

أسعد اللحظات  
لكل الناس،  
كل يوم

ماجد الفطيم  
MAJID AL FUTTAIM



# حالة اقتصاد التجزئة في الإمارات العربية المتحدة

الربع  
الرابع

رؤية تصوّرية بناءً على بيانات السوق وسلوك المستهلكين  
خلال الربع الأخير من عام 2021 وبيانات العام بالكامل



## جدول المحتويات

٣	مقدّمة
٤	العناوين الرئيسية
٦	نظرة عامة على الأوضاع في دول مجلس التعاون الخليجي
١٠	نظرة عامة على اقتصاد تجارة التجزئة في دولة الإمارات على مدار العام
١٧	الرؤى الاستهلاكية: تجربة الشراء المريحة والتجارة الإلكترونية والواقع المادي والرقمي (phygital)
	- ازدهار التجارة الإلكترونية
	- متجر المستقبل
	- نظرة على الاستدامة
	-الاتجاه القادم: اشترِ الآن وادفع لاحقاً
٢٣	السفر والسياحة: استمرار رحلة التعافي القوي
٢٦	العقارات السكنية: أفضل أداء منذ عام 2014
٢٩	الخاتمة
٣١	المنهجية والمصادر
٣٣	الهوامش

## كلمة تمهيدية للسيد آلان بجاني



في مستهل العام الجديد وبالنظر إلى بيانات ومعطيات العام الماضي، يمكننا القول أن 2021 هو العام الذي اتضحت فيه ملامح المتغيرات الاقتصادية وسنحت فيه فرص تصحيح المسار. عكفت خلاله المؤسسات العامة والخاصة على إعادة صياغة استراتيجياتها للتعايش مع الواقع الجديد ودفع عجلة التعافي الاقتصادي. وعلى الرغم من تعدد المؤشرات الإيجابية التي انعكست على أداء الأعمال، فإن نهاية العام كانت نهاية حزينه لنا جميعاً حيث رحل عنا الرؤيوي المبدع، السيد ماجد الفطيم طيب الله ثراه، ليبقى ذكره خالداً في نفوسنا وحياتنا وحياة كافة المجتمعات العربية.

إن اقتصاد دولة الإمارات سيظل شاهداً على جهود السيد ماجد الفطيم، رحمه الله، وأفكاره الإبداعية ذات الرؤية العصرية الممتدة والمواكبة للتطور والساعية للأفضل عالمياً، مستشرفاً كل ما يمثل قيمة مضافة وابتكاراً في القطاعات التي عمل بها وحقق نجاحات غير مسبوقة في قطاع التجارة والتسوق والترفيه.

وعلى صعيد أنماط الاستهلاك، تشير البيانات إلى استمرار النمو المطرد في قطاع التجارة الإلكترونية واتساع نطاق خدمات التوصيل وارتفاع الطلب على التجارب الترفيهية، بالإضافة إلى التركيز المتزايد على ممارسات الاستدامة والحفاظ على البيئة من قبل المستهلكين والمؤسسات. ومن المتوقع أن يشهد العام الجاري استمراراً لنمو هذه الأنماط في الإمارات العربية المتحدة.

لقد شهد الربع الأخير من العام انتعاشاً ملحوظاً على كافة الأصعدة والقطاعات ساهم بشكل كبير في ارتفاع معدلات النمو الإجمالية في القطاعات غير النفطية وتعزيز وتيرة المنحنى التصاعدي، خاصة للقطاعات التي واجهت بعض التحديات خلال النصف الأول من العام. وقد كان المحرك الرئيسي لهذا الانتعاش هو ارتفاع معدلات الطلب والإنفاق على الصعيدين المحلي والعالمي، ولا سيما الدور الكبير الذي لعبه إكسبو 2020 والذي تخطى حاجز الـ 10 مليون زيارة في مطلع العام الجاري، ليلفت أنظار العالم إلى حجم الفرص الاستثمارية التي يوفرها الإقتصاد الوطني في الإمارات العربية المتحدة وقدرة القيادة الحكيمة للبلاد على تخطي الأزمات.

وتشير كافة المعطيات التي نضعها بين أيديكم في هذا التقرير إلى تسارع معدلات النمو خلال عام 2022 مدعوماً بتواصل صعود مؤشرات ثقة المستهلكين، على الرغم من استمرار تداعيات الجائحة وأثرها على مجتمعاتنا. في رأيي، إن استعادة الاستقرار في ظل هذه الظروف الاستثنائية هو إنجاز في حد ذاته، ولذا فإن قدرة الإقتصاد الإماراتي على مواجهة التحديات ومواصلة النمو هي دليل قاطع على أننا نشهد نموذجاً يُحتذى به في الإقتصاد العالمي.

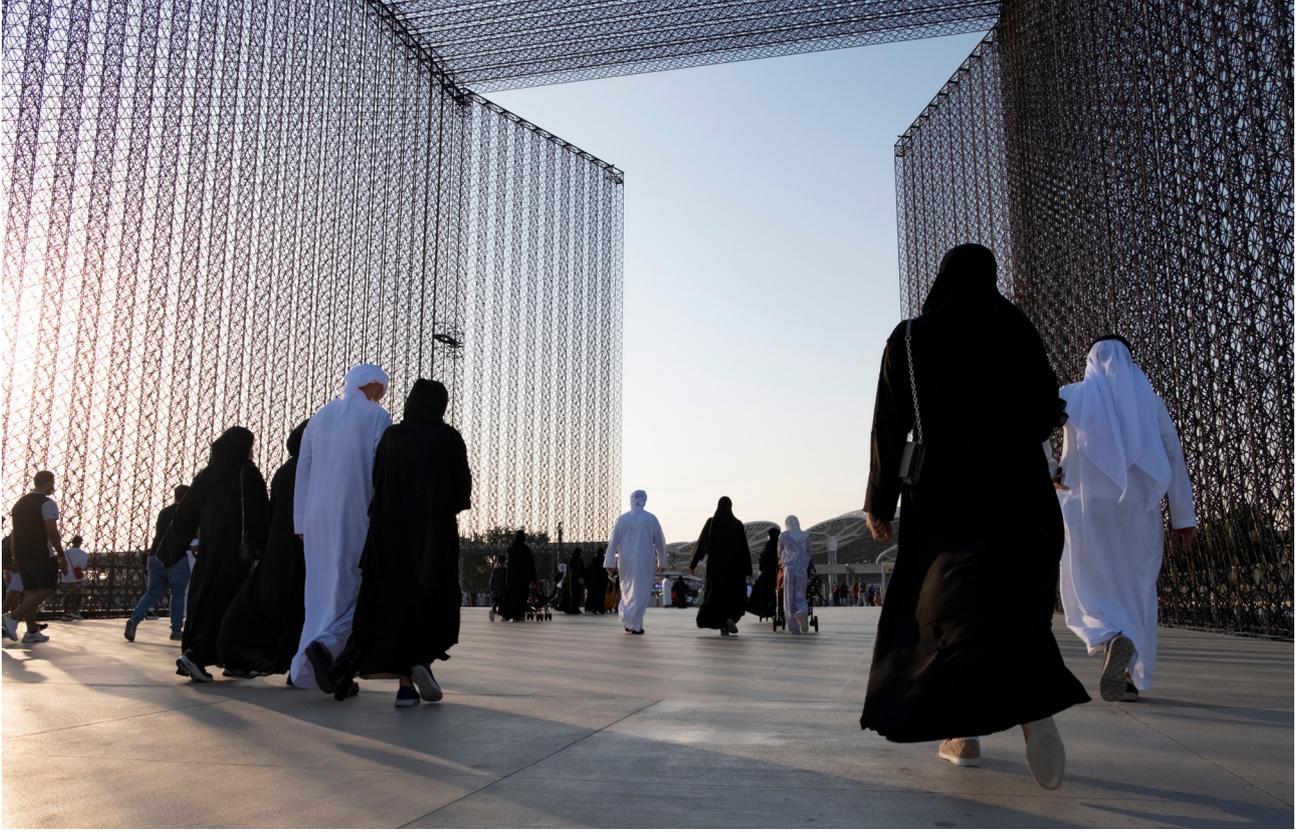
### آلان بجاني

الرئيس التنفيذي  
ماجد الفطيم - القابضة

# العناوین الرئیسیة

- **كان عام 2021 عام انتعاش للاقتصاد، في ظل ارتفاع وتيرة النمو في أعقاب الجائحة، مما يُرسي أسسًا متينة للعام القادم.** ومن المتوقع أن ينمو اقتصاد دول مجلس التعاون الخليجي بشكل أسرع في عام 2022 مقارنةً بعام 2021، ليصل معدل النمو إلى أكثر من 5% بحسب تقارير "أوكسفورد إيكونوميكس".
- **تبعث المؤشرات على التفاؤل،** إذ وصل مؤشر مديري المشتريات للقطاع غير النفطي في شهر ديسمبر إلى أعلى مستوياته منذ يونيو 2019، ويدل ذلك على استمرار استفادة الاقتصاد من إقامة معرض "إكسبو 2020 دبي" والتخفيف من التدابير الاحترازية من فيروس كورونا المستجد.
- لا تزال مستويات الثقة والسعادة لدى المستهلكين مرتفعة، إذ وصلت إلى 88% في ديسمبر 2021، مع استمرار التحسن في مستوى التفاؤل بشأن المستقبل، حيث وصل إلى 33% في الربع الرابع من العام، وبزيادة نسبتها 4% مقارنةً بالربع الثالث من العام.
- حافظ اقتصاد التجزئة أيضًا على متانته، إذ تجاوز المستويات التي حققها في عام 2019 وشهد زيادة في الإنفاق بنسبة 4.5% في عام 2021. وشهد الربع الرابع من العام أكبر زيادة في الإنفاق، مما يمهد الطريق أمام المزيد من النمو في عام 2022.
- ارتفع إنفاق السياح في اقتصاد التجزئة بنسبة 22% في عام 2021 مقارنةً بعام 2019، وذلك بحسب بيانات نقاط البيع الخاصة بشركة ماجد الفطيم، والتي تغطي ما يقرب من ربع المعاملات المعتمدة على البطاقات وحوالي 10% إلى 15% من جميع المعاملات في دولة الإمارات. وكان الربع الرابع من العام من المحركات الأساسية لهذا النمو، وذلك بفضل مجموعة من العوامل التي تشمل معرض "إكسبو 2020 دبي" وتحسن التوقعات المستقبلية بشأن الجائحة وازدهار السياحة الدولية.
- **تضعف الإنفاق على التجارة الإلكترونية في عام 2021 مقارنةً بعام 2019، ويرجع ذلك إلى النمو في الإنفاق على فئات تجارة التجزئة العامة وكذلك في الإنفاق في محلات الهايبر ماركت والسوبر ماركت.** ويؤكد هذا على التحول المستمر في تفضيلات المستهلكين تجاه تجربة التسوق المختلطة بين الواقع المادي والواقع الرقمي. وقد زاد الإنفاق عبر الإنترنت بنحو الثلث في عام 2021 مقارنةً بعام 2020، مما يؤكد على استمرار هذا التوجه حتى مع رفع القيود التي فرضت على التسوق التقليدي بسبب الجائحة.
- زاد إقبال المستهلكين على متاجر التسوق التابعة لمجموعة ماجد الفطيم بنسبة 11% في الربع الرابع من عام 2021 مقارنةً بالربع الثالث من نفس العام، ورغم أن مستويات الإقبال في عام 2021 لا تزال أقل مما كانت عليه في عام 2019، إلا أنها تتحسن بصورة تدريجية. كما شهدت محلات الهايبر ماركت والسوبر ماركت ارتفاعًا كبيرًا في معاملات التجارة الإلكترونية في ظل انخفاض المعاملات عند نقاط البيع وزيادة المعاملات عبر الإنترنت.
- زاد إنفاق المستهلكين على الأزياء والإكسسوارات غير الفخمة بنسبة 24% في الربع الرابع من العام مقارنةً بالربع الثالث، وبذلك أظهر هذا القطاع مواصلته التعافي بشكل متسق.
- حقق قطاع التسلية والترفيه في شهري نوفمبر وديسمبر أول نمو إيجابي له منذ عام 2019 (بواقع 14% لفئة التسلية و16% لفئة الترفيه)، ولا سيما في دور السينما والتي شهدت إقبالًا ملحوظًا. وقد شهدت جميع فئات قطاع التسلية والترفيه نموًا في الإنفاق على الحجز عبر الإنترنت في عام 2021 مقارنةً بعام 2020.
- استمر تعافي قطاع السفر والسياحة بفضل التعامل الحكيم لدولة الإمارات مع الجائحة وخصوصًا برنامج التطعيم المتقدم لديها، ومن المتوقع أن يستمر هذا التوجه في المستقبل. فقد زاد طول فترات الإقامة وارتفع معدل إنفاق السياح.
- شهد قطاع العقارات نموًا قويًا ومستمرًا في عام 2021 وسجل سوق العقارات أفضل أداء له منذ عام 2014.
- أعلنت الحكومة عن تحويل نظام العمل لمدة أربعة أيام ونصف خلال الأسبوع وأصبحت العطلة الأسبوعية تمتد من منتصف يوم الجمعة حتى يوم الأحد، وقد طبقت بعض شركات القطاع الخاص هذا النظام، ومن شأن ذلك أن يرسخ من جاذبية المنطقة كمقصد للوافدين ووجهة للاستثمارات. بالإضافة إلى أن ذلك يعزز من المرونة والتنوع في أنظمة العمل، فمن شأنه أيضًا أن يزيد من إنفاق المستهلكين، خاصةً في قطاع التسلية والترفيه.
- مع ارتفاع معدل الالتحاق بالمدارس الخاصة في دبي بنسبة 3.5% في عام 2021 مقارنةً بالعام الدراسي السابق، واستمرار ازدهار سوق العقارات، واستمرار الإصلاحات الاقتصادية والتنظيمية القوية، أصبح الطريق ممهّدًا للمزيد من الإنجازات في عام 2022.

# نظرة عامة على الأوضاع في دول مجلس التعاون الخليجي



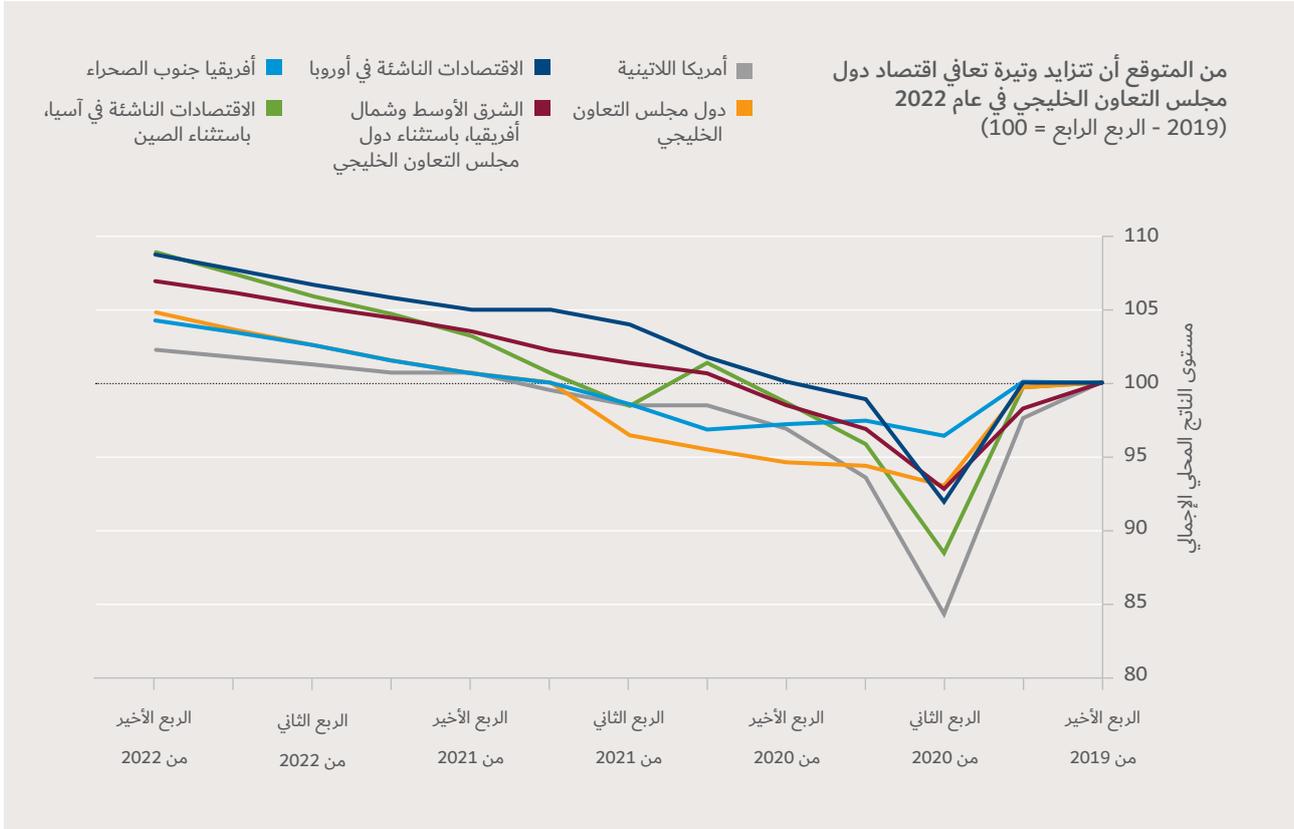
إكسبو 2020 دبي

لا تزال التوقعات المستقبلية تبعث على التفاؤل، إذ حافظ مؤشر مديري المشتريات للقطاع غير النفطي في شهر ديسمبر على قوته لينتهي الربع الرابع من العام بأداء جيد<sup>3</sup>. فقد ارتفع مؤشر مديري المشتريات إلى 55.9 في شهر نوفمبر، ليصل إلى أعلى مستوى له منذ يونيو 2019، بفضل ارتفاع ناتج القطاع غير النفطي والأعمال الجديدة. وظل المؤشر عند 55.6 نقطة في شهر ديسمبر، مما يدل على التحسن الكبير في ظروف ممارسة الأعمال.

جاء تنظيم معرض "إكسبو 2020" محفزاً للنمو، إذ ارتفعت معدلات إشغال الفنادق وأسعار العقارات السكنية<sup>4</sup>. وبالرغم من أن متحورات فيروس كورونا المستجد، مثل متحور أوميكرون، تمثل بعض المخاطر على الوضع المستقبلي، إلا أن محركات النمو لا تزال مستقرة ولا تزال الثقة مرتفعة. وتُظهر مؤشرات ثقة المستهلكين أنهم أصبحوا أقل قلقاً. بشأن تأثير المتحورات<sup>5</sup>.

شهد اقتصاد دول مجلس التعاون الخليجي نموًا وازدهارًا في الربع الرابع من العام وحقق مزيدًا من التعافي. وبعد التحديات التي واجهها لبضع سنوات<sup>1</sup>، عاد الاقتصاد تقريبًا إلى المستوى الذي كان عليه قبل الجائحة بعد تخفيف القيود المفروضة على السفر وزيادة إقبال المستهلكين وانطلاق معرض "إكسبو 2020".

من المتوقع أن يستمر النمو الاقتصادي في عام 2022، وإن كان بوتيرة أقل تبلغ 3.3% مقارنة بـ 3.8% في عام 2021، بحسب "أوكسفورد إيكونوميكس"<sup>2</sup>. ورغم أن النمو في القطاع غير النفطي سيكون أقل منه في قطاع الطاقة لأول مرة منذ عام 2018، إلا أن العوامل الإيجابية تشير إلى أن نمو الناتج المحلي الإجمالي غير النفطي سيصل إلى 2.5% تقريبًا على المدى المتوسط.



استمرار رحلة التعافي  
المصدر: أوكسفورد إيكونوميكس

تعمل دولة الإمارات، بدايةً بالجهات الحكومية فيها، على اتباع ممارسات عمل جديدة من المفترض أن تساعد في دفع عجلة النمو الاقتصادي<sup>8</sup>، إذ غيرت العطلة الأسبوعية لتصبح أيام العمل من الاثنين إلى الجمعة، على أن تكون العطلة الأسبوعية لمدة يومين ونصف تبدأ من منتصف يوم الجمعة. وتهدف هذه التغييرات، والتي طبقتها بعض شركات القطاع الخاص، بالتوازي مع التحول العام نحو نماذج عمل أكثر مرونة وتنوعاً، إلى تعزيز جاذبية الدولة للوافدين ومواءمة نظام العمل في المنطقة مع الأسواق العالمية.

استمر التقدم في برنامج التطعيم ضد فيروس كورونا المستجد في الربع الأخير من العام، ليصل متوسط معدل التطعيم الكلي في دول مجلس التعاون الخليجي إلى 71%، مقارنةً بالمتوسط العالمي البالغ 47%. ولا تزال دولة الإمارات من أكثر الدول تطعيمًا على مستوى العالم<sup>6</sup>.

كان قطاع السياحة من المحركات الأساسية للنمو خلال الربع الأخير من عام 2021. وترجع أهمية ذلك إلى أن قطاع السفر والسياحة ساهم بنحو 16% من الناتج المحلي الإجمالي لدولة الإمارات في عام 2021، من خلال الإنفاق المباشر وغير المباشر، وفقاً للبيانات الصادرة عن أوكسفورد إيكونوميكس. وتشير التقديرات المنشورة من "توريزم إيكونوميكس" إلى أن أعداد الزوار قد ارتفعت بنحو 25% في عام 2021، بعد أن كانت قد انخفضت بنسبة 58% في عام 2020. ورغم استمرار تحسن التوقعات المستقبلية، إلا أنه من غير المرجح أن تعود أعداد الزوار إلى مستوياتها قبل الأزمة حتى عام 2023<sup>7</sup>.

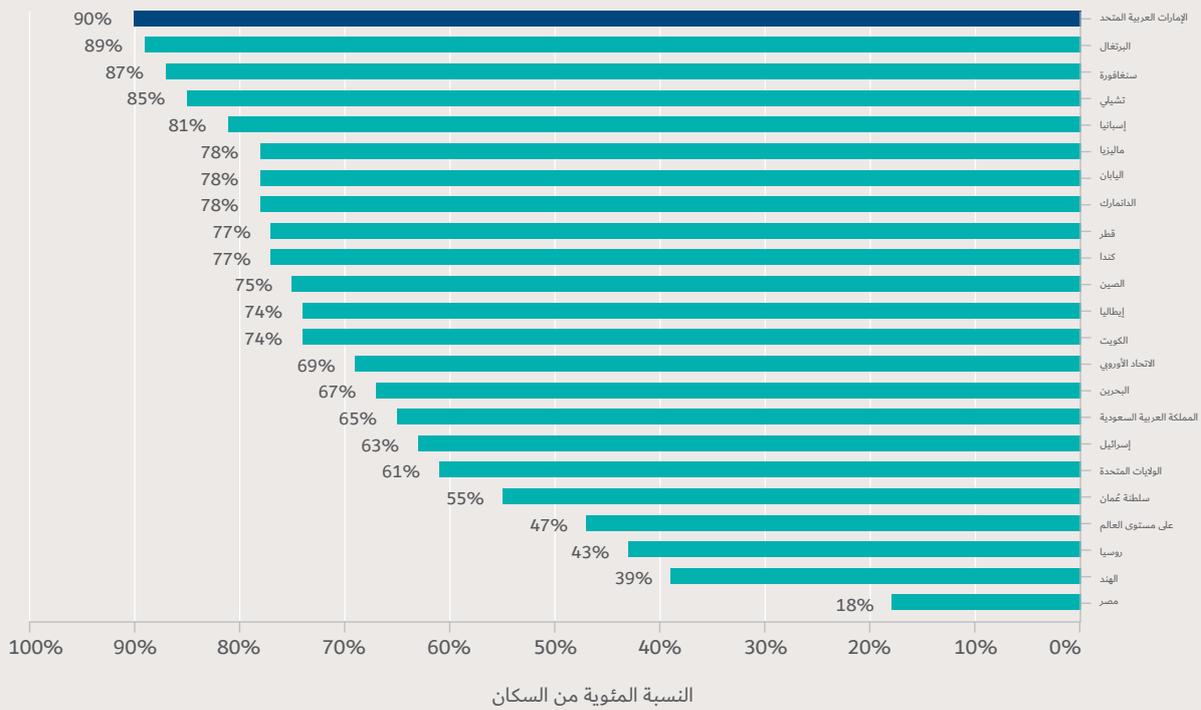
الجائحة، مثل السفر المحلي وزيارة مراكز التسوق وارتياح دور السينما والنشاطات الاجتماعية بشكل أوسع، في الربع الأخير من العام مقارنةً بالربع الثالث.

انتهى العام الماضي بأداء يبعث على التفاؤل، مع تحسن التوقعات واستمرار التعافي الاقتصادي، ونرى عام 2022 ينطلق بأداء مستقر من أسس راسخة، ومن المتوقع أن تستفيد المنطقة من الابتكار المتواصل في السياسات ومن التعافي المستمر لقطاع السياحة والتعافي العالمي التدريجي.

ورغم أن هذا النموذج الجديد للعمل لا يزال في بدايته، ولم يظهر التأثير الكامل له بعد، إلا أنه من المتوقع أن يُحفز ذلك قطاع التسلية والترفيه، إذ يصبح لدى السكان مزيد من أوقات الفراغ للاستمتاع بها والترفيه عن أنفسهم<sup>9</sup>.

تُسهم جميع هذه العوامل في تعزيز ثقة المستهلكين، مع تحسّن الرؤى بشأن التوقعات المستقبلية. وتؤكد التغييرات السلوكية على استمرار عودة الحياة إلى طبيعتها، مع تراجع الأنشطة التي ظهرت خلال الجائحة، مثل الطهي والخبز في المنزل وكذلك البث عبر الإنترنت والتعلّم الإلكتروني. وفي المقابل، زادت أنشطة التسلية التي كانت تُمارَس قبل

### نسبة السكان المطعمين بشكل كامل ضد فيروس كورونا المتحدة



بفضل جهود التطعيم الدؤوبة، تأتي دولة الإمارات العربية المتحدة في مقدمة الدول الأكثر تطعيمًا على مستوى العالم

المصدر: عالمنا في بيانات

# اقتصاد التجزئة في الإمارات العربية المتحدة



مول الإمارات

والترفيه. وتشمل فئة تجارة التجزئة العامة الأتعممة والمشروبات والأدوية والمستلزمات الصحية والفنادق والسوق الحرة والإلكترونيات والمفروشات المنزلية.

شهد اقتصاد التجزئة تحولات مثيرة خلال العام الماضي، حيث بدأ بالتعافي من آثار الجائحة وانتهى بثلاثة أشهر من الازدهار، مع تعافي قطاع السياحة الدولية وافتتاح معرض "إكسبو 2020"، وتتناول في هذا القسم مقارنة لبيانات عام 2019 بالكامل ونستعرض التغيرات والاضطرابات التي طرأت خلال عام 2020، والذي شهد ذروة التبعات المرتبطة بالجائحة.

تخطى اقتصاد التجزئة مستوياته في 2019، إذ ارتفع إنفاق المستهلكين بنسبة 4.5 في عام 2021 مقارنةً بعام 2019، وذلك بحسب بيانات نقاط البيع الخاصة بمجموعة ماجد الفطيم، والتي تغطي ما يقرب من ربع المعاملات المعتمدة على البطاقات وحوالي 10 إلى 15% من جميع المعاملات في دولة الإمارات.

ينقسم اقتصاد التجزئة إلى قطاعات محلات الهايبر ماركت والسوبر ماركت، وتجارة التجزئة العامة، والأزياء، والتسليّة



اقتصاد التجزئة في دولة الإمارات يواصل النمو  
بيانات نقاط البيع من 2019 إلى 2021

ومع أن بيانات عام 2021 بالكامل تُظهر أن الإنفاق العام في اقتصاد الإمارات انخفض بنسبة 5.9% مقارنةً بعام 2019، إلا أن الربع الأخير من عام 2021 شهد نموًا بنسبة 6.1%. ويمكن عزو الانخفاض في الإنفاق في الغالب إلى القطاعات الأخرى غير قطاع التجزئة، والذي يشمل شركات الطيران والخدمات الحكومية والنقل، والتي يُتوقع أن تستمر في التعافي في عام 2022.

استمر انخفاض إقبال المستهلكين على مراكز التسوق في عام 2021 مقارنةً بعام 2019، مما يدل على أنه لا يزال هناك مجال للتحسن حتى يتحقق التعافي الكامل من آثار الجائحة. ومع ذلك، ارتفع معدل إقبال المستهلكين على مراكز التسوق التابعة لـ ماجد الفطيم على مدار العام، حيث ارتفع بنسبة 11% في الربع الرابع من 2021 مقارنةً بالربع الثالث من نفس العام.

وبشكل أوسع وباستثناء كل من القطاعات غير قطاع التجزئة وقطاع التسلية والترفيه<sup>10</sup> فقد زاد الإنفاق في جميع قطاعات الاقتصاد مقارنةً بعام 2019. ورغم أن بعض تلك الزيادة يرجع إلى التحول من المدفوعات النقدية إلى الدفع بالبطاقات، إلا أن التوجه العام لا يزال واضحًا.

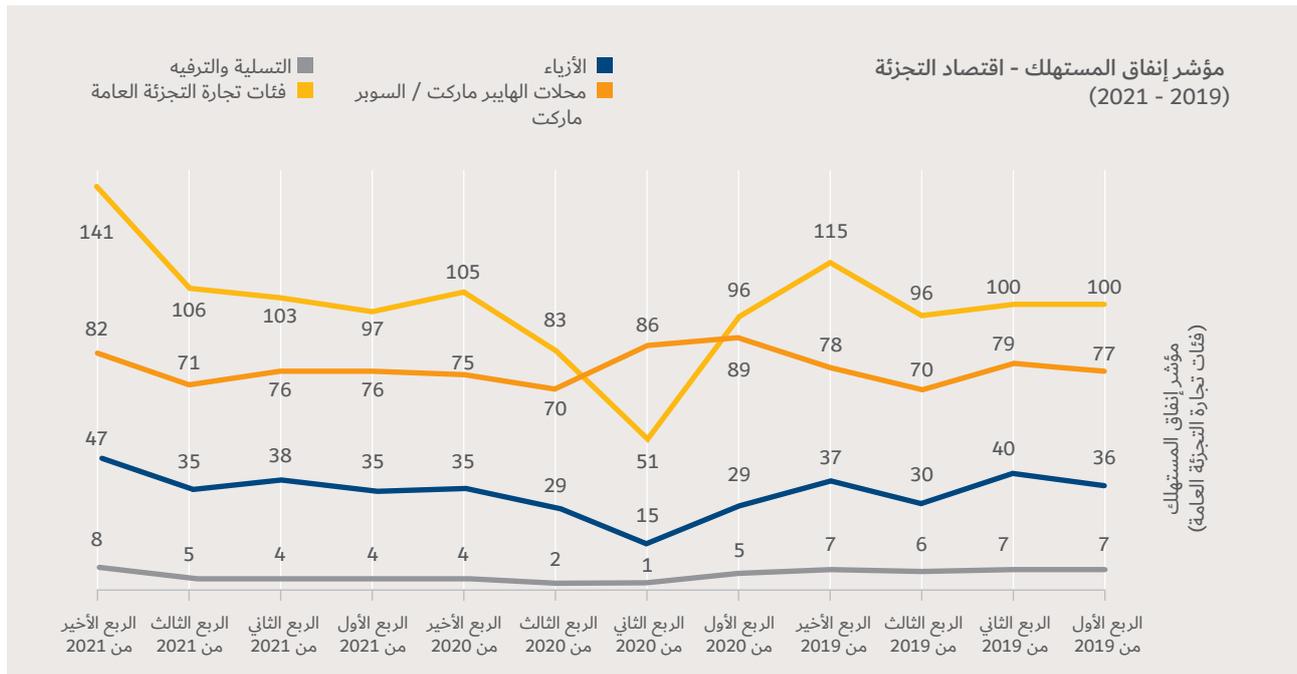
**ماركت والسوبر ماركت بنسبة 170%** وانخفض الإنفاق في المتاجر بنسبة 10% خلال الفترة من 2019 إلى 2021.

حققت فئة الأزياء نموًا بنسبة 8.1% في عام 2021 مقارنةً بعام 2019، بمتوسط نمو قدره 2% في الثلاثة أرباع الأولى من العام وبنمو قدره 24.6% في الربع الأخير من العام. كذلك، ارتفع متوسط قيمة المعاملات بنسبة 15% في عام 2021 مقارنةً بعام 2019، رغم بقاء متوسط وتيرة الإنفاق على الأزياء دون تغيير يُذكر<sup>11</sup>.

**وتُظهر بيانات نقاط بيع ماجد الفطيم زيادة الإنفاق على فئات تجارة التجزئة العامة بنسبة 8.4% في عام 2021 مقارنةً بعام 2019.**

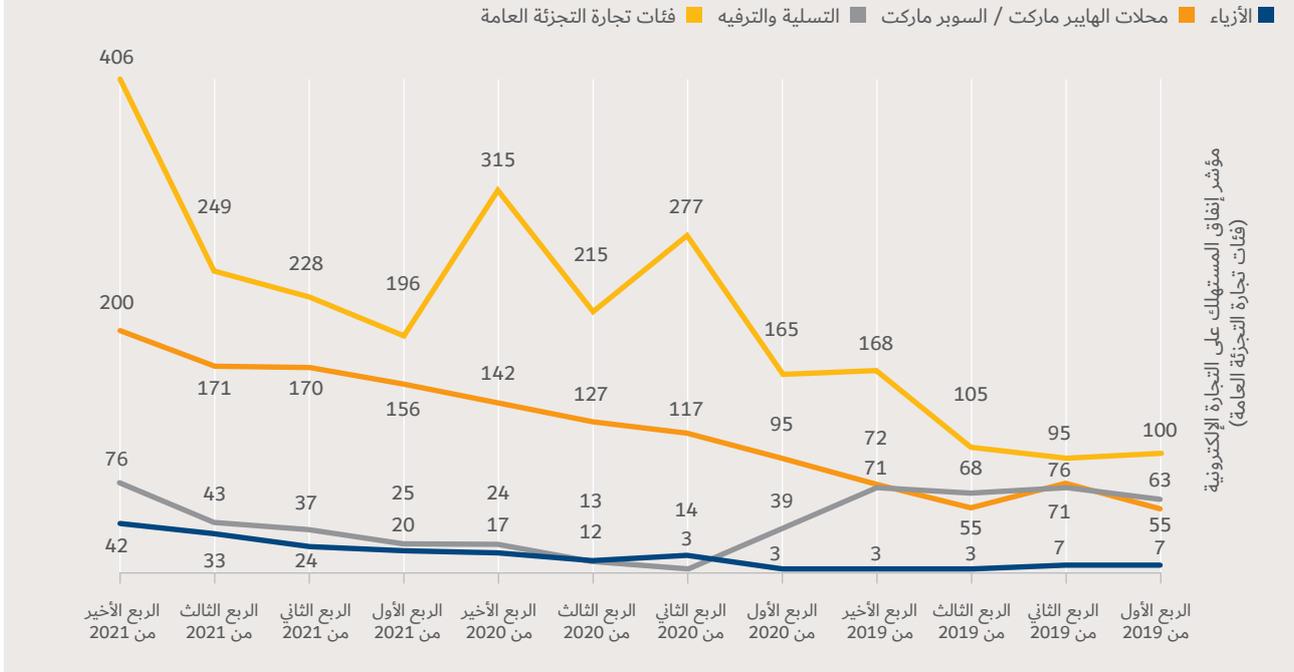
**تجاوز الإنفاق في محلات الهايبر ماركت والسوبر ماركت في عام 2021 معدل الإنفاق في 2019 بنسبة 0.5%**. في حين انخفض الإنفاق بنسبة 5% مقارنةً بعام 2020، الذي وصل فيه حجم الإنفاق إلى معدل قياسي، حيث تسببت التغيرات السلوكية الناجمة عن جائحة فيروس كورونا المستجد في تعزيز الإنفاق.

وترجع الزيادة البسيطة في الإنفاق في عام 2021 مقارنةً بعام 2019 إلى الانخفاض بنسبة 1.9% في الإنفاق في مراكز التسوق والزيادة بنسبة 2.2% في الإنفاق في غيرها. وترجع الزيادة في الإنفاق في غير مراكز التسوق إلى الإنفاق عبر التجارة الإلكترونية، في حين زاد الإنفاق في محلات الهايبر



سجلت جميع القطاعات نموًا في الربع الرابع من العام مقارنةً ببداية عام 2019. سجلت فئات تجارة التجزئة العامة نموًا بنسبة 8.4% في عام 2021 مقارنةً بعام 2019، وبنسبة 5% مقارنةً بعام 2020. وتعدّ فئات تجارة التجزئة العامة في الربع الأول من 2019 أساس 100 لتجارة التجزئة العامة في الربع الأول من 2019.

### مؤشر إنفاق المستهلك على التجارة الإلكترونية - اقتصاد التجزئة (2021 - 2019)



تنمو التجارة الإلكترونية بشكل سريع، إذ يفضل المستهلكون تجربة الشراء المريحة  
بيانات نقاط البيع من 2019 إلى 2021؛ وتم تعديل تطور مبيعات بيانات نقاط البيع على أساس 100 لتجارة التجزئة العامة في الربع الأول من 2019

تشمل هذه الأفلام "Spider-Man: No Way Home" (25%)، و"الكمين" (14%)، و"Eternals" (7%)، و"Kurup" (5%). ويأتي هذا بعد فترة طويلة من الانخفاض في عدد الأفلام الجديدة في بداية العام.

رغم تراجع فئة التسلية والترفيه بنسبة 26.9% في عام 2021 مقارنةً بعام 2019، إلا أن اتجاه النمو الشهري في عام 2021 مقارنةً بعام 2019 سجل نموًا وتعافيًا بطيئًا، لكنه مظهر، كما حقق المزيد من النمو في آخر شهرين من العام 2021.

تعافت دور السينما في عام 2021 من التراجع الحاد الذي شهدته في عام 2020 بسبب الجائحة، لكن ليس بالقدر الكافي لتجاوز مستويات ما قبل الجائحة. ورغم أن الإنفاق كان أقل بنسبة 8% في الربع الأخير من عام 2021 مقارنةً بنفس الفترة من عام 2019، إلا أن القطاع شهد نموًا بنسبة 14% في شهر نوفمبر و16% في شهر ديسمبر، نتيجة إطلاق أفلام جديدة في دور السينما.

حيث ارتفعت إلى 33% في نهاية الربع الأخير من العام بعد أن كانت 29% في الأشهر الثلاثة السابقة. كما ارتفعت مستويات الثقة، إذ يرى 92% من المشاركين أن اقتصاد دولة الإمارات في وضع جيد، مقارنةً بنسبة 85% في الربع الثالث<sup>12</sup>.

وبالنظر إلى المستقبل، فإن التوقعات جيدة، إذ يُتوقع أن تؤدي التغييرات في أيام العمل وزيادة تطبيق نظام العمل المرن والمتنوع إلى زيادة الثقة ودعم النمو الاقتصادي.

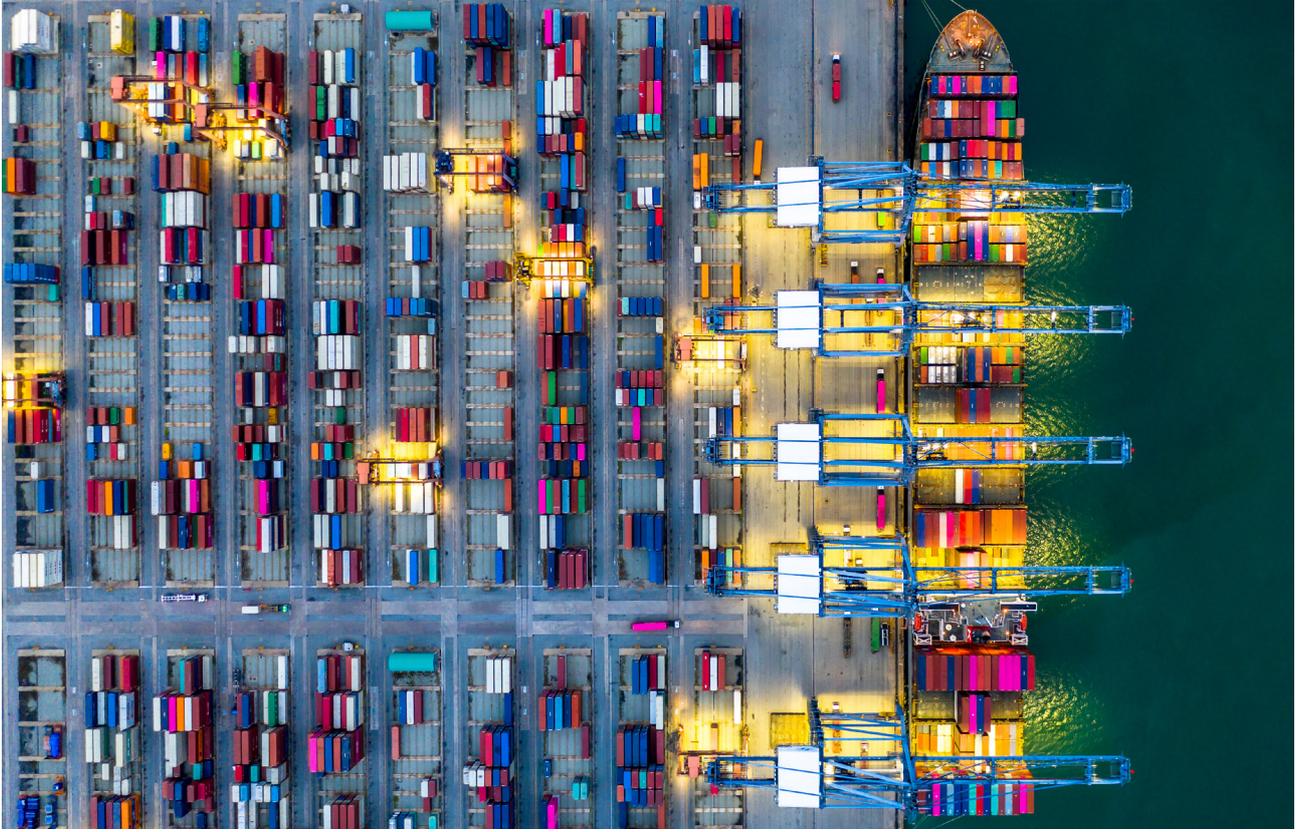
**ويبدو أن تفضيلات المستهلكين قد تغيرت إلى مجالات أخرى في قطاع التسلية والترفيه، وهي التي شهدت زيادة في حصص الإنفاق.** وتشمل تلك المجالات الترفيه والملاهي الليلية (2.1 ضعفًا مقارنةً بعام 2019)، ومعالج الجذب السياحية (1.3 ضعفًا مقارنةً بعام 2019)، وألعاب الفيديو (1.5 ضعفًا مقارنةً بعام 2019).

وفي دلالة على ارتفاع ثقة المستهلكين وشعورهم براحة أكبر في الخروج والاستمتاع بالأنشطة الترفيهية، ارتفعت معدلات التخطيط لزيارة الوجهات المحلية والمنتزهات الترفيهية ووجهات التسلية والترفيه.

هناك تحسن مستمر في ثقة المستهلكين وآرائهم. فوفقًا لاستبيان "مختبر السعادة" الذي أجرته شركة ماجد الفطيم، ترتفع مستويات التفاؤل بشأن المستقبل بشكل مستمر،



انتعش قطاع التسلية والترفيه وعاد إلى مسار النمو  
المصدر: بيانات نقاط البيع من 2019 إلى 2021



ميناء جبل علي، دبي

## المقارنة بعام 2020

تتضح الاضطرابات الناجمة عن الجائحة أيضًا في الإنفاق على التجارة الإلكترونية، والذي ارتفع بنسبة 31.5% في عام 2021 مقارنة بعام 2020، في حين ارتفع معدل انتشارها بنسبة 1% ليصل إلى 10% بعد أن كان 9%. وقد حدث الجزء الأكبر من النمو في الإنفاق على التجارة الإلكترونية خلال الجائحة في عام 2020.

عند المقارنة ببيانات الإنفاق في عام 2020، نجد أن عام 2021 كان هو عام التعافي، والذي بدأ بقوة في الربع الثاني من العام.

هناك بعض التشويش في هذه البيانات، إذ لا بد من النظر إلى معدلات النمو المرتفعة مع الأخذ بعين الاعتبار الانخفاض الشديد الذي شهدناه في عام 2020 والنمو الإيجابي الذي تحقق في عام 2021. فقد ارتفع الإنفاق في اقتصاد التجزئة بنسبة 19.5% في عام 2021 مقارنة بعام 2020، فيما ارتفع الإنفاق في الاقتصاد الكلي بنسبة 16.9%.

وبخلاف فئة محلات الهايبر ماركت والسوبر ماركت، حققت جميع فئات اقتصاد التجزئة نموًا في عام 2021 مقارنة بعام 2020. ويرجع ذلك إلى الازدهار غير الطبيعي في الإنفاق في محلات الهايبر ماركت والسوبر ماركت في عام 2020 حين كانت الجائحة في ذروتها ومسارعة المستهلكين لتخزين احتياجاتهم من البقالة.

# الرؤى الاستهلاكية: تجارب الشراء المريحة والتجارة الإلكترونية والواقع المادي والرقمي (phygital)



كارفور سيتي+، مول الإمارات

كذلك، تُظهر بيانات نقاط البيع استمرار ازدهار التسوق الإلكتروني، حيث ارتفع الإنفاق بنسبة 104% في عام 2021 مقارنةً بعام 2019. كما حدثت زيادة في معدل انتشاره خلال نفس الفترة ليرتفع من 5% في عام 2019 إلى 10%. كما أن معظم الإنفاق عبر الإنترنت كان من جانب المقيمين على عروض محلات الهايبر ماركت أو السوبر ماركت وعروض تجارة التجزئة العامة عبر الإنترنت.

**استمر نمو الإنفاق عبر الإنترنت في الربع الأخير من 2021،** حيث ارتفع بنسبة 46.1% عن الربع الثالث من العام، وارتفع معدل الانتشار أيضًا بنسبة 2% ليصل إلى 12%.

**لا يزال هناك تحسن في آراء المستهلكين وانطباعاتهم،** وتبدو التطلعات المستقبلية إيجابية، كما أصبحت لدى السكان ثقة في اتجاه الدولة. ورغم أن أكثر من 88% من سكان الإمارات إما على وعي تام بأخبار متحور أوميكرون، أحد متحورات فيروس كورونا، أو لديهم بعض المعلومات عنه، إلا أن مستويات القلق بشأن تأثيره لا تزال منخفضة لدى الغالبية منهم، بحسب أبحاثنا<sup>13</sup>.

وإزاء هذه الخلفية، استمرت العديد من الاتجاهات كما هي، ومن بينها البحث عن تجربة الشراء المريحة وإعطاء الأولوية لها، والجمع بين الواقع المادي والواقع الافتراضي، وهو ما يُطلق عليه اسم "phygital"، ونمو التجارة الإلكترونية. ومن المتوقع أن تستمر هذه التغيرات في سلوك المستهلكين في عام 2022.

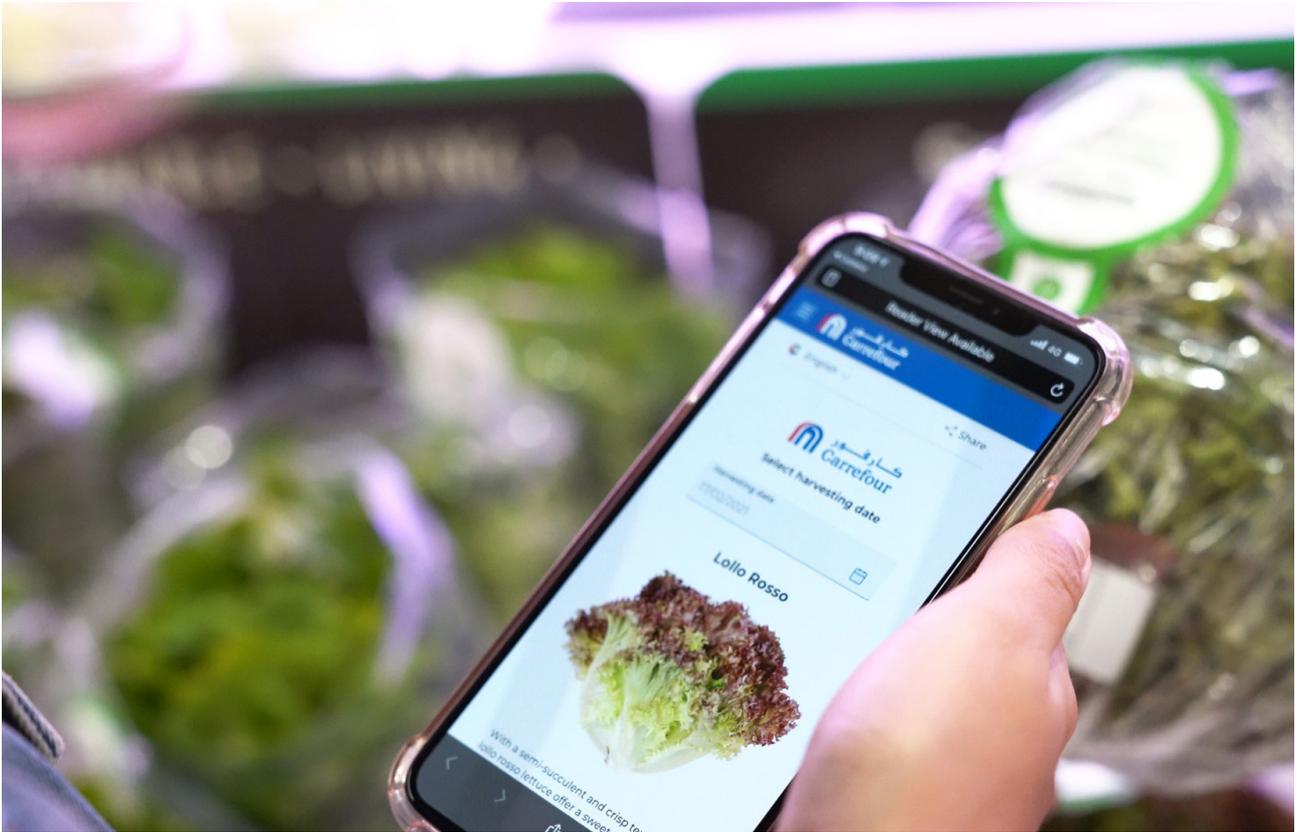
## ازدهار التجارة الإلكترونية

**أصبحت المنصات الإلكترونية هي التي تسيطر حاليًا على "الدعوة للشراء".** كما يتطور وعي المستهلكين بالمنتجات والخدمات المتاحة عبر المنصات الإلكترونية والإعلانات. وتُظهر البيانات أن واحدًا على الأقل من كل 10 أشخاص يشتري المنتجات مباشرةً من خلال اللوحات والملصقات الإعلانية الإلكترونية.

فيما يتعلق بفئة البقالة والأغذية، أصبح المستهلكون يقسمون مشترياتهم بالتساوي بين المشتريات الإلكترونية والتقليدية. وتراجع عدد المستهلكين الذين يتسوقون بالشكل التقليدي مباشرةً من المتاجر بنسبة 16%، في حين صرّح عدد قليل للغاية من المستهلكين أنهم يتسوقون عبر الإنترنت فقط.

وتؤدي أساليب التسوق الجديدة إلى الانتشار المتزايد لتجربة "الواقع المختلط بين المادي والرقمي (phygital)"، والتي تجمع بين التسوق التقليدي المباشر والتسوق الإلكتروني. وتشمل هذه التوجهات البحث عن المنتجات عبر الإنترنت (webrooming)، حيث يبحث المستهلكون عن المنتجات التي يريدون شرائها عبر الإنترنت ويقيمونها قبل شرائها واستلامها في المتجر، واستعراض المتاجر (showrooming)، حيث يستعرض المستهلكون المنتجات ويتفحصونها في المتجر قبل شرائها عبر الإنترنت.

وفيما يتعلق بجميع الفئات، قال 59% من المشاركين أنهم يستكشفون العروض المتاحة عبر الإنترنت أولاً قبل شراء أي منتج. كما أصبح المستهلكون يتبعون نمطًا مختلطًا بين تجارب التسوق عبر الإنترنت والتسوق التقليدي بشكل متزايد، ويسعى تجار التجزئة إلى توفير تجربة متسقة للمستهلكين عبر جميع القنوات.



ماجد الفطيم تعتمد تكنولوجيا "البلوك تشين" في متاجرها، مما يسمح للمستهلكين بالتسوق بشكل أكثر استدامة

## متجر المستقبل

كذلك، يمثل الواقع الافتراضي جزءًا أساسيًا من رؤيتنا، بحيث تتيح الفرصة للمتسوقين لإكمال جميع مشترياتهم عبر الواقع الافتراضي.

بالنسبة للتجار، تزيد هذه التوجهات من الحاجة إلى فهم ما يريده المستهلكون وتوفيره لهم بطريقة جذابة وفي الوقت المناسب. وتتواصل جهود ماجد الفطيم لتعزيز تجربة العملاء، الشخصية والرقمية، بتطوير مفهوم "متجر المستقبل"<sup>14</sup>.

متجر المستقبل هو متجر تجزئة متعدد القنوات يعتمد على البيانات والذكاء الاصطناعي لتوفير تجربة تسوق محسنة ومريحة. فإذا ما تمكّنا من فهم سلوك العملاء واحتياجاتهم ومتطلباتهم بشكل أكبر، والترحيب بهم بأسمائهم عند وصولهم إلى المتجر، سنوفر لهم تجربة تسوق كاملة تتناسب مع احتياجاتهم وشخصياتهم.



## نظرة على الاستدامة



حقائب التسوق القابلة لإعادة الاستخدام، كارفور، ماجد الفطيم - تجارة التجزئة

وتُظهر هذه الإجابات وجود فرصة لتحقيق مزيد من التقدم في هذا الجانب، وتعمل حكومة أبوظبي بالفعل على إطلاق مبادرة لحظر استخدام الأكياس البلاستيكية ذات الاستخدام الواحد<sup>15</sup> والمصاصات البلاستيكية والأطباق وأدوات المائدة التي تُستخدم في الوجبات الجاهزة. كما تجري دراسة إطلاق برنامج لتقديم حوافز في حالة إعادة العبوات.

ترى شركة ماجد الفطيم أن الاستدامة<sup>16</sup> من الواجبات الأخلاقية والمسؤوليات الأساسية لكل واحد من أصحاب المصلحة. وقد التزمت الشركة بالتخلي تمامًا عن استخدام المنتجات البلاستيكية ذات الاستخدام الواحد بحلول عام 2025<sup>17</sup>، فلن تستخدم المصاصات البلاستيكية أو الأكياس البلاستيكية بعد ذلك وستقلل من مواد التغليف المُهدرة.

وإلى جانب التزام الشركة بتحقيق المحصلة الإيجابية للمناخ بحلول عام 2040، يؤكد ذلك على سعينا الجاد بصفة يومية لدعم عملائنا وأصحاب المصلحة في التغلب على التحديات البيئية والتجارية الأكثر إلحاحًا في المنطقة.

يتزايد اهتمام الناس حول العالم بالاستدامة ومشاركتهم في الأنشطة ذات الصلة بها، ولا شك أن هذا التغيير السلوكي سيستمر، إذ أصبح المستهلكون أكثر انتباهًا للمنتجات التي يشترونها ويدعمون المنتجات ذات التصنيفات الجيدة في جانب الاستدامة والأهداف البيئية.

وتتضح هذه التغييرات في الاستبيانات التي أجريناها لآراء المستهلكين، فقد أعرب 57% من المشاركين عن حاجتهم للمساعدة في تقليل استخدامهم للبلاستيك، في حين يريد غالبية المشاركين شراء منتجات من العلامات التجارية المستدامة.

ومن المتوقع أن يصبح ذلك من التوجهات الأساسية في عام 2022 وما بعده، إذ تُظهر البيانات أهمية تحقيق التعاون بين الجهات المعنية لإحداث التغيير المطلوب والدائم. وقد أعرب 4 من بين كل 10 مشاركين في الاستبيان الذي أجرته مؤسسة ماجد الفطيم عن رغبتهم في اتباع ممارسات إعادة التدوير، لكنهم يعتقدون أن ذلك ليس بالأمر السهل، مما يؤكد على ضرورة إطلاق مبادرات لتوعية المستهلكين بهذا الشأن. ورغم أن معظم المشاركين قالوا إنهم يفضلون العلامات التجارية المستدامة، إلا أن غالبيتهم يعتقدون أن مراعاة ذلك في مشترياتهم أمر مكلف ويرون أن العلامات التجارية والمنتجات والخدمات الآمنة على البيئة ذات تكلفة أعلى.

## الاتجاه القادم: اشترِ الآن وادفع لاحقاً

للبيانات الصادرة عن "وورلد باي"<sup>18</sup> وتقود أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية وأستراليا النمو في هذا الاتجاه، والذي بدأ في الانتشار في دول مجلس التعاون الخليجي<sup>19</sup>. ويُظهر تقييم برامج "اشترِ الآن وادفع لاحقاً" أن 36% من سكان الإمارات استخدموا بالفعل هذه الأنواع من التسهيلات<sup>20</sup>.

**يُظهر توزيع بيانات معاملات "اشترِ الآن وادفع لاحقاً" في عام 2021 في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا أن قطاع الأزياء جاء في المرتبة الأولى، بنسبة 35% من جميع المعاملات، يليه قطاع مستلزمات التجميل والعناية الشخصية، ثم الإلكترونيات، بحسب بيانات آراء المستهلكين التي جمعتها شركة ماجد الفطيم.**

وبينما يعمل تجار التجزئة في دولة الإمارات على موازنة نماذج عملهم مع تلك التغيرات في تفضيلات المستهلكين، فمن المرجح أن تصبح الشراكات مع الشركات الناشئة المحلية وشركات التقنيات المالية وموفري خدمات الائتمان<sup>21</sup> أكثر انتشاراً.

خلال الجائحة، شهد العالم زيادة هائلة في معاملات "الشراء الآن والدفع لاحقاً"، مع الإقبال الهائل على التطبيقات التي تتيح للمستهلكين دفع نسبة معينة من إجمالي سعر شراء المنتج ودفع باقي المبلغ بالتقسيط.

ورغم أن هذا يعكس إلى حد ما الشكوك الاقتصادية التي فرضتها الجائحة، إلا أنه من المتوقع أن يستمر هذا الاتجاه، وليست دول مجلس التعاون الخليجي ببعيدة عنه. فظروف السوق والخصائص الديموغرافية للعملاء في الوقت الراهن تلعب دوراً هاماً في اعتماد خدمات "اشترِ الآن وادفع لاحقاً" وتنميتها. فالعملاء، وخاصة الشباب والمهتمون بالتكنولوجيا، يبحثون بجد عن تجارب التسوق المريحة، ومن بينها خيارات الدفع نظير مشترياتهم.

ولا شك أن خدمة "اشترِ الآن وادفع لاحقاً" تمنح هؤلاء المستهلكين وسيلة بسيطة لتقسيم مدفوعاتهم، مما يمنحهم السيطرة على نفقاتهم وتدفعاتهم النقدية ويسمح لهم بالشراء حتى عند عدم امتلاك المبلغ الكامل.

وعلى الصعيد العالمي، ارتفعت حصة معاملات "اشترِ الآن وادفع لاحقاً" من سوق مدفوعات التجارة الإلكترونية المحلية لتصل إلى 2.1% في عام 2021، ومن المتوقع أن تتضاعف هذه النسبة إلى 4.2% بحلول عام 2024، وفقاً



هواتف ذكية معروضة في كارفور، ماجد الفطيم - تجارة التجزئة

# السفر والسياحة: استمرار رحلة التعافي القوي



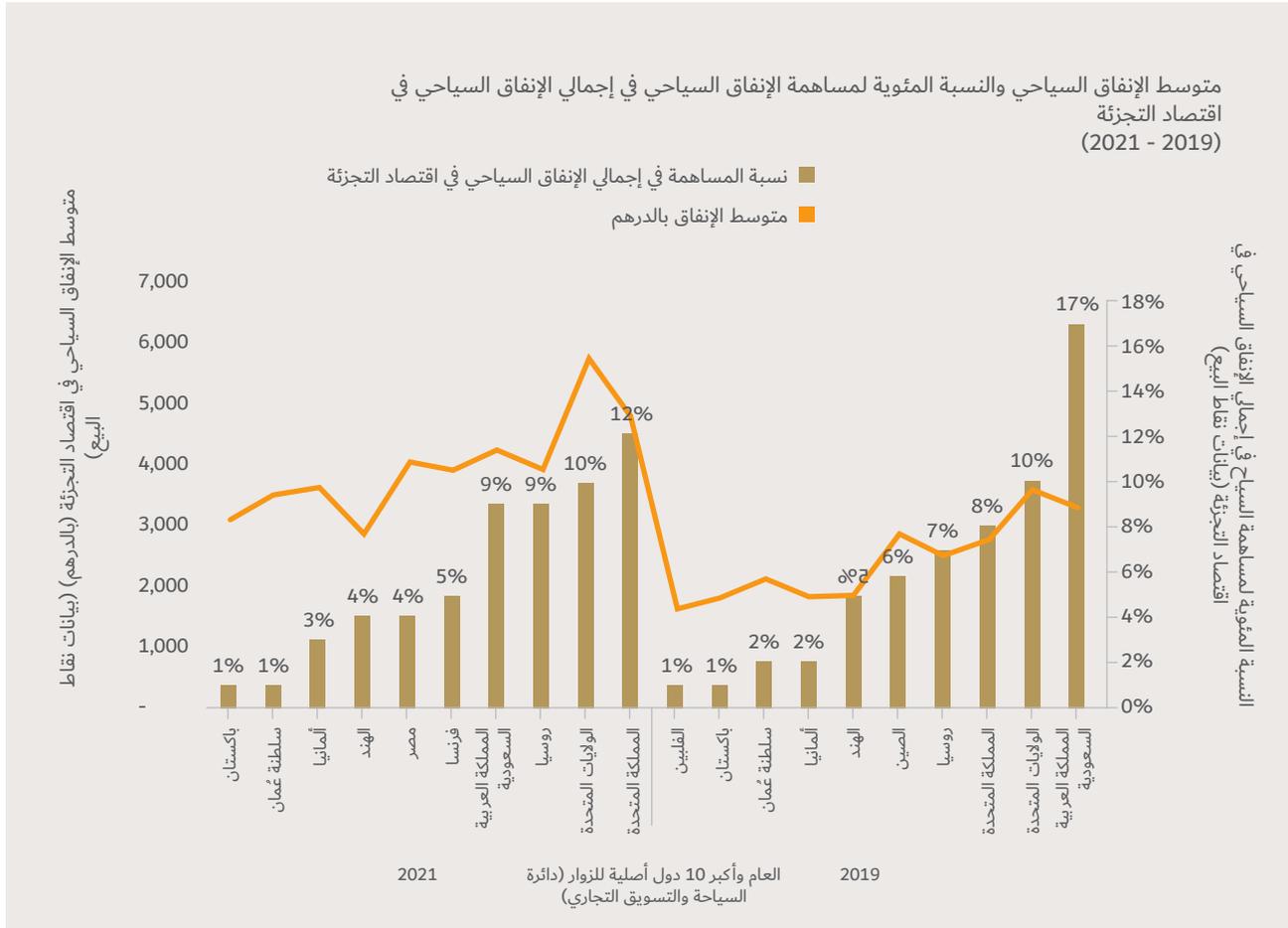
القرية العالمية، دبي

**ارتفع الإنفاق السياحي على اقتصاد التجزئة بنسبة 57% في الربع الأخير من عام 2021** مقارنةً بنفس الفترة من عام 2019، نتيجة النمو في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية والولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا وروسيا. وعند مقارنة الربع الأخير من العام بالربع الثالث، نجد أن الإنفاق السياحي ارتفع بنسبة 112%، بفضل الزوار القادمين من المملكة العربية السعودية وروسيا والمملكة المتحدة.

**وارتفع متوسط فترات الإقامة وحجم الإنفاق.** فقد ارتفع متوسط قيمة المعاملات، وفقاً للبيانات الخاصة بمجاد الفطيم، والتي تغطي حوالي 25% من معاملات البطاقات.

ساعد التقدم الكبير في برنامج التطعيم في المنطقة وسلاسة التعامل مع الجائحة في إنعاش قطاع السفر والسياحة، ومن المتوقع أن يستمر هذا الاتجاه.

شهدت الأشهر الثلاثة الأخيرة من العام أداءً مميّزًا، بفضل إقامة معرض "إكسبو 2020" والتخفيف من القيود المفروضة بسبب الجائحة وتحسّن معدلات التطعيم حول العالم، إلى جانب النمو في السياحة الدولية. كذلك، ارتفع **الإنفاق السياحي في اقتصاد التجزئة بنسبة 22% في عام 2021 مقارنةً بعام 2019، ويرجع 74% من النمو إلى الزيادة الكبيرة في الإنفاق السياحي في الربع الأخير من العام.**



المصدر: بيانات نقاط البيع، من 2019 إلى 2021، وتقرير دائرة السياحة والتسويق التجاري، لعام 2021 من بدايته حتى شهر نوفمبر

رغم أن عدد الزوار في عام 2021 كان أقل منه في عام 2019، إلا أن فترات الإقامة في دبي ارتفعت، إذ وصل المتوسط إلى 4.6 ليلة في عام 2021 حتى شهر نوفمبر مقارنة بـ 3.4 ليلة في عام 2019 حتى شهر أكتوبر. كذلك، ارتفع حجم إنفاق الزوار خلال مدة إقامتهم في الإمارة، إذ ارتفع متوسط الإنفاق لكل بطاقة بنسبة 57% مقارنةً بمستويات عام 2019.

ومن المفترض أن تساعد العروض الدولية التنافسية والقواعد الجديدة للتأشيرات واستمرار معرض "إكسبو 2020" في زيادة أعداد الزوار، إذ يُتوقع أن يرتفع عدد السياح، وإن كانوا من مستويات منخفضة، بنحو 60% في عام 2022، بحسب بيانات أكسفورد إيكونوميكس.

جذب معرض "إكسبو 2020 دبي" 9 ملايين زائر خلال أول ثلاثة أشهر له<sup>22</sup>، ثلثهم من خارج دولة الإمارات. وقد ساهم معرض إكسبو في انتعاش قطاع الفنادق، إذ ارتفع متوسط السعر اليومي والعائد من كل غرفة متاحة في دبي بدرجة كبيرة خلال الأشهر الأولى للمعرض.

ارتفع معدل إشغال الفنادق في دبي ليصل إلى 82% في شهر أكتوبر<sup>23</sup>، في حين ارتفع متوسط السعر اليومي والعائد من كل غرفة متاحة خلال الأشهر الأولى لمعرض إكسبو بدرجة أكبر من الفترات المماثلة خلال السنوات السابقة. وقد ساعد هذا، إلى جانب استضافة "بطولة كأس العالم للكريكيت تي توينتي T20 للرجال"، في تعزيز متوسط السعر اليومي للغرف الفندقية في دبي ليصل إلى 981 درهماً (حوالي 267 دولار) خلال شهر أكتوبر، وهو مستوى مشابه للأسعار التقليدية في رأس السنة الجديدة، وفقاً للبيانات الصادرة عن "إس تي آر جلوبال"<sup>24</sup>.

# العقارات السكنية: أفضل أداء منذ عام 2014



Tilal Al Ghaf, Majid Al Futtaim Communities

سجّلت دبي مبيعات عقارية بقيمة 142.5 مليار درهم من خلال أكثر من 57,500 صفقة حتى منتصف شهر ديسمبر 2021، وفقاً للبيانات الصادرة عن دائرة الأراضي والأملك في دبي، مقارنةً بـ 35,434 معاملة بقيمة 72.49 مليار درهم في العام الماضي.

ورغم أن سوق العقارات السكنية سيواصل النمو في عام 2022، إلا أنه من المتوقع أن يكون الانتعاش دورياً ومتوافقاً مع الدورات الاقتصادية المتعاقبة. ومن المتوقع أن تواصل **مناطق الفيلات والشقق السكنية الفخمة التعافي بوتيرة أسرع**، في حين يُتوقع أن تنمو معظم مناطق الشقق ميسورة التكلفة ذات المعروض الكبير بوتيرة أبطأ.

واصل سوق العقارات الازدهار، ليسجل أفضل أداء له منذ عام 2014 بفضل الإصلاحات السوقية والتنظيمية وإقامة معرض إكسبو وتحسّن مستويات الثقة.

كذلك، واصلت الجهات التشريعية مواءمة القوانين والمعايير الإماراتية مع الأسواق العالمية، لتصبح المنطقة أكثر جاذبية للمستثمرين والوافدين. كما أسفر برنامج التأشيرات الذهبية وتعامل الدولة مع الجائحة عن ارتفاع مستويات الثقة.

وجاء تحرير نظام إصدار الرخص التجارية وكذلك إصلاحات إجراءات الإقامة والجنسية لتؤكد سعي دولة الإمارات لجذب المستثمرين.

وشهدت الأشهر القليلة الأخيرة من عام 2021 أداءً مذهلاً لدولة الإمارات وارتفعت مستويات الثقة، مما يعني أن الدولة ستواصل جذب المقيمين والسياح والمستثمرين. ومن المفترض أن تؤدي الإجراءات الرامية إلى تحسين معدلات النمو طويل الأجل إلى تعزيز الطلب على العقارات وأن يتعافى سوق العقارات بوتيرة مستدامة.

ومن المتوقع أن يشهد السوق مزيداً من التحولات، إذ تُظهر البيانات إقبال الناس على الانتقال إلى وسط المدينة، فقد أعرب 25% من السكان عن تفكيرهم في الانتقال إلى وسط المدينة مقارنةً بالأماكن التي يقيمون فيها حالياً.



البحيرة الترفيهية، تلال الغاف، مجتمعات ماجد الفطيم

# الخاتمة



ماجيك بلانيت، مول الإمارات

التوجهات البارزة، مثل البحث عن المنتجات عبر الإنترنت “webrooming” واستعراض المتاجر “showrooming” واستخدام الواقع الافتراضي، في المستقبل.

يُعد استغلال البيانات والتكنولوجيا والابتكار في غابة الأهمية لتحسين تجربة التسوق في جميع مجالات الترفيه والترفيه. كما أنه من المرجح أن يستمر الاهتمام القوي من جانب المستهلكين بالاستدامة والجوانب البيئية في الارتفاع.

تتميز منطقتنا باستمرار التعامل الجيد مع الجائحة والسيطرة عليها، ويبدو أن الفترة الأسوأ قد مرت بسلام، حتى مع ظهور المتحور الجديد.

بينما نواصل سعيينا نحو التميز، نحرص في شركة ماجد الفطيم على الالتزام بالمعايير التي أرساها مؤسس الشركة، السيد ماجد الفطيم، لبناء مستقبل واعد بالاعتماد على الابتكارات والغايات الراسخة، مع الالتزام بالقيم الأساسية التي غرسها في جميع أنحاء الشركة.

ومع بداية عام 2022، يبدو الاقتصاد في وضع مواتٍ لمواصلة الازدهار، كما أن ثقة المستهلكين ما زالت مرتفعة، مما يمهد الطريق لمزيد من النجاح والنتائج المثمرة خلال هذا العام.

بعد بضع سنوات من الصعوبات، شهد عام 2021 تحولات كبيرة وأصبح الطريق ممهدًا للنجاح في عام 2022.

واصلت قطاعات تجارة التجزئة والتسليه والترفيه تحسّنها وساعدها في ذلك كلٌّ من معرض “إكسبو 2020 دبي” وأنماط العمل الجديدة والتغيرات السلوكية والظروف الأخرى المواتية. وسيستمر التحفيز الاقتصادي الناتج عن معرض “إكسبو 2020 دبي” حتى انتهائه في شهر مارس، على أن يستمر تأثيره بمستويات أقل خلال الأشهر التالية.

من شأن الإصلاحات والاستثمارات التي ضحّتها الدولة في التحول الرقمي أن تعزز من مكانتها كوجهة جاذبة للسياحة والتجارة والاستثمارات، مما يعزز الاقتصاد بصورة أكبر.

وفي قطاع تجارة التجزئة، من المتوقع خلال عام 2022 أن تستمر التوجهات الرئيسية التي ظهرت في عام 2021، وهي: تجربة التسوق المريحة، والتجارة الإلكترونية، وخدمة “اشتر الآن وادفع لاحقًا”، والواقع المختلط بين المادي والرقمي “phygital”.

تشهد التطورات الحديثة التي تجمع بين الواقع المادي والافتراضي في تجربة تجارة التجزئة تقدمًا مستمرًا وستصبح هي المعيار الأساسي بشكل سريع. وستستمر

# منهجیة البحث والمصادر



ميراكل جاردن، دبي

تم إعداد هذا التقرير بناءً على مبادرة إدارة رؤى المستهلك والأعمال (CBI) التي أطلقتها شركة ماجد الفطيم. ويعتمد هذا التقرير على المصادر الرئيسية الآتية:

- مختبر السعادة – مجتمع أبحاث السوق عبر الإنترنت التابع لـ ماجد الفطيم في دولة الإمارات. ويضم مختبر السعادة 31,100 عضو إجمالي في دولة الإمارات ممن يشاركون بصورة منتظمة في أنواع متنوعة من استبيانات المستهلكين.
- ما يزيد على 580 مليون معاملة عبر نقاط البيع بمبلغ إجمالي يزيد عن 140 مليار درهم إماراتي من أكثر من 5 ملايين متسوق من مصادر متعددة (البيانات الخاصة بـ ماجد الفطيم وبيانات نقاط البيع). وتغطي العينة التي نשמها في تقريرنا 10% - 15% تقريبًا من إجمالي معاملات الاقتصاد حسب تقديراتنا، وبالتالي يمكن استنباطها مع توخي بعض الحذر.
- التقارير الصادرة عن محللين ومؤسسات أخرى شهيرة (انظر الهوامش).

يجب النظر في جميع الرؤى والأفكار الواردة في هذا التقرير مع الأخذ في عين الاعتبار التحيزات التي تؤثر في البيانات. المصادر الأخرى مقتبسة بصورة فردية وهي مذكورة في الهوامش.

# الهوامش

- 1 Oxford Economics Country Economic Forecast for the United Arab Emirates, December 2021
- 2 <https://www.markiteconomics.com/Public/Home/PressRelease/bab7c5ee879843b48f6320097cbfd887> (Markit Economics)
- 3 <https://www.gulftoday.ae/business/2021/01/20/dubai-consumer-confidence-index-at-highest-level-in-q4-2020>
- 4 Our World in Data <https://ourworldindata.org/covid-vaccinations>
- 5 Tourism Economics research
- 6 <https://www.ft.com/content/3da65c66-29a8-4c93-ba56-f754e3dfbd44>
- 7 Oxford Economics Research
- 8 POS Data, January 2019 - December 2021
- 9 Internal MAF Shopping Malls footfall data, January 2019 - December 2021
- 10 Internal MAF Retail POS & Ecommerce data, January 2019 - December 2021
- 11 Internal MAF VOX data, January 2019 - December 2021
- 12 The Happiness Lab – Majid Al Futtaim’s Market Research, December 2021 Survey
- 13 <https://www.thenationalnews.com/uae/environment/2022/01/11/single-use-plastic-bags-to-be-banned-in-abu-dhabi-by-the-end-of-2022/>
- 14 <https://www.worldgbc.org/news-media/majid-al-futtaim-becomes-first-middle-eastern-company-adopt-net-positive-strategy>
- 15 <https://www.harpersbazaararabia.com/culture/majid-al-futtaim-announces-it-will-phase-out-single-use-plastic-by-2020>
- 16 <https://www.cnbc.com/2021/09/21/how-buy-now-pay-later-became-a-100-billion-industry.html>
- 17 <https://www.statista.com/statistics/1233850/online-bnpl-penetration-country/>
- 18 <https://gulfbusiness.com/uaes-al-futtaim-group-partners-with-tabby-to-offer-flexible-shopping-options/>
- 19 <https://gulfbusiness.com/expo-2020-dubai-records-almost-9-millions-visits-in-first-three-months/>
- 20 <https://str.com/press-release/str-expo-lifted-dubai-hotel-rates-three-year-high-october>
- 21 <https://str.com/data-insights-blog/Dubai-welcomes-the-world-and-hotels-are-benefitting>
- 22 The Department of Tourism & Commerce Marketing (DTCM) Report (2019 & 2021)
- 23 The Dubai Land Department, December 2021
- 24 <https://www.khaleejtimes.com/property/rents-will-pick-up-further-in-2022>

