًا ارتفاعاً في عدد مراكز التسوق، رغم أن دخول العلامات التجارية العالمية إلى السوق يعود إلى عام 2003 فحسب. ومن أبرز الشركات في سوريا إعمار العقارية ومركزها في دبي، ومجموعة ماجد الفطيم، وتتخذ أكبر مراكز التسوق موقعا لها في دمشق (تاون سنتر ودامسكوينو مول) وفي حلب (الشهباء مول).

Syria's retail market has seen a recent increase in the number of shopping malls, although the arrival of international brands only dates as far back as 2003. Companies include Dubai-based Emaar Properties and Majid Al Futtaim Group. The largest malls are in Damascus (Town Centre and the Damasquino Mall) and Aleppo (the Shahba Mall).



يعد مركز باب الزوار التجاري من المراكز السباقة التي تضم عدداً كبيراً من أشهر متاجر العلامات التجارية العالمية وأنشطة الترفيه في الجزائر. أما «السانية» للتسوق والترفيه فقد شكل أول مركز كبير وفاخر من نوعه خارج العاصمة الجزائرية. وتتضمن مرافق التجزئة متوسطة الحجم الأخرى مشروع «مدينة الجزائر» لشركة أركوفينا الفابضة، و«المركز القدس التجاري» الذي تتولى إدارته شركة سيدار الجزائر.

One of the first to offer a large number of international brands and entertainment areas in Algeria was Bab Ezzouar. The first large-scale, high-end shopping centre outside of the capital was the Es Sénia centre. Other mid-range market retail facilities include Alger Médina by Algerian company Arcofina Holdings, and the Al Qods shopping centre, managed by Sidar Algeria.



تحتل قطر المراتب الأولى في العالم من حيث إجمالي الناتج المحلي للفرد، وتشهد حالياً تنفيذ بعض من أهم مشاريع التطوير في قطاع التجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وتتضمن المشاريع المستقبلية مارينا مول الدوحة الذي تعمل شركة مزايا قطر للتطوير العقاري على بنائه وتملكه مؤسسة قطر، والدوحة فستيفال سيتي الذي تطوره شركة بوابة الشمال العقارية، وقطر مول الذي تولت تصميمه وتطويره شركة أورباكون للتجارة والمقاولات.

Among world leaders in terms of GDP per capita, Qatar has some of the strongest retail developments in the MENA region. Projects in the pipeline include Doha Marina Mall, developed by Mazaya Qatar Real Estate Development and owned by Qatar Foundation; Doha Festival City, developed by Bawabat Al-Shamal Real Estate Company (BASREC); and the Mall of Qatar, designed and developed by UrbaCon Trading.

KEY PLAYERS IN THE GCC RETAIL MARKET



Supermarket/
Grocery



Electronics



Lifestyle/Luxury



Airport Retail



Diversified Retail

KUWAIT

- **ALGHANIM INDUSTRIES**
Electronics retailer
- **CITY CENTRE**
Supermarket operator
- **THE SULTAN CENTER**
Supermarket operator
- **KUWAITI UNION OF CONSUMER CO-OPERATIVE SOCIETIES**
Mass grocery retailer
- **M. H. ALSHAYA COMPANY**
Lifestyle retailer and restaurant operator
- **AL YASRA FASHION**
Lifestyle retailer
- **ARMADA GROUP**
Lifestyle retailer
- **DAGHER & COMPANY**
Lifestyle retailer
- **GASTRONOMICA**
Lifestyle retailer
- **HABCHI & CHALHOUB COMPANY**
Lifestyle retailer
- **BEHBEHANI GROUP**
Lifestyle retailer
- **TRAFALGAR GENERAL TRADING**
Lifestyle retailer

QATAR

- **AL MEERA CONSUMER GOODS COMPANY**
Supermarket operator
- **FAMILY FOOD CENTRE**
Grocery retailer
- **WANNAI TRADING WLL**
Electronics, home appliances and auto retailer
- **SALAM STUDIO AND STORES**
Lifestyle stores operator
- **AL MANA FASHION GROUP**
Fashion retailer
- **ALFARDAN GROUP**
High-end automobile and jewellery retailer
- **QATAR DUTY FREE**
Airport retailer
- **ABU ISSA HOLDING**
Diversified fashion retailer
- **ALMUFTAH GROUP**
Diversified retailer

OMAN

- **JAWAD SULTAN**
Electronics/telecoms retailer
- **MUSTAFA SULTAN**
Electronics retailer
- **KHIMJI RAMDAS LLC**
Lifestyle retailer
- **WJ TOWELL GROUP**
Furniture – retailer of consumer products
- **ASSARAIN GROUP**
Furniture and furnishing retailer

UAE

- **JUMBO ELECTRONICS**
Electronics and IT retailer
- **MAJID AL FUTTAIM GROUP/CARREFOUR**
Hypermarket operator
- **EMKE GROUP**
Hypermarket/supermarket and shopping mall operator
- **LANDMARK GROUP**
Lifestyle retailer
- **AL TAYER GROUP**
Luxury retailer
- **CHALHOUB GROUP**
Luxury retailer
- **APPAREL GROUP**
Lifestyle retailer
- **AZADEA GROUP**
Lifestyle retailer
- **DAMAS**
Jewellery and watch retailer
- **JOYALUKKAS GROUP**
Jewellery retailer
- **RIVOLI GROUP**
Luxury retailer
- **DUBAI HOLDING GROUP**
Lifestyle retailer
- **AL KHAJA GROUP**
Lifestyle retailer
- **JASHANMAL GROUP**
Luxury retailer
- **RSH GROUP**
Lifestyle retailer
- **SHARAF GROUP**
Lifestyle retailer
- **KAMAL OSMAN JAMJOOM**
Lifestyle retailer
- **DUBAI DUTY FREE**
Airport retailer
- **LIWA TRADING ENTERPRISES**
Diversified retailer
- **AL FUTTAIM**
Diversified retailer

SAUDI ARABIA

- **AL AZIZIA PANDA UNITED**
Hypermarket and supermarket operator
- **AL OTHAIM**
Food and consumer products retailer
- **BIN DAWOOD**
Supermarket operator
- **OLAYAN GROUP**
Food franchise
- **FAWAZ ABDULAZIZ ALHOKAIR & CO**
Fashion retailer
- **KAMAL OSMAN JAMJOOM**
Lifestyle retailer
- **JARIR BOOKSTORES**
Diversified retailer

BAHRAIN

- **AL JAZIRA GROUP**
Grocery store operator
- **FU-COM INTERNATIONAL & CASINO GROUPE**
Hypermarket/grocery store operator
- **JAWAD BUSINESS GROUP**
Grocery store operator
- **LANDMARK GROUP**
Hypermarket operator and lifestyle retailer
- **AL MANA GOURMET**
Lifestyle retailer
- **BAHRAIN DUTY FREE**
Airport retailer

اللاعبون الرئيسيون في سوق التجزئة في دول مجلس التعاون الخليجي



السلع المتنوعة



متاجر التجزئة في المطار



منتجات الحياة العصرية /
الفاخرة



الأجهزة الإلكترونية



متاجر السوبرماركت /
البقالة

الكويت

- الغانم للصناعات
متاجر الأجهزة الإلكترونية
- سيتي سنتر
مشغلو متاجر السوبرماركت
- مركز سلطان
مشغلو متاجر السوبرماركت
- جمعية الاتحاد الكويتي
للمستهلك التعاونية
متاجر البقالة الكبيرة
- شركة محمد حمود الشايح
متاجر منتجات الحياة العصرية
ومشغلو المطاعم
- اليسرا للأزياء
متاجر منتجات الحياة العصرية
- مجموعة أرمادا
متاجر منتجات الحياة العصرية
- داغر أند كومباني
متاجر منتجات الحياة العصرية
- غاسترونوميكا
متاجر منتجات الحياة العصرية
- شركة حبشي وشلهوب
متاجر منتجات الحياة العصرية
- مجموعة بهباني
متاجر منتجات الحياة العصرية
- ترافيغار للتجارة العامة
متاجر منتجات الحياة العصرية

قطر

- الميرا للمنتجات
الاستهلاكية
مشغلو متاجر سوبرماركت
- فاميلي فود سنتر
متاجر البقالة
- واناى للتجارة ذ.م.م
متاجر للأجهزة الإلكترونية،
الأجهزة المنزلية ومتاجر السيارات
- استوديو ومحلات السلام
متاجر منتجات الحياة العصرية
- مجموعة المانا للأزياء
متاجر للأزياء والألبسة
- مجموعة الفردان
متاجر السيارات الفارهة
ومتاجر للمجوهرات
- السوق الحرة في مطار قطر
متاجر التجزئة في المطار
- أبو عيسى القايضة
متاجر للألبسة والأزياء المتنوعة
- مجموعة المفتاح
متاجر السلع المتنوعة

سلطنة عُمان

- جواد سلطان
متاجر الأجهزة الإلكترونية /
أجهزة الاتصالات
- مصطفى سلطان
متاجر الأجهزة الإلكترونية
- كيمجي رامداس
متاجر منتجات الحياة العصرية
- مجموعة دبليو جيه تويل
أثاث - متاجر منتجات الخدمات
الاستهلاكية
- مجموعة السرين
متاجر أثاث ومفروشات

الإمارات العربية المتحدة

- جمبو للإلكترونيات
متاجر الأجهزة الإلكترونية
وتقنيات الكمبيوتر
- مجموعة ماجد
القطيم / كارفور
مشغلو متاجر هيبيرماركت
- إي إم كيه إي
مشغلو متاجر هيبيرماركت /
سوبرماركت ومراكز التسوق
- مجموعة لاند مارك
متاجر منتجات الحياة العصرية
- مجموعة الطاير
متاجر منتجات فاخرة
- مجموعة شلهوب
متاجر منتجات فاخرة
- مجموعة أباريل
متاجر منتجات الحياة العصرية
- مجموعة أزياديا
متاجر منتجات الحياة العصرية
- داماس
متاجر مجوهرات وساعات
- مجموعة جوي أوكاس
متاجر مجوهرات
- مجموعة ريفولي
متاجر منتجات فاخرة
- مجموعة دبي القايضة
متاجر منتجات الحياة العصرية
- مجموعة الخاجة
متاجر منتجات الحياة العصرية
- مجموعة جانشمال
متاجر منتجات فاخرة
- مجموعة آر اس اتش
متاجر منتجات الحياة العصرية
- مجموعة شرف
متاجر منتجات الحياة العصرية
- كمال عثمان جمجوم
متاجر منتجات الحياة العصرية
- السوق الحرة - دبي
متاجر التجزئة في المطار
- مؤسسة لبوا
للمشاريع التجارية
متاجر السلع المتنوعة
- القطيم
متاجر السلع المتنوعة

المملكة العربية السعودية

- العزيزية بنده المتحدة
مشغلو متاجر هيبيرماركت
والسوبرماركت
- العثيم
متاجر الأغذية ومنتجات
الخدمات الاستهلاكية
- بن داوود
مشغلو متاجر السوبرماركت
- مجموعة العليان
امتيازات الأغذية
- فواز عبدالعزيز
الحكير وشركاه
متاجر الألبسة والأزياء
- كمال عثمان جمجوم
متاجر منتجات الحياة العصرية
- مكتبة جرير
متاجر السلع المتنوعة

مملكة البحرين

- مجموعة الجزيرة
مشغلو متاجر البقالة
- فو - كوه
إنترناشيونال
مشغلو متاجر هيبيرماركت
/ متاجر بقالة
- مجموعة جواد
للأعمال
مشغلو متاجر البقالة
- مجموعة لاند مارك
مشغلو متاجر هيبيرماركت
ومتاجر منتجات الحياة العصرية
- المانا غورمييه
متاجر منتجات الحياة العصرية
- السوق الحرة في
مطار البحرين
متاجر التجزئة في المطار





ساعدت الأفكار المبتكرة والناجحة المستخدمة في تصميم مراكز التسوق، في تزويد شركات التجزئة المحلية بالقدرة على مواكبة التغيرات المستمرة التي تشهدها السوق وتوجهات المستهلك الجديدة. وبدأت مفاهيم المتاجر الجديدة والمبتكرة تكتسب أهمية على الصعيد العالمي وفي منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. مجمع 360، الكويت.

Successful innovation in mall design has helped local retailers keep pace with the changing market and new consumer trends. New and innovative store concepts are gaining significance globally and in the MENA region. 360 Mall, Kuwait City



الأكواريوم، دبي مول، دبي
Aquarium, The Dubai Mall, Dubai

توجهات المستهلك

مع تطور أذواق المستهلكين أكثر فأكثر في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، أصبحت توجهات المستهلك الجديدة في سوق التجزئة ترتبط بالطلب على أنواع مختلفة وأكثر تنوعاً من المنتجات والمتاجر في الوقت الذي لا يظهر الطلب على السلع الفاخرة والشخصية أي علامات تراجع. فالمستهلكون اليوم يبحثون عن راحتهم نظراً إلى وتيرة حياتهم السريعة حالياً، الأمر الذي أدى إلى تطوير التسويق من خلال قنوات متعددة وزيادة تطوير مراكز التسوق الشاملة الصغيرة الحجم.

وبما أن المستهلكين في المنطقة يبحثون عن أنشطة الترفيه العائلية عند زيارة مراكز التسوق، يضيف أصحاب مراكز التسوق المزيد من المنصات المرتكزة على الترفيه والتسلية بهدف التأثير في سلوك المستهلك وزيادة المبيعات، لذلك بدأت شركات التجزئة بإحداث التغييرات على استراتيجيات التسوق لاستقطاب المستهلكين. ومع سعي شباب اليوم إلى الحصول على نمط حياة صحي أكثر، نلاحظ توجهاً واضحاً لدى أصحاب سلاسل المطاعم نحو استخدام مواد غذائية محلية أكثر صحة، ما يعزز الاهتمام بالعلامات التجارية المحلية، حتى مع استمرار قطاع التجزئة الفاخرة في الازدهار.

Consumer Trends

With consumers across the MENA region cultivating increasingly sophisticated tastes, the new consumer trends in the retail market are linked to a demand for differentiated product and retail formats. The demand for luxury and discretionary goods is not showing any signs of decreasing. Consumers are looking for convenience as they lead much busier lives than ever before. This has led to the development of both multi-channel shopping and the increasing development of neighbourhood, small-format one-stop malls.

Since consumers in the region look for family entertainment when they visit a mall, more entertainment-led platforms are being added by shopping mall operators in order to influence consumer behaviour and increase sales. Retailers are shifting their marketing strategies to attract consumers. As young consumers strive for healthier lifestyles there is a visible trend in food retail towards locally-produced healthier food variants, which promotes interest in homegrown brands even as luxury retail continues to thrive.



بات تطوير مراكز التسوق التي توفر فرصة للتسوق بأقل الأسعار، ضرورة ملحة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، حيث باتت مساحات التجزئة الواسعة والأعداد الهائلة من أشهر متاجر العلامات التجارية، تغذي الحاجة إلى استحداث مساحات إضافية لتقوم عليها مراكز تسوق بأسعار مخفضة. ومن خلال الدمج بين العلامات التجارية العالمية بأسعار مخفضة وبين أنشطة الترفيه والاستجمام، تبدو مراكز التسوق بأسعار مخفضة المكان المثالي لمقتنصي الصفقات وشركات التجزئة على السواء، لأن يوسعهم بيع المنتجات التي تلقى رواجاً حيوياً وتسهيل الدوران المتكرر للمخزون. وبدأ عدد من أصحاب المشاريع بالتخطيط لبناء مراكز التسوق بأسعار مخفضة عبر منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، لكن مركز التسوق الوحيد من هذا النوع الذي أبصر النور حتى اليوم هو «دي أتليت مول»، حيث افتتحت العلامات التجارية الفاخرة متاجرها الأولى والوحيدة في المنطقة للبيع بأسعار مخفضة.

The development and provision of outlet malls is becoming an urgent requirement in the MENA region, where the extensive retail space as well as the high number of cross-border brands is generating the need for extra outlet retail space. With the combination of famous brands at discount prices and leisure activities, outlet malls appeal to bargain hunters but also to retailers, who can shift slow-selling merchandise and facilitate frequent turnover of stock. Several developers are known to be planning a series of outlet malls across the MENA region, but the only mall so far to have launched the unique 'value'-shopping concept is the Dubai Outlet Mall, where high-end brands have opened their first and only outlet stores in the region.



خلال السنوات المقبلة، سوف يحول المطورون، لا سيما في الإمارات العربية المتحدة، اهتمامهم نحو بناء مراكز التسوق المجتمعية والمتوسطة الحجم. وستستمر المتاجر والعلامات التجارية الجديدة في الدخول إلى سوق التجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. غير أن عمليات التطوير المجتمعية الطابع تعطي فكرة عن كيفية تطور ثقافة التجزئة خلال السنوات المقبلة. ويعد مركز «دير فيلدز تاون سكوير» للتسوق في أبوظبي المشروع الرئيس لشركة مبارك وإخوانه للاستثمارات العقارية والمالية. ويقع هذا المركز في منطقة الباهية، ويمتاز بنمط عمراي كلاسيكي تغطي عليه أجواء «ساحة البلدة». ولا بد من أخذ أسلوب الحياة بالاعتبار عند تطوير مجتمعات جديدة نظراً لأهميته.

In the coming years, developers, particularly in the UAE, have shifted their focus to the construction of mid-sized and community shopping centres. New stores and brands continue to be added to the MENA retail landscape, however community-based developments offer a flavour of how the retail culture will shape up in the years to come. Deerfields Townsquare Shopping Centre in Abu Dhabi is the flagship project of venture capital firm Mubarak and Brothers Property and Financial Investments (MBI). Located in Al Bahia, the community mall is conceptualized around a classic theme with a typical 'town square' ambience. The lifestyle experience is central when developing new communities.



2



توجهات تسوق جديدة وتغيير مواقع NEW SHOPPING TRENDS AND REPOSITIONING

تواجه شركات التجزئة وأصحاب مشاريع تطوير مراكز التسوق تحديات عدة منها التكيف مع سوق التجزئة المتغيرة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وتشكل أعداد السياح الدوليين (من المتوقع أن يصل عددهم إلى 142 مليوناً في سنة 2020 وإلى 195 مليوناً في سنة 2030)، وارتفاع أعداد السكان في بلدان المنطقة (من المقدر أن يتجاوز عدد السكان 568.7 مليون نسمة بحلول سنة 2025) العوامل الرئيسية التي تبرر التطوير الاستراتيجي لسوق التجزئة في المنطقة. كما أن أذواق المستهلك وما يفضله في تغير مستمر، حتى باتت تشمل اليوم إقبالاً كبيراً على مواقع التسوق عبر الإنترنت، إلى جانب توجهات جديدة تتمحور حول أسلوب حياة صحي أكثر لنادية المنتجات الغذائية والمأكولات الصحية. كما تقدم أغلبية مراكز التسوق في المنطقة المزيد من الأنشطة الترفيهية والمجتمعية لتلبية احتياجات المستهلكين.

أما أبرز العوامل التي تساهم في نمو قطاع التجزئة فهي الموقع الجيد والإدارة الجيدة والمواهب المناسبة، وكاستراتيجية للتكيف مع سلوك المستهلكين ونماذج الشراء الجديدة. توقفت شركات التجزئة عن بيع العلامات التجارية التي لم تسجل مبيعات مرتفعة أو استبدلتها بمنتجات جديدة. ومع أهمية اختيار مركز التسوق المناسب وموقع المتجر فيه، اختار عدد كبير من شركات التجزئة الانتقال إلى مواقع أقل تكلفة لتقليص تكاليف الإيجار، بينما فاوضت شركات أخرى للحصول على شروط إيجار أفضل.

Retailers and shopping mall developers are constantly facing the challenge of adjusting to the shifting MENA retail market. International tourist arrivals, projected to reach 142 million in 2020 and 195 million by 2030, and the population increase throughout the MENA countries, estimated to increase to over 568.7 million by 2025, are the main factors that justify the extraordinary development of the retail market in the region. The spectrum of consumer preferences are constantly changing to include an increase in online shopping patterns and new lifestyle-related trends in retailing nutritional and health foods. Most of the malls in the region are also offering more entertainment and community-led activities that meet consumer needs.

The critical aspects driving retail growth are good location, good management and the right talent. As a strategy to adapt to consumer attitudes and new purchasing patterns, retailers have discontinued failing brands or replaced them with new products. The location within a mall and the selection of the mall itself are becoming increasingly important.

- 1 مرصد سيتي سنتر، دبي
Mirdif City Centre, Dubai
- 2 دبي مول، دبي
The Dubai Mall, Dubai



في إطار «ثقافة المولات» التي تسود منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، أطلق عدد كبير من مراكز التسوق مهرجانات التسوق والفعاليات الرياضية في لفئة منها لتوفير الأجواء التي تستقطب المستهلكين والسياح على السواء. وبوسع هؤلاء الاستفادة من العروض المذهلة في جميع مراكز التسوق خلال الفعاليات السنوية لمهرجان دبي للتسوق ومفاجآت صيف دبي، ومهرجان أبوظبي للتسوق، ومعرض الحوحة التجاري، في حين باتت الأنشطة الرياضية على غرار سباق ريد بول الجوي، وسباق جائزة الاتحاد للطيران الكبرى للفورمولا 1، وبطولات الكريكيت والجولف الدولية، من الفعاليات الأساسية التي تجذب السياح من مختلف أنحاء العالم. مهرجان دبي للتسوق، دبي.

Within the established mall culture of the MENA region, several shopping festivals and sports events have been launched to provide a conducive mall environment to attract consumers – and tourists. Great deals are available in all retail outlets during the annual Dubai Shopping Festival, Dubai Summer Surprises, Abu Dhabi Shopping Festival and Doha Trade Fair. Sporting activities such as the Red Bull Air Race, F1 Formula One Grand Prix in Abu Dhabi, and international cricket and golf tournaments have become major tourist attractions. *Dubai Shopping Festival, Dubai*





دائیتش، جمیرا بیتس ریزیڈنس، دبي
The Beach, Jumeirah Beach Residence, Dubai



قطاع التجزئة والسياحة

يشكل التدفق المستمر للسياح عاملاً محركاً رئيساً لقطاع التجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. فالسياحة من أهم القطاعات التي أسهمت في تنويع العديد من الاقتصادات المعتمدة على النفط. كما أنها من العوامل التي نمت بسرعة ودفعت قدماً باقتصادات منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، خصوصاً أن المسافرين الذين يبحثون عن مرافق الترفيه والتسلية والاستجمام يشكلون الجزء الأكبر من الإنفاق الإجمالي.

لذلك تشكل معالم الجذب الثقافية والطبيعية، والشواطئ والمنتجعات، والفعاليات الرياضية والدينية، فرصاً حقيقية لبلدان المنطقة. وتستثمر أغلبية بلدان الخليج في مطاراتها وتعمل على تطوير قطاعات الضيافة، لتلبية مجموعة واسعة من احتياجات السياح. وبفضل الأحوال الجوية الجيدة التي تدوم طوال تسعة أشهر في السنة، وهي عادة فترة السفر خارج أوقات الذروة، ويفضل تأمين أجواء الاستقرار والأمان مقارنة ببلدان أخرى في الشرق الأوسط، تجذب دول الخليج بصورة خاصة المسافرين الذين يودون الحصول على الراحة والاستجمام. لذلك، تشكل البحرين الوجهة المثالية للأعمال، فيما تمثل المملكة العربية السعودية محور السياحة الدينية. أما قطر ودولة الإمارات العربية المتحدة فتعتبران وجهة لمحبي المتاحف ومعارض الفنون المعاصرة.

Retail and Tourism

A key driver for the MENA region's retail industry is the continued influx of tourists. Tourism is in fact one of the most important sectors and has helped diversify several oil-dependent economies. Tourism is one of the fastest-growing contributors to the economies of the MENA region, especially since leisure travellers account for a share of total spending.

Cultural and natural attractions, beaches and resorts, and sports and religious events all present rich opportunities for the MENA countries. Most GCC countries are investing in their airports and developing their hospitality industries as an all-round tourist attraction catering to a wide range of travel needs. Good weather for nine months of the year, during what would ordinarily be off-season periods, and stability and reputation for safety compared to other countries in the Middle East, make the GCC particularly attractive to leisure travellers. Countries like Bahrain appeal as business destinations, while others like Saudi Arabia are the focus of religious tourism. Museums and the contemporary art scene contribute to a portion of the investment in Qatar and the UAE.



يقام أكبر تجمع ديني في العالم أثناء موسم الحج في مكة المكرمة في المملكة العربية السعودية، التي تعد مدينة محورية للسياحة الدينية وتشهد نمواً على صعيد مراكز التسوق وتتمتع بقدرة هائلة على تحقيق المزيد من التطور في هذا المجال. ويזור المملكة العربية السعودية أكثر من 12 مليون مسلم سنوياً من شتى أنحاء العالم. ومن المتوقع ارتفاع هذا الرقم إلى 17 مليون زائر بحلول عام 2025. وتشكل السياحة الدينية واحداً من العوامل المحركة الرئيسة للمبيعات في المنطقة، لذا برزت الحاجة الملحة إلى إنشاء مراكز متخصصة تلبي احتياجات مجموعة مهمة ومتنوعة من المستهلكين. ومن بين هذه المراكز برج الساعة في مكة المكرمة الذي يبلغ ارتفاعه 485 متراً، وهو جزء من مشروع أبراج البيت التي ستشتمل فنادق ووحدات سكنية و750 ألف قدم مربع من متاجر التجزئة.

The world's largest form of mass religious tourism takes place at the annual Hajj pilgrimage in Mecca, Saudi Arabia, a hub of religious tourism and a growing retail destination with massive potential. Saudi Arabia is visited by more than 12 million Muslims from around the world every year. This figure is expected to grow to almost 17 million by 2025. Religious tourism is one of the key drivers for sales in the region. This is driving the need for tailored retail offerings that cater to an important, diverse consumer group. The new 485-metre-high Mecca clock tower is one of them, part of the Abraj Al-Bait Towers in Mecca that includes hotels, housing units and 750,000 square feet of retail space.

2



1 مكة المكرمة، عامي 1887/1888
Mecca, c.1887/88

2 مكة المكرمة، عام 2014
Mecca, 2014



عاصمة التسوق في الشرق الأوسط THE SHOPPING CAPITAL OF THE MIDDLE EAST

تعد دبي وجهة تسوق عالمية بفضل مراكز التسوق الجديدة والفاخرة والأسواق التقليدية ومرافق الأسواق الحرة الممتازة في مطاراتها. وتشكل دبي جنة التسوق لجميع سكانها والوافدين الزائرين من مختلف أنحاء المعمورة. وتستقطب دبي سنويا آلاف الزوار الذين يبحثون عن أنشطة ترفيهية أو مقر لإقامة الأعمال. لما توفره من بنية تحتية متطورة وقطاع ضيافة مزدهر، واقتصاد قوي، ما أدى إلى زيادة في عدد السكان وفي ثقة المستهلك. وتستهدف أفخر وأشهر العلامات التجارية أسواق دبي بصفتها الوجهة الأولى للمتاجر التجزئة في الإمارات العربية المتحدة والخليج والعالم، ما يجعلها مركزا لتجار التجزئة الفاخرة التي تباع منتجاتها في مراكز راقية، مستحوذة بذلك على 30 في المائة من سوق المنتجات الفاخرة في المنطقة. وتصدرت شركات التجزئة حركة تطوير دبي التي انتقلت من الاعتماد على النفط إلى الاقتصاد المتنوع، وتفوق مساحة التجزئة للفرد في المدينة المساحة المتعارف عليها في الولايات المتحدة الأمريكية بأربعة أضعاف. وبحلول عام 2008، احتضنت دبي ثلاثة من أكبر عشرة مراكز تسوق في العالم، وتبوي دبي تنفيذ عدد من المشاريع الكبرى الجديدة في السنوات المقبلة، بما فيها أكبر مركز تسوق في العالم وهو «مول العالم». وفي نهاية هذا العقد، سوف تضم دبي مساحات مبيعات في مركز التسوق للفرد أعلى بست عشرة مرة من المعدل العالمي، وستزداد سمعتها كوجهة تسوق يقبل عليها المسافرون من أصحاب القدرة الشرائية المرتفعة في المنطقة (بخاصة السعوديون ومواطنو دول مجلس التعاون الخليجي)، فضلا عن السياح من روسيا والصين.

Dubai is a top-class shopping destination with ever-new glossy shopping malls, traditional old souks and excellent duty-free facilities at its airports. A shopping paradise for its young, affluent and multi-ethnic resident population, it also attracts thousands of leisure and business visitors every year, to whom the emirate offers a well-developed infrastructure and a booming hospitality industry, on the back of a strong economy, rising population, increasing consumer confidence and soaring consumption. The leading luxury retail destination in the UAE, in the GCC and the world, Dubai is the main and ideal target market for global brands, making Dubai the hub for luxury retailers selling out of upscale malls and shopping centres, and commanding around 30% of the region's luxury market.

Retail spearheaded the development of Dubai that moved from oil dependency towards a diversified economy. The city now has a per capita retail space estimated to be near that of the United States. By 2008, Dubai had some of the largest malls worldwide and it now has new mega-projects in the pipeline, including the biggest mall in the world, the Mall of the World. By the end of the decade, Dubai will have more sales floor space in malls per capita than the world average and will become an increasingly popular shopping destination for high-purchasing-power intraregional travellers (Saudis and other GCC citizens in particular), as well as Russian, Iranian, Indian and Chinese tourists.

2



- 1 مرکز برجمان، دبي
BurJuman, Dubai
- 2 دبي مول، دبي
The Dubai Mall, Dubai



عملت مجموعة ماجد الفطيم العقارية على تطوير مول الإمارات، أول منتج للتسوق والترفيه متكامل في العالم. وتمتلك المجموعة محفظة متنامية تتألف من 17 مركزاً تجارياً في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وتستمر حالياً في تطوير مراكز تجارية كبرى على غرار «مول مصر» و«مول عُمان»، إضافة إلى مراكز تسوق أخرى تهدف إلى تقديم الخدمات للمجتمعات المحلية.

The Mall of the Emirates, the world's first shopping resort, was developed by Majid Al Futtaim Properties. MAF has a burgeoning portfolio of seventeen malls across the MENA region. Super-regional malls like the Mall of Egypt and the Mall of Oman are under development, as well as neighbourhood retail developments aimed at serving local communities.



دبي مول، أحد أكبر مراكز التسوق في العالم وأحد المعالم الرئيسية في وسط مدينة دبي، وأرقى كيلومتر مربع في العالم وقلب العالم الحاضر والمشروع الرئيس لمجموعة إعمار لمراكز التسوق. وتعمل شركة إعمار لإدارة مراكز التسوق على تطوير وجهات تناسب أسلوب الحياة العصرية وتقدم الأفضل في مجال التسوق والترفيه والتسليّة لمختلف الفئات من سكان دبي والزوار. ومن مراكز التسوق الأخرى التي تولت شركة إعمار تطويرها «دبي مارينا مول» و«سوق البحار»، إضافة إلى عدد من المراكز المجتمعية في مشاريع «الإمارات ليفنغ» و«المرايح العربية» والوسط الجديد لمدينة دبي.

The Dubai Mall, one of the largest malls in the world and an integral component of the region's most prestigious urban development to date, Downtown Dubai, is the flagship of Emaar Malls Group. Emaar is also a shopping mall management company, developing lifestyle destinations with the best in shopping, leisure and entertainment for local communities and visitors. Other Emaar properties are Dubai Marina Mall and Souk Al Bahar, as well as a number of community centres in the Emirates Living area, Arabian Ranches and Downtown Dubai.



تتضمن مراكز التسوق التي يجري تطويرها في أبوظبي «ذا دبستريكت» و«ياس مول» التابع لشركة الدار و«صوة سنترال» التابع لشركة جلف ريليتد. وتعد «الدار» الشركة التي طورت مشروع المركز التجاري العالمي في أبوظبي والجيمي مول في العين، ومراكز بوتيك للتسوق. ومن مراكز التسوق الأخرى التي يجري تطويرها في العاصمة الإماراتية «باراغون باي مول» و«مول جزيرة الريم»، و«ميناء بلازا» في ميناء زايد، و«درويش أيلاند سيتي» على طريق المطار، و«الشامخة مول» في منطقة الشامخة. وستشهد إمارة أبوظبي قيام ثمانية مراكز تجارية كبرى خلال السنوات الخمس المقبلة.

The District (above) is among the malls under development in Abu Dhabi. Others include Aldar's Yas Mall and Gulf Related's Sowwah Central. Aldar is the developer of Abu Dhabi's The Mall at WTC and Al Jimi Mall in Al Ain, as well as the Boutik concept community shopping centres. Other malls being developed in the capital are Paragon Bay Mall and Reem Island Mall on Reem Island, Mina Plaza at Mina Zayed, Darwish Island City on Airport Road and Shamkha Mall in Shamkha. A total of eight new shopping centres are due to be built in the capital over the next five years.



كشفت شركة نخيل العقارية التي عملت على تطوير مركز ابن بطوطة للتسوق عن المشاريع التالية في دبي: المرحلة الثانية من مركز ابن بطوطة للتسوق، و«ذا بوينت» و«النخيل مول» في نخلة جميرا، ومركز للتسوق في قرية جميرا.

The developer of Ibn Battuta Mall, Nakheel, has disclosed the following projects in Dubai: Ibn Battuta Mall Phase II; The Point at Palm Jumeirah; Nakheel Mall at Palm Jumeirah; and a mall in Jumeirah Village.



- 1 مول العالم، دبي
Mall of the World, Dubai (rendering)
- 2 الدوحة فستيفال سيتي، الدوحة
Doha Festival City, Doha (rendering)

2

أسواق التجزئة في صد التغير

لتجنب الانزلاق إلى موقع ثانوي في السوق، يتعين على مراكز التسوق التكيف مع سوق التجزئة الديناميكية والنافسية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وتجديد موقعا فيها. وتخضع مراكز التسوق الحالية باستمرار لعمليات التجديد، لا سيما مع تطوير مراكز تسوق جديدة في وقت خيالي.

وتشهد الأسواق اليوم تنفيذ عدد من مشاريع الترميم والتجديد في منطقة الخليج بصورة خاصة، للمحافظة على شعبية مراكز التسوق فيها وتجنب تراجع إقبال الزوار وأصحاب المتاجر. ولا يوفر المالكون أي مجهود لتقديم عروض مغرية جديدة تسهم في زيادة مبيعاتهم وتحافظ على متعاملهم الدائمين من جهة وتستقطب متعاملين آخرين جددًا من جهة أخرى.

وإذا كانت إضافة دبي مول إلى بيئة التسوق في دبي لم تؤثر في مول الإمارات، فهي أدت إلى تباطؤ حركة المراكز الأصغر حجماً التي كانت من المراكز الرائدة في القطاع سابقاً على غرار مركز برجمان. فتعين على المركز إعادة تصميم عروضه أخذاً بالاعتبار استمرار التحسن على صعيد سوق التجزئة في دبي بحيث يبقى الإقبال عالياً على مراكز التسوق الكبرى، حتى تبلغ أقصى حد لها في وقت معين، عندئذ يحين دور مراكز التسوق الثانوية للاستفادة من تفكير بعض المتاجر في الاستثمار فيها بسبب عدم تمكنها من الحصول على مواقع ممتازة في مراكز التسوق الكبرى.

ومن أبرز مشاريع توسعة المراكز القديمة في الإمارات العربية المتحدة، أبوظبي مول ومركز الغرير ودبي أوليت مول ومركز ابن بطوطة للتسوق وديرة سيتي سنتر ودبي فستيفال سيتي، إضافة إلى دبي مول ومول الإمارات.



Retail is About Change

To avoid sliding into a secondary market position, shopping malls need to keep repositioning themselves in the dynamic and competitive retail landscape of the MENA region. Existing malls are constantly reinvented, particularly in a scenario where new shopping malls are developed at a breathtaking speed.

Several refurbishments are coming to the market, particularly in the GCC, to maintain the malls' popularity and avoid a decrease in footfall. Owners typically add new leisure facilities to revitalize their business proposition and recapture or retain their customers.

Even the most successful shopping centres, such as the Mall of the Emirates and The Dubai Mall, are continually upgrading their retailer mix, interior space and rentable area. Other malls in the UAE that continually revamp their offerings include Abu Dhabi Mall, Al Ghurair Centre, Dubai Outlet Mall, Ibn Battuta Mall, Deira City Centre, Dubai Festival City and BurJuman, to name a few.



يتضمن مشروع مدينة الفحيحيل في جنوب الكويت الذي تتولى تطويره شركة تمدين العقارية تحت التسمية الجديدة «الكوت» المرحلة الأولى من واجهة الكوت البحرية والمرحلة الثانية من مجمع وأبراج المنشر. ومن خلال مواكبة أحدث التوجهات والمعايير في قطاع التجزئة وإضافة أبعاد تميز جديدة إلى قطاعي التسوق والترفيه في الكويت، من المتوقع أن تستكمل المرحلة الثانية عام 2017، عندما يغدو المشروع أحد أكبر مراكز التسوق التي تقع على الواجهة البحرية في المنطقة، ومعلماً جديداً للهندسة الحديثة بمعايير عالمية.

The Madinat Al-Fahaheel project in southern Kuwait encompasses Al-Fahaheel Seafront–Al-Kout (phase I) and Al-Manshar Complex and Towers (phase II) and is being developed by Tamdeen Real Estate Group under the revised name of Al-Kout. Keeping up with the latest trends and standards in the retail sector and bringing new heights of excellence to the shopping and entertainment sectors in Kuwait, the second phase is expected to be completed by 2017, when the project will become one of the largest mixed-use waterfront developments in the region and a new landmark of modern architecture with international standards.





- 1 الريم مول، أبو ظبي
Reem Mall, Abu Dhabi (rendering)
- 2 مول العالم، دبي
Mall of the World, Dubai (rendering)

عوامل النمو الرئيسية في قطاع التجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

KEY DRIVERS FOR GROWTH IN THE MENA RETAIL INDUSTRY

من أجل دفع عجلة قطاع التجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا قدماً لا بد من توفر العوامل التالية: شركاء أقوى، يملكون حقوق امتياز وخبرة واسعة في المجال، والطلب من الأفراد الميسورين في المجتمع، والزيادة المستمرة للمدخل الفردي، ومواكبة قطاع التجزئة لأبرز التحديثات. ومن العوامل الأخرى التي تساهم في تطور القطاع في المنطقة، تذكّر أيضاً تحسّن قطاع السياحة، وارتفاع عدد السكان الوافدين، وعوامل ديمغرافية مناسبة، وعمليات تطوير بني تحتية ضخمة عبر المنطقة.

Strong and experienced franchise partners, together with demand from high net worth individuals, a continued rise in disposable incomes and the on-going modernization of the retail landscape are the fundamental drivers of uptrend of the MENA retail sector.

Other factors that contribute to the enormous potential of the MENA retail industry are the constant rise in tourism, a large expatriate population, favourable demographic factors and large-scale infrastructure development throughout the region.

2



مستقبل تطوير قطاع التجزئة

العلامات التجارية المهمة، وسلاسل المطاعم التي تقدّم أشهى أنواع المأكولات، وتنوع خيارات أنشطة الترفيه والتسلية، كلها عوامل أسهمت في نجاح مراكز التسوق ومتمعة التسوق في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

وتعمل أساليب الحياة المتطورة في الوقت الراهن للمستهلكين والمنافسة المتزايدة إلى بروز فرص جديدة بالنسبة إلى شركات التجزئة والمستهلكين وشركات البيع بالجملة، علماً أنه ما من استراتيجية عامة تنطبق على كل شركات التجزئة في المنطقة، حيث يتطلب الافتقار إلى التكامل الإقليمي وأهمية التقاليد التي ما زالت متبعة، استراتيجية خاصة بكل شركة. وما زالت الفرص متوافرة بالنسبة إلى العلامات التجارية العالمية لتحقيق وجود لها في المنطقة، خصوصاً في قطاع التجزئة في منطقة الخليج، حيث يبقى الشركاء الأقوياء من أصحاب الخبرة وحقوق الامتيازات من العوامل المحركة الرئيسية لنمو قطاع التجزئة.

كما تدعم الحكومات والشركات الخاصة منافذ التجزئة الجديدة وتسهل عملية بنائها في سرعة قياسية. ومن المتوقع أن تصل مساحة التجزئة الإجمالية القابلة للتأجير في منطقة الخليج إلى 158 مليون قدم مربع عام 2016، مقارنة بمساحة 114 مليون قدم مربع عام 2011. ويجري حالياً تطوير نحو 45 مركزاً للتسوق من المتوقع استكمالها قبل سنة 2020، منها «مول الوكرة» لمجموعة إزدان في قطر، وعملية التوسعة الكبرى لمول مدينة عيسى في البحرين، وقطر مول، ومشروع مول العالم الضخم في دبي.

The Future of Retail Development

Great brands, tremendous food choices, an array of entertainment and recreational options are the factors that have made shopping centres and the pastime of shopping in the Middle East and North Africa successful.

Evolving consumer lifestyles and increasing competition are currently creating new opportunities for retailers, consumers and wholesalers, keeping in mind there is no one-size-fits-all strategy for retailers throughout the MENA region, where the lack of regional integration and the weight of tradition require a case-by-case strategy. There are still opportunities for global labels to have a presence in the region, particularly in the GCC's retail space, where strong and experienced franchise partners remain one of the key drivers for growth in the retail industry.

Government and private companies are also promoting and facilitating the setting up of new retail outlets at breathtaking speed. The occupied retail gross leasable area (GLA) in the GCC is projected to reach 158 million square feet in 2016, compared with 114 million square feet in 2011. Almost forty-five retail sector projects are currently underway and are expected to be completed before 2020. These include, among others: Ezdan Mall Al Wakra, in Qatar; the major expansion of Isa Town Mall in Bahrain; the Mall of Qatar; and the gargantuan Mall of the World.

المطورون ونماذج التسوق

مع استمرار «ثقافة المولات» بالسيطرة على المجتمعات، تمثل بلدان منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا سوقاً ضخمة تشهد نمواً سريعاً وأرضاً خصبة بالنسبة إلى الاستثمارات الأجنبية والمحلية. غير أن قطاعات التجزئة تتطور بمعدلات مختلفة في كل بلد، وبما أن جزءاً كبيراً من قطاع مراكز التسوق في المنطقة ما زال في بداياته، فإن حضور المطورين تكبر في دخول الأسواق الناشئة.

ولكل بلد في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا مجموعة فريدة من المخاطر (بما فيها الافتقار إلى التكامل الإقليمي وقطاع تجزئة مجزأ) والانعكاسات (النمو والتنمية الاقتصادية والاستقرار السياسي وفرص العمل). وتستمر دبي في احتلال موقع الصدارة باعتبارها السوق الأكثر نضوجاً، فيما تعتبر أبوظبي والشارقة أسواق تجزئة رئيسة في الإمارات العربية المتحدة، مع عدد كبير من متاجر التجزئة الحديثة ومحاور استقطاب التسوق المرتبطة بأسلوب الحياة. وتزداد سيطرة مراكز التسوق في بلدان مثل المملكة العربية السعودية والكويت، بينما حققت مصر وتركيا توسعاً مهماً في السوق بفضل التبدل في العوامل السكانية للعملاء، والوافدين الأجانب، والقدرة الشرائية المتنامية. وفي حال استفادت البلدان من التغييرات وتماشيت مع التوجهات الجديدة، فلا شك في أنها ستشهد تقدماً ملحوظاً في أسواق التجزئة، ومن الخطوات الضرورية في هذا الإطار تحسين استراتيجيات المراكز التي لا يرتقي أداءها إلى المستوى المطلوب، واعتماد توجهات تسوق جديدة (على غرار التسوق عبر الإنترنت)، وتجديد مراكز التسوق القديمة، والأهم، معرفة احتياجات الجمهور الذي تتوجه إليه.





مول الإمارات دبي
Mall of the Emirates, Dubai

المراجع

A.T.Kearney مساهمة كريمة في نمو تجرئة المواد الغذائية في مجلس التعاون الخليجي: A Generous Helping of Food Retail Growth in the GCC إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.middle-east.atkearney.com/documents/787838/3133028/A+Generous+Helping+of+Food+Retail+Growth+in+the+GCC.pdf/d1484b62-50b0-44ce-a701-33ecfbf7ed99

About.com. 20١4. لمحة عامة عن قطاع التجزئة في الولايات المتحدة في سنة 20١4 – المعلومات والوقائع والأبحاث والبيانات والتفاصيل: US Retail Industry 20١4. Overview - Info, Facts, Research, Data, Trivia. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://retailindustry.about.com/od/statisticsresearch/p/retailindustry.htm

Alpen Capital. 20١2. قطاع التجزئة في مجلس التعاون الخليجي: *GCC Retail Industry*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.alpencapital.com/media-reports-main.htm

Arab Business Review فرصة وعناصر نجاح الامتيازات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: *The MENA Franchising Opportunity and Success Factors*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.arabbusinessreview.com/en/article/mena-franchising-opportunity-and-success-factors

Aranca. 20١3. تقرير قطاع السياحة والضيافة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: *MENA Tourism and Hospitality Report*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.aranca.com/downloads/mena-tourism-and-hospitality/Aranca-MENA-Tourism-Newsletter-August-20١3.pdf

Asian Journal of Business Research العناصر المحددة لتجربة التسوق: دراسة تحليلية لدبي. 20١3. *Factors Defining Shopping Experience: An Analytical Study of Dubai 20١3*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.academia.edu/3337٥3٥/Factors_Defining_Shopping_Experience_An_Analytical_Study_of_Dubai

Bacci, A. 20٥9. تغييرات سوق التجزئة في سوريا 2009: *Retail Market Changes in Syria*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.daoonline.info/public/foto/BACCI%2٥%20Retail%2٥Market%2٥Change%2٥in%2٥Syria.pdf

Booz & Company. 20١١. عناصر تحليل قطاع التجزئة: الطريق إلى تحسين ربحية شركات التجزئة في الشرق الأوسط: *Retail Analytics The Route to Improved Profitability for Middle East Retailers*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.strategyand.pwc.com/media/file/Strategyand-Retail-Analytics-Middle-East.pdf

Booz & Company تحديثات جديدة للشركات العائلية في مجلس التعاون الخليجي: *GCC Family Businesses Face New Challenges*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.strategyand.pwc.com/media/file/GCC_Family_Businesses_Face_New_Challenges.pdf

Brand Papers 20٥7. قطاع التجزئة في مجلس التعاون الخليجي – تركيز على دبي: *The Retail Industry in the GCC-Focus on Dubai*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://brandchannel.com/papers_review.asp?sp_id=١33٥

Business Intelligence Middle East 20٥5. أسواق التجزئة الإقليمية: *Evolution of regional retail markets*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.bi-me.com/main.php?id=286&t=١

Business Intelligence Middle East 20١2. التجزئة في الشرق الأوسط تسجل أقوى نمو مع ارتفاع المبيعات الإجمالية بنسبة 5%: *Middle East retailers: record strongest growth as global sales rise 5%*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.bi-me.com/main.php?id=5644٥&t=١

Business Resource Africa & Middle East 20٥7. مؤتمر التجزئة العالمي: الأسواق الناشئة – الخليج: *World Retail Congress: emerging markets – the Gulf*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.chalhoub.com/doc/recentarticles/doc_38.pdf

Deloitte. Hidden heroes الأبطال المجهولون. الجيل التالي من أسواق التجزئة: *The next generation of retail markets*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Ukraine/Local%2٥Assets/Documents/Industries/Retail/hidden%2٥heroes%2٥20١١%28694٥27%29.pdf

EC Harris 20١2. مؤشر توسعة البرنامج الدولي للتجزئة: *Retail International Programme Expansion Index*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: echarris.com

Executive. شراكة واعدة: *A promising partner-ship*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.executive-magazine.com/economics-policy/a-promising-partnership

Farzaneh, R. 20١١. السكان الشباب والعمالة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: فرصة أم تحد؟: *Youth Population and Employment in the Middle East and North Africa: Opportunity or Challenge*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.un.org/esa/population/meetings/egm-adolescents/po6_roudi.pdf

Fride 20١٥. الخليج في الصدارة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: *The Gulf Takes Charge in the MENA Region*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://eu-gcc.kcorp.net/common/publicationfile/38.pdf

Globaltrade.net 20١2. تجزئة المواد الغذائية في تونس في عام 20١2: *Tunisia Retail Foods 20١2*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.globaltrade.net/interna-tional-trade-import-exports/f/market-research/pdf/Tunisia/Processing-of-Food-and-Agricultural-Products-20١2-Tunisia-Retail-Foods.html

IMAP (20١٥). التقرير العالمي لقطاع التجزئة: *Retail Industry Global Report*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.imap.com/imap/media/article_documents/IMAP_Global_Retail_Industry_Report_BEDF5F3٥C72٥١.pdf

investpalestine.com. 20١2. استثمارات القطاع الخاص والاستثمارات الأجنبية: *East Jerusalem: Promoting Private & Foreign Investment*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://investpalestine.com/20١2/١٥/2١/east-jerusalem-promoting-private-foreign-investment/#more-797

Khaleej Times. 20١١. مبيعات التجزئة في مجلس التعاون الخليجي إلى 24٥ مليار دولار في سنة: *GCC retail sales set to hit \$24٥ billion in 20١5*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.khaleejtimes.com/biz/inside.asp?xfile=/data/business/20١١/November/business_November44.xml§ion=business

Libya Herald. 20١3. محور التركيز: قطاع التجزئة: *Focus: Retail Sector*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.libyaherald.com/wp-content/uploads/20١3/١١/١١-h-oct-nov-20١3-full-web.pdf

MECSC (مجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط). هل نمو التجزئة في مجلس التعاون الخليجي مستدام؟: *GCC retail growth is it sustainable*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.mecsc.org/pdf/GCCretailgrowth.pdf

Population Reference Bureau. 20٥١. المكتب المرجعي للسكان. توجهات وتحديات السكان في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: *Population Trends and Challenges in the Middle East and North Africa*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.prb.org/Publications/Reports/2٥٥١/PopulationTrendsandChallengesintheMiddleEastandNorthAfrica.aspx

Reidin.com 20٥9. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.reidin.com/news/printerFriendlyFormat?newsPath[]=/RIS/Web/Data/UK-RLI/UKRLIMAG/2٥٥9٥3١3/2٥٥9٥3١3-42.html&_t=١268923645539&ajax=true

Retail International 20٥5. ما بعد الخليج إلى البوسفور: *Beyond the Gulf to the Bosphorus*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.zoominfo.com/CachedPage/?archive_id=٥&page_id=١١7١5١747&page_url=//www.retailinternational.co.uk/media2.htm&page_last_updated=2٥١3-٥9-24T1١:4٥:29&firstName=Simon&lastName=Thomson

Retail ME. 20١3. التجزئة في مجلس التعاون الخليجي قطاع متين: *GCC retail sector robust*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.imagesretailme.com/Images-RetailME-Articles.aspx?ArticleId=١66

Sacha Orloff Group. 20١١. تلعب شركات التجزئة في الشرق الأوسط إلى العوامل التشغيلية للتجزئة لإنماء أعمالها: *Middle East retailers are looking towards retail analytics to grow their businesses*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://sachaorloff.wordpress.com/20١١/٥8/3١/middle-east-retailers-are-looking-towards-retail-analytics-to-grow-their-businesses

Sacha Orloff Group. 20١2. أفاق التجزئة في المملكة العربية السعودية ونظرة على 20١2: *Saudi Arabia Retail Prospects and Outlook for 20١2*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://sachaorloff.wordpress.com/20١2/٥١/22/saudi-arabia-retail-prospects-and-outlook-for-20١2-report

Saudi Gazette. 20١١. حجم قطاع التجزئة في الشرق الأوسط 682 مليار دولار بحلول سنة 20١3: *Middle East retail sector to reach \$682b by 20١3*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.saudigazette.com.sa/index.cfm?method=home.regcon&contentID=20١١٥١8١9١54١

Seeking Alpha. 20١٥. سوق الأسهم في الشرق الأوسط: الحدود الأخيرة للاستثمار: *Middle East Equity Markets: The Last Frontier of Investing*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://seekingalpha.com/article/24428١-middle-east-equity-markets-the-last-frontier-of-investing

Seeking Alpha. 20١٥. سوق الأسهم في الشرق الأوسط: الحدود الأخيرة للاستثمار: *Middle East Equity Markets: The Last Frontier of Investing*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.nasdaq.com/article/middle-east-equity-markets-the-last-frontier-of-investing-cm١5١367

Strategy&. 20١3. إعادة ابتكار السياحة في مجلس التعاون الخليجي: بناء نظام السياحة: *Reinvent-ing tourism in the GCC: Building the tourism ecosystem*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.strategyand.pwc.com/global/home/what-we-think-reports-white-papers/article-display/reinventing-tourism-in-gcc

The McKinsey Quarterly. 20٥7. تقرير ماكنزي الفصل١. 2٥٥7. تسليط الضوء على الطبقة الوسطى في الخليج: *Shedding the light on the Gulf's middle class*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.kommunikationsforum.dk/log/multimedia/PDF%2٥٥٥%2٥andre%2٥dokumenter/Specialer/Bilag_5_-_Shedding_light_on_the_Gulf_s_middle_class.pdf

The National. 20١2. الشرق الأوسط يحدد وتيرة قطاع المواد الفاخرة: *Middle East to set pace on luxury*. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.thenational.ae/business/industry-insights/retail/middle-east-to-set-pace-on-luxury

The Online Economy ثقافة مراكز التسوق الكبرى – تحد لشركات التجزئة عبر الإنترنت في مجلس التعاون الخليجي: *Megamall Culture – A challenge for GCC online retailers*. 20١3. [مرجع إلكتروني [أتم الولوج إلى الموقع في 5 أغسطس 20١4]. متوفر على: http://www.onlineeconomy.org/megamall-culture-a-challenge-for-gcc-online-retailers

Tomar, S. 2٥٥8. نبض الأسواق العالمية: التقاء النبضات: *World Pulse Markets: Pulses Meet* 8 نوفمبر. مومباي.

Zara & Benetton. (2٥١٥). مقارنة نموذجي عمل. *Comparison of two business models*.

http://books.google.com.mt/books?id=fRa١SlekJHUC&pg=PA١82&ots=rt٥٦tZ٥xo2&dq=tunisia%2٥retail%2٥market&pg=PA١82#v=onepage&q=tunisia%2٥retail%2٥market&f=false

Bibliography

- A.T. Kearney. A Generous Helping of Food Retail Growth in the GCC. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.middle-east.atkearney.com/documents/787838/3133028/A+Generous+Helping+of+Food+Retail+Growth+in+the+GCC.pdf/d1484b62-50b0-44ce-a701-33ecbf7ed99>
- About.com. 2014. 2014 US Retail Industry Overview - Info, Facts, Research, Data, Trivia [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://retailindustry.about.com/od/statisticsresearch/p/retailindustry.htm>
- Alpen Capital. 2012. *GCC Retail Industry*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.alpencapital.com/media-reports-main.htm>
- Arab Business Review. *The MENA Franchising Opportunity and Success Factors*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.arabbusinessreview.com/en/article/mena-franchising-opportunity-and-success-factors>
- Aranca. 2013. *MENA Tourism and Hospitality Report*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.aranca.com/downloads/mena-tourism-and-hospitality/Aranca-MENA-Tourism-Newsletter-August-2013.pdf>
- Asian Journal of Business Research. *Factors Defining Shopping Experience: An Analytical Study of Dubai*. 2013. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: http://www.academia.edu/3337030/Factors_Defining_Shopping_Experience_An_Analytical_Study_of_Dubai
- Bacci, A. *Retail Market Changes in Syria*. 2009. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.daonline.info/public/foto/BACCI%20-%20Retail%20Market%20Changes%20in%20Syria.pdf>
- Booz & Company. (2011). *Retail Analytics The Route to Improved Profitability for Middle East Retailers*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.strategyand.pwc.com/media/file/Strategyand-Retail-Analytics-Middle-East.pdf>
- Booz & Company. *GCC Family Businesses Face New Challenges*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: http://www.strategyand.pwc.com/media/file/GCC_Family_Businesses_Face_New_Challenges.pdf
- Brand Papers*. 2007. *The Retail Industry in the GCC—Focus on Dubai*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: http://brandchannel.com/papers_review.asp?sp_id=1330
- Business Intelligence Middle East*. 2005. *Evolution of regional retail markets*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.bi-me.com/main.php?id=286&t=1>
- Business Intelligence Middle East*. 2012. *Middle East retailers record strongest growth as global sales rise 5%*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.bi-me.com/main.php?id=56440&t=1>
- Business Resource Africa & Middle East. (2007). *World Retail Congress: emerging markets – the Gulf*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: http://www.chalhoub-group.com/doc/recentarticles/doc_38.pdf
- Deloitte. Hidden heroes, *The next generation of retail markets*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Ukraine/Local%20Assets/Documents/Industries/Retail/hidden%20heroes%202011%28694027%29.pdf>
- EC Harris. 2012. *Retail International Programme Expansion Index*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: [echarris.com](http://www.echarris.com)
- Executive. *A promising partnership*. 2012. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.executive-magazine.com/economics-policy/a-promising-partnership>
- Farzaneh, R. 2011. *Youth Population and Employment in the Middle East and North Africa: Opportunity or Challenge?* [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: http://www.un.org/esa/population/meetings/egm-adolescents/po6_roudi.pdf
- Fride. 2010. The Gulf Takes Charge in the MENA Region. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://eu-gcc.kcorp.net/common/publicationfile/38.pdf>
- Globaltrade.net. 2012. *2012 Tunisia Retail Foods*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.globaltrade.net/international-trade-import-exports/f/market-research/pdf/Tunisia/Processing-of-Food-and-Agricultural-Products-2012-Tunisia-Retail-Foods.html>
- IMAP. (2010). *Retail Industry Global Report*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: http://www.imap.com/imap/media/article_documents/IMAP_Global_Retail_Industry_Report__BEDF5F30C7201.pdf
- investpalestine.com. 2012. East Jerusalem: Promoting Private & Foreign Investment. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <https://investpalestine.wordpress.com/2012/10/21/east-jerusalem-promoting-private-foreign-investment/#more-797>
- Khaleej Times*. 2011. *GCC retail sales set to hit \$240 billion in 2015*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: http://www.khaleejtimes.com/biz/inside.asp?xfile=/data/business/2011/November/business_November44.xml§ion=business
- Libya Herald*. 2013. *Focus: Retail Sector*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.libyaherald.com/wp-content/uploads/2013/11/lh-oct-nov-2013-full-web.pdf>
- MECSC. *GCC's retail growth Is it sustainable?* [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.mecsc.org/pdf/GCCretailgrowth.pdf>
- Population Reference Bureau. 2001. *Population Trends and Challenges in the Middle East and North Africa*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.prb.org/Publications/Reports/2001/PopulationTrendsandChallengesintheMiddleEastandNorthAfrica.aspx>
- Reidin.com. 2009. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: [http://www.reidin.com/news/printerFriendlyFormat?newsPath\[\]=RIS/Web/Data/UK-RLI/UKRLIMAG/20090313/20090313-42.html&_=1268923645539&ajax=true](http://www.reidin.com/news/printerFriendlyFormat?newsPath[]=RIS/Web/Data/UK-RLI/UKRLIMAG/20090313/20090313-42.html&_=1268923645539&ajax=true)
- Retail International. 2005. *Beyond the Gulf to the Bosphorus*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: http://www.zoominfo.com/CachedPage?archive_id=0&page_id=1171571747&page_url=/www.retailinternational.co.uk/media2.htm&page_last_updated=2013-09-24T11:40:29&firstName=Simon&lastName=Thomson
- Retail ME. 2013. *GCC retail sector robust*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.imagesretailme.com/Images-RetailME-Articles.aspx?ArticleId=166>
- Sacha Orloff Group. 2011. *Middle East retailers are looking towards retail analytics to grow their businesses*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://sachaorloff.wordpress.com/2011/08/31/middle-east-retailers-are-looking-towards-retail-analytics-to-grow-their-businesses/>
- Sacha Orloff Group. 2012. *Saudi Arabia Retail Prospects and Outlook for 2012*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://sachaorloff.wordpress.com/2012/01/22/saudi-arabia-retail-prospects-and-outlook-for-2012-report/>
- Saudi Gazette*. 2011. *Middle East retail sector to reach \$682b by 2013*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.saudigazette.com.sa/index.cfm?method=home.regcon&contentID=2011011891541>
- Seeking Alpha*. 2010. *Middle East Equity Markets: The Last Frontier of Investing*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://seekingalpha.com/article/244281-middle-east-equity-markets-the-last-frontier-of-investing>
- Seeking Alpha*. 2010. *Middle East Equity Markets: The Last Frontier of Investing*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.nasdaq.com/article/middle-east-equity-markets-the-last-frontier-of-investing-cm51367>
- Strategy&. 2013. *Reinventing tourism in the GCC: Building the tourism ecosystem*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.strategyand.pwc.com/global/home/what-we-think/reports-white-papers/article-display/reinventing-tourism-in-gcc>
- The McKinsey Quarterly*. 2007. *Shedding the light on the Gulf's middle class*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: http://www.kommunikationsforum.dk/log/multimedia/PDF%20og%20andre%20dokumenter/Specialer/Bilag_5_-_Shedding_light_on_the_Gulf_s_middle_class.pdf
- The National*. 2012. *Middle East to set pace on luxury*. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.thenational.ae/business/industry-insights/retail/middle-east-to-set-pace-on-luxury>
- The Online Economy. *Megamall Culture – A challenge for GCC online retailers*. 2013. [Online]. [Accessed 5 August 2014]. Available from: <http://www.onlineeconomy.org/megamall-culture-a-challenge-for-gcc-online-retailers>
- Tomar, S. 2008. *World Pulse Markets: Pulses Meet*. 8 November, Mumbai.
- Zara & Benetton. (2010). *Comparison of two business models*. <http://books.google.com.mt/books?id=fRa1SlekJHUC&lpq=PA182&ots=rto6tZOx02&dq=tunisia%20retail%20market&pg=PA182#v=onepage&q=tunisia%20retail%20market&f=false>

سلطة عُمان

مسقط: بريق الشاطئ، غاليري مسقط، مركز البهجة، سيتي سنتر مسقط، مسقط جرانده مول، كروم سيتي سنتر، روي بلازا، الأفيوز مول، ذا وولك، زاخر مول.

صحار: سفير مول صحار.

صلالة: صلالة جاردنز مول.

مطرح: مجمع العريمي.

العراق

أربيل: فاميلي مول، مجدي مول، ماين مول، ميغا مول، سوفي مول، طالبو مول.

بغداد: بغداد غايت، بغداد مول.

كركوك: كركوك مول وفندق الخمس نجوم التابع له.

إيران

أصفهان: سيتي سنتر أصفهان.

جزيرة كيش: مركز كيش التجاري، فينيوز مول، زيتون مول.

شيراز: مجمع فارس للتسوق.

طهران: طهران ميغا مول، ستارخان غریت مول.



مصر

الإسكندرية: كازينو الشاطبي الإسكندرية، سان ستيغانو مول الإسكندرية، سيتي سنتر الإسكندرية، سيتي لايت مول، العروبة مول الإسكندرية.

أسيوط: سيتي سنتر أسيوط.

الجيزة: لاسيتي، مجمع مجره للأعمال / مجره مول، بارك أفينيو، بورتو أكتوبر، ويست بارك كومونيتي مول.

السويس: بورتو سخته.

شرم الشيخ: بورتو شرم الشيخ.

الغردقة: المدينة القديمة سهل حشيش.

القاهرة: الرحاب سيتي غايت، الرحاب مول 1، الرحاب مول 2، أسواق الرحاب الجديدة، منطقة الطعام المفتوحة في مدينة الرحاب، أركاديا مول، بروه القاهرة الجديدة (غير عامل)، اليمن القاهرة، كايرو فستيفال سيتي، سيتادل بلازا، سيتي ستارز، دولفين لاند، القطامية داون تاون مول،

إعمار سكوير، إيميرالد إمباير مول، غراند بلازا مول مهندسين، القطامية سكوير، كيدز مول، تشايلد مول، المعادي سيتي سنتر، مدينتي أرابيسك مول، مدينتي سيتي بولفار، مدينتي ميغا مول، مدينتي مركز

الحي الجنوبي، مول العرب، مول مصر، المنصورة بلازا، مكسيم مول، ميتنج بوينت القاهرة الجديدة، ميجابايت بلازا، ميفيدا داون تاون، بورتو القاهرة، بورتو القاهرة الجديدة، رحاب تروبيكانا مول، سان سيتي مول، ذي ديستريكت، ذي فيرست مول، طيبة مول.

القليوبية: مول العابد.

مدينة 6 أكتوبر: ذا أوتليت.

مطروح: جولف بورتو مارينا، بورتو مارينا.

المنتزه: فلورانس مول الإسكندرية.

المنصورة: الجامعة بلازا، المنصورة داون تاون، ذا أوتليت المنصورة.

المغرب

أغادير: فوتي مول.

الدار البيضاء: أنفا بلاس، كارفور سيدي معروف، موروكو مول.

فاس: برج فاس مول.

مراكش: المزار مول.

الرباط: ميغا مول.

طنجة: سوكو التو مول، مركز ابن بطوطة.

ليبيا

طرابلس: كاسكادا مول – الشمال، الواحة، مول الأندلس، مول أوبا.

بنغازي: بحيرة بنغازي.

تونس

تونس: سنترال بارك، بارك أفنيو.

الجزائر

الجزائر: مركز أوديس المدينة، أوديس وهران، مركز باب الزوار للترفيه والتسوق.

وهران: مركز السائبة للتسوق والترفيه.

قطر

الخور: الخور مول.

الدوحة: سيتي سنتر الدوحة، دوحة فستيفال سيتي، الدوحة مول، إزدان مول، حياة بلازا، جوهرة – مدينة الوعب، جود مول، لاغونا مول، مول قطر، مارينا مول، مرقاب مول، نورث غايت مول ومنطقة التطوير، رويال بلازا، ذي سنتر شوبنج مول، ذي غايت مول، اللؤلؤة قطر، الطوار مول، مول الوكرة، مول الوكير.

الأردن

عمّان: العبدلي مول، البركة مول، العقبة سيتي سنتر، سيتي مول، كوزمو سنتر، مكة مول، رويال تاورز، سمارة مول، تاج مول، ذي بوليفار، ذي غاليريا، زارا سنتر.

العقبة: سوق سرايا العقبة.

إربد: أرابيلا مول.

سوريا

حلب: المنشية سيتي سنتر، الشهباء مول، مول طارق بن زياد.

حمص: رمادا مول.

دمشق: مول الضيافة، شام سيتي سنتر، كونكور، بوليفار دمشق، دامسكوينو مول، خمس شامات مول، كيوان مول، سكي لاند مول، تاون مول، ترانس مول، حدائق يعفور.

اليمن

صنعاء: مترو مول، مركز صنعاء التجاري، اليمن مول.

عدن: عدن مول.

لبنان

بيروت: ABC الأشرفية، بيروت سيتي سنتر، أسواق بيروت، سيتي مول، دون سنتر، لومول سن القيل، ذي سبوت الطيوتة.

الشويفات: ذي سبوت الشويفات، كاسكادا مول شتورة – تعنيل البقاع.

المتن: سنتر فولز، أب ث الضبيه، لومول الضبيه.

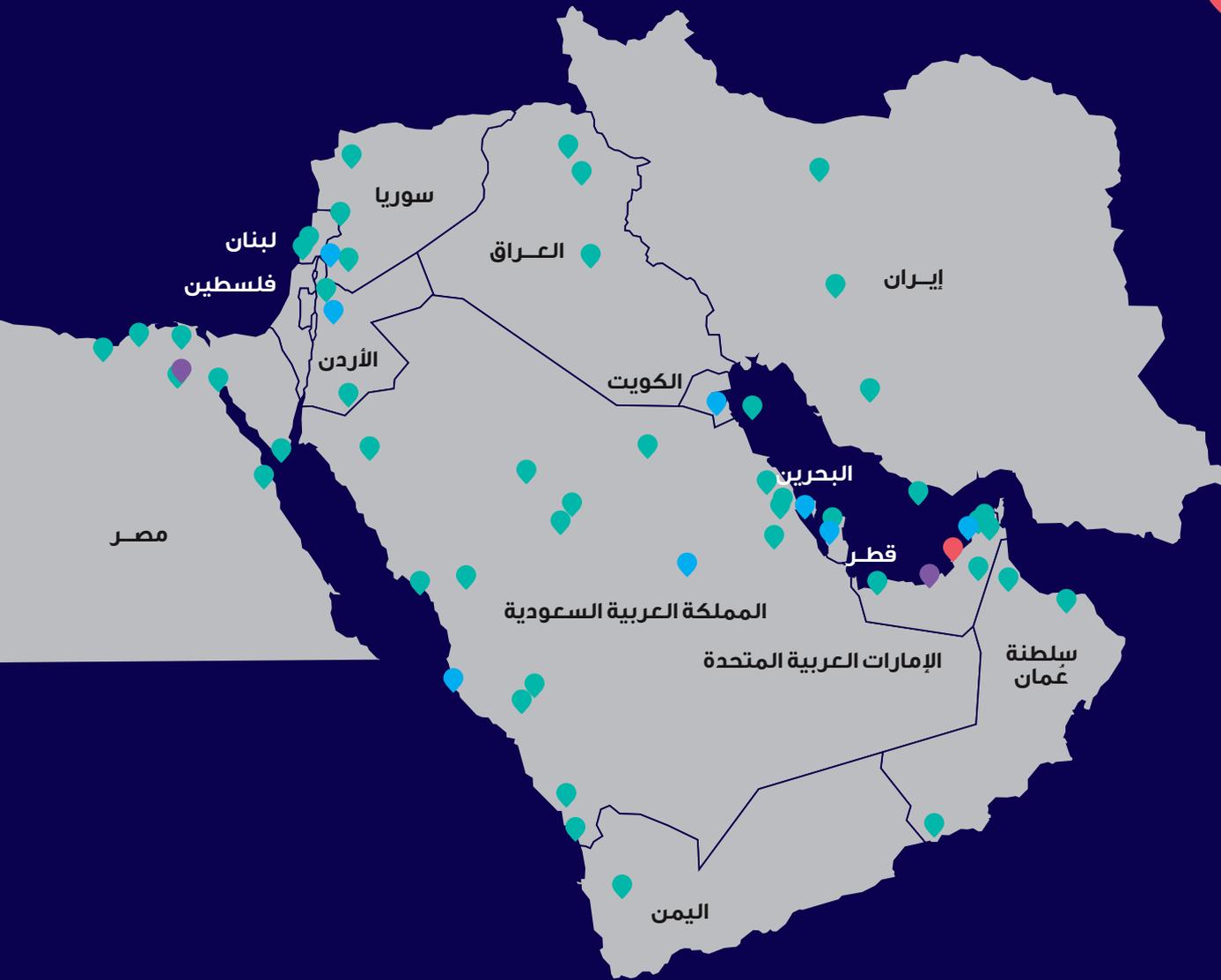
النبطية: ذي سبوت النبطية.

صيدا: لومول صيدا، صيدا مول.

خريطة مراكز التسوق في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

تمتد منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا من المغرب على المحيط الأطلسي إلى سلطنة عُمان على المحيط الهندي. وما من تعريف موحد للمنطقة وتضم بلدان: البحرين ومصر وإيران والعراق والأردن والكويت ولبنان واليمن والإمارات العربية المتحدة وليبيا والمغرب وسلطنة عُمان وفلسطين وقطر والمملكة العربية السعودية وسوريا وتونس والجزائر.

70 - 51 50 - 31 30 - 11 10 - 1



الإمارات العربية المتحدة

أبوظبي: أبو ظبي مول، البندر، البطين بارك، مركز القلاع، مراكز قرية القلاع، المنيرة، بيتش بلازا، الراحة مول، الوحدة مول، الزينة، أفنيو أبراج الاتحاد، بوابة الشرق، بوتيك الغدير، بوتيك الريانة، بوتيك غايت، بوتيك سان أند سكاى، دلما مول، دير فيلدز تاون سكوير، بروميناد القرم الشرقي، غاردنز بلازا، الخالدية مول، مركز مدينة زايد للتسوق، غولد سنتر وتوسعته الجديدة، مركز المارينا - أبوظبي، مزيّد مول، ميناء سنتر، مشرف مول، سفير سنتر المصفح، الصوة سنترال، ذا كولكشن، ذا ويستريكت، الغاليريا في جزيرة الماربه، المول - المركز التجاري العالمي، الريم مول، السوق المركزي في المركز التجاري العالمي في أبوظبي، ياس مول.

دبي: مركز البستان، الغزال مول، مركز الغرير، مركز الهناء، مركز الخليج، أرينا مول - مدينة دبي الرياضية، مركز البرشاء، باي أفنيو في جادة الأعمال، مركز بن سوقات، بوليفارد جميرا أبراج الإمارات، مركز برجمان، البروميناد - مدينة دبي الرياضية، دبي سنتر، دبي سيتي وولك، ديرة سيتي سنتر، مركز دبي فستيفال سيتي للتسوق، دبي مارينا مول، دبي أوتليت مول، دبي بيرل مول وحي التجزئة، ديون سنتر، مركز الاتحاد، مجمع الذهب والألماس، جرائد الخيل مول، جرائد سيتي مول، جرائد ميني مول، جرائد شوبنج مول، غرين كومبوني تي موتور سيتي، مركز حمر عين، جميرا بلازا، لامسي بلازا، مركز المدينة، مول العرب، مول الإمارات، مارينا وولك، مركز ميدوز، مركز ميركاتو، مركز الواحة، مركز بالم ستريب للتسوق، الريف مول، مركز المنزل، سوق مدينة جميرا، مركز صنسيت للتسوق، مركز الشاطئ، دبي مول، مركز غرينز كومبوني تي، ذي ماركت، مركز ذي سبرنغز كومبوني تي، تاون سنتر، مركز القرية، ممشي جميرا بيتش ريزيدنس، تاون سنتر جميرا، مركز توين تاورز، أب تاون مردف سنتر، موتور سيتي، مدينة وافي للتسوق.

رأس الخيمة: الحمرا مول، رأس الخيمة مول، سفير مول - رأس الخيمة.

الرويس: الرويس مول.

الشارقة: مول العرب، واجهة المجاز البحرية، القصباء، متاجر الخان، متاجر المرقاب، متاجر القوز، ميغا مول، ماي سيتي سنتر، الناصرية، سفير مول - الشارقة، صحاري سنتر، سيتي سنتر الشارقة، مركز الشارقة للتسوق.

عجمان: سيتي سنتر عجمان، السوق الصيني، دانا مول، سفير مول - عجمان.

العين: العين مول، القوعة مول، الجيمي مول، براري أوتليت مول، بوتيك العين، واحة هيلي مول العين.

الفجيرة: سيتي سنتر الفجيرة، سنتر سيتي مول الفجيرة، الفجيرة مول، لولو مول.

المملكة العربية السعودية

أبها: عسير مول، العثيم مول - عرعر.

الاحساء: العثيم مول - الاحساء.

بريدة: العثيم مول - بريدة.

تبوك: تبوك مول.

جازان: الراشد مول جازان، جازان مول، قاضي مول.

الجبيل: الحويلات مول، الجبيل مول.

جدة: مركز المحمل، السلام مول، الياسمين مول، الأتلانس مول، عزيز مول، هيفا مول، الجامعة بلازا، مول العرب، موج مول، بانوراما جدة، رد سي مول، روشان مول.

حائل: العثيم مول - حائل، مركز سماح.

حفر الباطن: العثيم مول - حفر الباطن.

الدمام: العثيم مول - الدمام، أول بلازا، الدمام مول، لايف بارك مول، مركز الواحة.

الرياض: الحمرا مول، المنزل مول، مركز المملكة، النخيل مول، العثيم مول -

الخريس، العثيم مول - الربوة، القصر مول، الريم مول، مركز اليرموك، العليا بلازا.

العزيزية مول، مركز غرناطة، الحياة مول،

الخريس مول، لوكالايزر مول، مول العرب،

بانوراما مول، مركز رمال، الرياض أفنيو مول،

مركز صحافة، صحاري بلازا، السلام مول،

الكويت

حولي: ذي برومنا.

الكويت العاصمة: سوق القوت، بال مول.

الصفاء: مجمع 360 أجيال مول، مركز

البحار، مركز البستان، الفناز مول، برج الحمرا،

مجمع الراية التجاري، صحاري مول، مجمع

الصالحة، سوق شرق، ذي أفينيوز.

السالمية: بولفار، مارينا مول، أولمبيا مول.

صليبخ مول، تالا مول، مركز تلال الرياض.

الطائف: الحوية مول، جوري مول.

الظهران: أمواج مول، مول الظهران.

عنيزة: العثيم مول.

القصيم: النخيل مول.

المدينة المنورة: المنار مول، النور مول،

عالية المدينة.

مكة المكرمة: أبراج البيت مول، مول جبل

عمر، مكة مول، الشرائع مول.

الهفوف: الاحساء مول.

ينبع: داتة مول.

المقدمة

يبدو مستقبل النمو الشامل لخدمات التجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا واعداً، إذ إنها من أسرع المناطق نمواً في خدمات التجزئة. فقطاعات التجزئة في بلدان المنطقة تتطور بمعدلات مختلفة، مع قطاع متطور بصورة جيدة في بلدان الخليج وطاقمة مضاعفة مقارنة بالبلدان الأخرى في المنطقة.

وقد توقع تقرير الرقابة بقطاع السوق الأوروبية Euromonitor لعام 2012 مضاعفة الإمارات العربية المتحدة نمو خدمات التجزئة لتسجل أفضل أداء في عام 2013، مع محافظة دبي على ريادتها كونها السوق الأكثر نمواً. وسوف تستمر الإمارات في استقطاب الاستثمارات الأجنبية بفضل الاقتصاد القوي والبيئة السياسية المستقرة والسمعة كمحور تجاري ومالي في العالم العربي. ومن المتوقع أيضاً، أن تحقق المملكة العربية السعودية والجزائر أداءً مشجعاً نظراً إلى أسعار النفط المرتفعة والطلب الثابت من المستهلكين. أما تونس والمغرب وسوريا ومصر، فيبدو أنها ستواجه معاناة بسبب المستقبل السياسي غير المستقر والطلب الضعيف على السياحة.

وقد أحدثت التحديات الاقتصادية خلال الأعوام القليلة الماضية تغييرات في سوق التجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، مع نظرة إيجابية للمستقبل، واتخاذ المراكز التي لا يرتقي أداؤها إلى المستوى المطلوب توجهات جديدة، وتجديد مراكز التسوق القديمة لجذب الجمهور المستهدف. وبشكل عام، سوف تستمر بلدان المنطقة بدفع قطاع خدمات التجزئة نظراً إلى الطلب القوي من الأفراد من ذوي رؤوس الأموال الكبيرة، وارتفاع المداخل المتاحة، والنمو العضوي والتحديث المستمر لقطاع التجزئة. ويتبع الشرق الأوسط مسار التطور نفسه الذي سلكه قطاع التجزئة في أواسط سبعينيات القرن العشرين. فتجار التجزئة المنظمون وأشكال التجزئة الكبيرة من ناحية، ومقدمو الحسومات من ناحية أخرى يزيدون من حصتهم في السوق على حساب صغار تجار التجزئة المستقلين والشركات العائلية.

«من الأسواق التقليدية إلى مراكز التسوق - معنى جديد للتبضع في منطقة الخليج»، يقدم لمحة تاريخية عن التحول المذهل لسوق خدمات التجزئة في المنطقة خلال العقود القليلة الماضية، ويبرز هذا الكتاب الذي يقدم نظرة ثاقبة إلى قطاع التجزئة، التطور المتنوع لخدمات التجزئة في المنطقة على أساس نماذج التسوق للمستهلكين والتوجهات الناشئة، ويتم رسم خط التطور من خلال جولة بالصور تبرز الانتقال من الأسواق التقليدية والمحال الصغيرة والمستقلة إلى مراكز التسوق فائقة التطور.

ويحدد الكتاب الشركات والعلامات التجارية البارزة، مع الإشارة إلى كيفية استعداد السوق للتغيير، ومعايير النجاح، وفرص النمو المستقبلية، وتوجهات السوق واحتياجات المستهلك المتطورة، بالإضافة إلى الاستراتيجيات المعتمدة في جميع بلدان الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

مجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط

مجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط هيئة تجارية إقليمية تمثل قطاع مراكز التسوق في الشرق الأوسط، ويدير المجلس مجلس إدارة يساعده منسقون إقليميون ورؤساء مجالس إدارة، وتؤدي مهمة المجلس بتشكيل منتدى فعلي لتبادل الأفكار والمعرفة وتسهيل تطوير قطاع مراكز التسوق في الشرق الأوسط. وقد تطور المجلس الذي تأسس في عام 1994، عبر الأعوام، وأصبح يمتلك قاعدة أعضاء قوية ومتراصة من أكثر من 750 محترفاً من جميع أنحاء الشرق الأوسط، يمثلون مالكي مراكز التسوق ومطوريها ومديري التسوق ومديري التجار وأخصائييه وتجار التجزئة والمستشارين ومديري الممتلكات والممولين والمحاسبين والموظفين الحكوميين وموردي القطاع. ويوفر المجلس التابع للمجلس الدولي لمراكز التسوق ومركزه نيويورك (www.icsc.org) لأعضائه اتصالات أعمال محلية ودولية لا نظير لها ودعماً من خلال شبكته من الشركات التابعة الدولية، ويغطي النطاق الجغرافي لمجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط البلدان التالية: الجزائر والبحرين ومصر وإيران والعراق والأردن والكويت ولبنان وليبيا والمغرب وعمان وفلسطين وقطر والمملكة العربية السعودية وسوريا وتونس والإمارات العربية المتحدة واليمن. لمزيد من المعلومات زوروا الموقع الإلكتروني: www.mecsc.com

المجلس الدولي لمراكز التسوق

المجلس الدولي لمراكز التسوق الذي تأسس عام 1957 هو الجمعية التجارية العالمية الأولى لقطاع مراكز التسوق، ويضم المجلس أكثر من 60 ألف عضو في أكثر من 100 بلد، بينهم مالكو مراكز تسوق ومطورون ومديرون لها وأخصائيون في التسوق ومستثمرون وتجار تجزئة ووسطاء وأكاديميون ومسؤولون من القطاع العام، ويرتبط المجلس بصفته الجمعية التجارية العالمية للقطاع، بأكثر من 25 مجلساً وطنياً وإقليمياً لمراكز التسوق حول العالم. لمزيد من المعلومات، يرجى زيارة الموقع الإلكتروني www.icsc.org.



السوق، دبي، 1962
Souk, Dubai, 1962



تقديم

أتذكر أنني كنت مولعاً بكل ما يمت بصلة إلى خدمات التجزئة. فمن خلال ترؤسي مجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط وتأدية دوري في إعداد هذا الكتاب، يشرفني أن أكتب توطئة هذه القصة المصورة لخدمات التجزئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. فخدمات التجزئة من أكثر ما أحب، وهذه المنطقة قريبة إلى قلبي، لذلك يسرني أن أقدم عالمنا هذا للقراء.

تشتهر منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بالعديد من الأمور المذهلة كالثقافة واللغات والمناظر الطبيعية المتغيرة والأناقة والفنون والجمال والمأكولات والاستجمام وأشعة الشمس والناس. وهذا غيض من فيض الأشياء التي يمكن الاستمتاع بها. فعبارة مذهل أقل ما يقال لوصف صعود خدمات التجزئة وتحسنها في المنطقة خلال الفترة الأخيرة التي تزيد على عشرين عاماً.

لقد تجاوز تطور خدمات التجزئة في منطقتنا أي تجربة مشابهة في العالم، ويتضمن هذا الكتاب الذي يحمل عنوان «من الأسواق التقليدية إلى مراكز التسوق - معنى جديد للتبضع في منطقة الخليج» صوراً وعرضاً تاريخياً عن خدمات التجزئة، من البدايات الأكثر بدائية إلى الزخارف الأنيقة في مراكز التسوق الرئيسة اليوم.

وعندما تتوسع تجارب التسوق في السوق العالمية من خلال تحقيق النجاح في بلد المنشأ فإنها تحقق أمرين يتمثلان في نشر ثقافتها الخاصة والاحتفاء بثقافة الآخرين. ولم تشهد أي منطقة في العالم هذا النمو الهائل وتستمتع به كما هي الحال في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

فمن المغرب إلى مكة المكرمة، ومن دبي إلى دمشق، ومن طهران إلى الطائف، وكل المناطق الواقعة بينها، تحتضن منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا المجموعة الأكثر تنوعاً من خدمات التجزئة في العالم.

واحتفالاً بالعيد العشرين لمجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط، قام فريقنا بجمع هذه المجموعة من الصور التاريخية وعروض خدمات التجزئة ومحالها المذهلة والحديثة. فمن دون الدعم الكبير من أعضائنا الذين كرسوا وقتهم للبحث عن الصور وإرسالها، ما كان من الممكن إنجاز هذا الكتاب.

أود أن أشكر جميع من أعطوا من وقتهم لتزويد فريقنا بهذه الصور والتعليقات الرائعة لكتابنا.

كما أشكر فريق «موتيفيت للنشر» على جهوده الدؤوبة في جمع وعرض الجداول الزمنية والأفكار الرائعة والمبتكرة ومساهمته في إعداد الكتاب.

أخيراً، كان لقيادتنا وللدعم المالي من مكتب المجلس الدولي لمراكز التسوق في نيويورك، دور محوري في إنجاز هذا الكتاب. وأشكر فريق المجلس في نيويورك على رؤيته ودعمه للمبادرة.

أمل حقاً أن تستمتعوا بهذا الكتاب كما استمتعنا نحن بإنجازه!

شكراً.

دريفيدي ماك آدم
الرئيس التنفيذي،
مجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط





أعضاء مجلس الإدارة، اللجنة الاستشارية وممثلون إقليميون

علي حسن، متقاعد

أفجيت ياداف، مدير التسويق ومدير المبيعات
ومدير خدمة العملاء ومدير عام التسويق والعمليات،
شركة «جي إل إيه بروبورتى مانجمنت»

ديفيد ماك آدم، الرئيس التنفيذي ونائب الرئيس،
مجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط

إيهاب محمود كامل، المدير العام - خدمات التجزئة
والتأجير، المتحدة للتنمية

إشوار شوغاني، المدير العام، جيوردانو الشرق الأوسط،
المنطقة الحرة

جوزيف كريمبستي، المدير المسؤول والشريك المؤسس،
«ريتيل كونستلينج جروب»

ماغجانا ماسيلبلا، مدير عمليات المراكز التجارية
في شركة كنان الدولية للتطوير العقاري

ميمونة سليمان شيباني، مدير التسويق،
شركة زبير

محمد إقبال علاوي، الرئيس التنفيذي، شركة
أسواق البحر الأحمر المحدودة

ندى العتيقي، المدير العام، مركز المملكة

نيل تونبريدج، أخصائي في الأسواق الرقمية،
قسم المستملكين وخدمات التجزئة في UKTI

فيل ماك آرثر، كبير مديري مراكز تسوق، المدير العام،
ماك آرثر وشركاه

راشد دوله، المؤسس والشريك في «إم سكوير د
شوبينج سنترز د.م.ا.»

ريتشارد مولر، مسؤول التأجير،
مجموعة الخليج للتسويق

ساجد سيد، المدير العام،
«جيوردانو فاشينز» المحدودة

سلمى شعشاعة، مديرة التأجير والتسويق،
شركة بوليفارد العبدلي

سلمان البيز، المدير التنفيذي، عضو مجلس إدارة
«جرانادا سنتر»

شاين إلدستروم، مدير خدمة العملاء، مدير
علاقات عملاء، نائب رئيس ومدير التطوير،
شركة «ناشيونال ريل إستيت»

شافاك سريفاستافا، كبير مديري مراكز تسوق،
المدير العام «اس كيو. اف. تي. للاستشارات»

سيمون ويلكوك، الرئيس التنفيذي،
المراكز العربية

والتر كلينشميت، العضو الرئيس،
R2E للاستشارات





تسابقكم الان
NOW OPEN
pottery barn kids

تسابقكم الان
NOW OPEN

THE ART OF FASHION

THE ART OF FASHION

مردف سينتي سنتر دبي
Mirafid City Centre, Dubai



ماجد الغرير، رئيس مجلس الإدارة، مجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط

عشرون عاماً من العطاء لمجلسنا يعد خطوة كبيرة لنا. ويسعدني كوني رئيس مجلس إدارة مراكز تسوق الشرق الأوسط لسنوات عدة، أن أقدم لكم هذا الكتاب الذي يضم في طياته كيف غدت المنطقة من متواضعة إلى إحدى أهم مناطق التسوق والترفيه عبر التاريخ. ويسعدني أن أكون جزءاً من نمو مراكز التسوق في دولة الإمارات العربية المتحدة. فقد سعينا في مجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط، وبذلنا الجهد ليصير هذا الكتاب النور الذي يجسد نظرة صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي، في تعزيز مكانة الدولة ومنطقة الشرق الأوسط. وأود أن أشكر جهود فريقنا التي بذلها إلى جانب دار مونتيفيت للنشر في إصدار هذا الكتاب الذي يسرد قصة نجاحنا على مر التاريخ.



راشد دوله، المدير العام، مجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط

لقد عمل فريقنا في مجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط بكثافة مع دار مونتيفيت للنشر كي يضعوا هذه التحفة الفنية التي تسلط الضوء على تاريخ المنطقة، بين أيديكم. فقد تعيد صور هذا الكتاب التي أسهم أعضاء فريقنا في توفيرها من أرسيفاتهم الخاصة، العديد من الذكريات المتناثرة وليست البعيدة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. لقد سعينا إلى أن يكون هذا الكتاب شاهداً على إنجازات هذا القطاع ومرجعاً وثيقاً لأمد طويل، حيث يتزامن إصداره مع الذكرى العشرين لقيام مجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط. فقد ارتكزت المنطقة على تطوير قطاع التسوق ليكون مثلاً يحتذى به عالمياً. فقد دشنت المنطقة العديد من الأمثلة على مراكز التسوق الراقية والمتطورة وغيرها قيد الإنشاء التي ستكون بمثابة أحد أبرز الإنجازات للبشرية على وجه الأرض. وكلنا ثقة في أنكم ستستمتعون بقراءة هذا الكتاب الذي يجسد تاريخ المنطقة في قطاع التسوق، والذي سيكون مرجعاً للأجيال القادمة تنظر إليه بفخر.



روبرت إف. ويلاتز
رئيس مجلس الأمناء،
المجلس الدولي لمراكز التسوق



مايكل كرشيفال
الرئيس/الرئيس التنفيذي
المجلس الدولي لمراكز التسوق





من
الأسواق التقليدية
إلى
مراكز التسوق
معنى جديد للتبضع في منطقة الخليج

© جميع الحقوق محفوظة لمجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط

المكتب 8٥3، برجمان بيزنس تاور
ص.ب 43972، دبي، الإمارات العربية المتحدة
هاتف: 359 79٥9 (+971 4)، فاكس: 355 8818 (+971 4)

الرئيس التنفيذي: ديفيد ماك آدم
نائب الرئيس: فينا ديسا

صورة الغلاف: يوشيو كاواشيما، صحيفة سانكي شيمبون في اليابان

حقوق الصور:

مول 36٥، الكويت: 1٥ - 1١، 64 - 65، 136 - 137؛ أبو عيسى القايضة: 24؛ مجموعة الغرير: 87، 88، 89، 94، 15٥، 17٥ - 171؛ الكوت، الكويت: 125؛ علمي للصور: 55، 113؛ الدار: 106 - 1٥7؛ مجموعة أباريل: 25، 32؛ المراكز العربية: 84، 85، 112، 132؛ صور آرتي بيفارت: 1٥9؛ مراكز أسواق: 43؛ بورن جيرفيز: 46 - 47؛ مجموعة شلهوب: 38 - 39؛ سيتي مول، عمان: 118؛ كوريس إيميجز: 6 - 7، 12 - 13، 40 - 41، 54، 77، 78، 8٥، 92 - 93، 11٥؛ ديرزفيلد تاون سكوير، أبوظبي: 141؛ دبي 1962 (موتيفيت): 19، 22، 23، 126 - 127، 168 - 169؛ سوق دبي الحرة: 6٥، 61، 62، 63؛ إزدان مول، الدوحة: 124؛ صور فارس الغزيبي: 8٥؛ فستيفال سيتي: 113، 157؛ جيتي إيميجز: 16 - 17، 36 - 37، 42، 44، 45، 66، 67، 76، 77، 82 - 83، 84، 86، 98، 99، 1٥٥ - 1٥١، 1٥2، 1٥8، 111، 113، 114، 132، 133، 138 - 139، 143، 152، 158 - 159، 162 - 163؛ جلف نيوز: 48، 49؛ حملة مول: 85؛ مركز ابن بطوطة للنسوق، دبي: 155؛ جاشنمال: 21، 71؛ صور خالدينو: 172 - 173؛ كنان مول: 85؛ مجموعة لاندمارك: 3٥، 32، 33، 71؛ ماجد الفطيم: 35، 48، 96، 97، 1٥5، 112، 132، 142؛ قطر مول، الدوحة: 133؛ مول العالم، دبي: 156؛ مراسم القايضة: 123؛ موروكو مول، الدار البيضاء: 8 - 9، 112، 128 - 129؛ موتيفيت للنشر: 2٥، 26، 27، 34، 34، 42، 48، 49، 5٥ - 51، 52 - 53، 144 - 146، 147؛ صور دل دي لا هاي: 174 - 175؛ قرية البري، أبوظبي: 79؛ زد سي مول: 84؛ الريم مول، أبوظبي: 16٥؛ صور ريتوال سنبلاك: 1٥3؛ روي هيغز: 9٥ - 9١؛ السوليدير: 81؛ سوق شرق، الكويت: 1٥4؛ صور ستيوارت لاسي: 13٥ - 131؛ بوليفارد، عمان: 116 - 117؛ ذا ديستريكت، أبوظبي: 154؛ دبي أوتليت مول، دبي: 14٥؛ دبي مول، دبي: 68 - 69، 115، 153؛ ذا غاليريا، الصوة: 12٥؛ اللؤلؤة، قطر: 125؛ صور توني ويذرز: 94 - 95؛ ياس مول، أبوظبي: 121؛ صور زهراء ماركاريان: 72 - 74، 73 - 75؛ من مساهمات فريق مجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط الواسعة: 18، 119، 148 - 149.

نُشر بالتعاون مع موتيفيت للنشر

موتيفيت

الطابق 34، ميديا وان، مدينة دبي للإعلام

ص.ب 2331، دبي، الإمارات العربية المتحدة

هاتف: 427 3٥٥٥ (+971 4)، فاكس: 428 2268 (+971 4)

البريد الإلكتروني: books@motivate.ae الموقع الإلكتروني: www.booksarabia.com

جميع الحقوق محفوظة. لا يجوز إعادة إنتاج أي جزء من هذا الكتاب بأي شكل كان (بما في ذلك النسخ المصورة أو استخدام الوسائل الإلكترونية) من دون الموافقة المكتوبة لأصحاب حقوق النشر. وينبغي توجيه الطلبات الخاصة بالحصول على الموافقة المكتوبة لأصحاب حقوق النشر بهدف إعادة إنتاج أي جزء من هذا الكتاب إلى الناشرين طبقاً لقانون حقوق النشر الدولي لعام 1956، وللقانون الاتحادي رقم (7) لعام 2٥٥2 الخاص بحقوق النشر الخاصة بالمنشئ الأصلي والمنشئين الثانويين، وكل من يتصرف بما يخالف حقوق النشر المذكورة سيكون عرضة للملاحقة القانونية والمطالبة بالأضرار الناجمة عن ذلك.

الأرشفة في المكتبة البريطانية: يوجد إدراج خاص بهذا الكتاب في المكتبة البريطانية.

ISBN: 978 186٥63395 9

طبع في مطبعة الإمارات، دبي، الإمارات العربية المتحدة

من
الأسواق التقليدية
إلى
مراكز التسوق