

**PARTNERSHIP  
IN ACTION**

World Staff  
Conference  
2015

الإتihad  
**ETIHAD**  
AIRWAYS  
ABU DHABI



MARCH 5 - 6, 2015

# CONFERENCE NEWS



Pages 6 and 7: An evening of entertainment



Pages 8 and 9: Planning for success



Page 10: Business lessons from a life of adventure



Pages 11, 12 and 13: Top performers recognised

## PARTNERSHIP IN ACTION TO DRIVE FURTHER PROGRESS

Etihad Airways and its partner airlines have been tasked with maximising the benefits of working in close harmony to deliver further progress in 2015.

**P**resident and Chief Executive Officer James Hogan opened the 2015 World Staff Conference by setting a theme for the coming year of Partnership in Action.

James said: "Our strategic investments are all about working smarter together. We must continue to look for best practice and ways to narrow the 'backroom' to put more into the 'frontroom'.

"That's because the most important person is the guest. We have more work to do on routes, harmonisation of services and products and we must use strategic relationships to improve

yield, customer retention and tackle unit costs."

James spoke of a "strong family" of partners in which Etihad Airways has equity stakes.

These include Alitalia (49 per cent), Air Serbia (49 per cent), Air Seychelles (40 per cent) Etihad Regional (33.3 per cent, subject to approvals), airberlin (29.21 per cent), Virgin Australia (24.2 per cent), Jet Airways (24 per cent), and Aer Lingus (4.99 per cent).

Last year also saw the launch of Etihad Airways Partners, with founding members of Etihad Airways, Alitalia, Jet Airways, airberlin, NIKI, Air Serbia, Air

Seychelles, and Etihad Regional.

The commercial partnership sees the airlines work to improve networks and schedules with enhanced frequent flyer benefits and deliver even greater synergies and efficiencies.

Together, Etihad Airways and its partners carry more than 116 million people to more than 540 destinations.

However, the figures are projected to rise to more than 150 million passengers and 620 destinations by 2020, illustrating the scale and potential of the partnership.

■ Continued on page 3



Etihad Airways' President and Chief Executive Officer James Hogan



Pictured with the Etihad Airways Chairman His Excellency Mohamed Mubarak Fadhel Al Mazrouei (centre) are Chief Executive Officer of Etihad Regional Maurizio Merlo, Chief Executive Officer of Air Seychelles Manoj Papa, Chief Executive Officer of Alitalia Silvano Cassano, Chairman of Jet Airways Naresh Goyal, President and Chief Executive Officer of Etihad Airways James Hogan, Chief Executive Officer of Jet Airways Cramer Ball, Chief Executive Officer of Air Serbia Dane Kondic, and Chief Executive Officer of airberlin Stefan Pichler

# Partnerships are a platform for success

His Excellency Mohamed Mubarak Fadhel Al Mazrouei, the Etihad Airways Chairman, spoke in praise of partnership as he welcomed delegates to Abu Dhabi and the 2015 World Staff Conference.

His Excellency Hamad Al Shamsi, Etihad Airways' Vice Chairman, and His Excellency Ahmed Al Mehairi, member of the Etihad Airways Board, also attended.

His Excellency Al Mazrouei referenced the new aircraft, destinations, livery, uniforms and products introduced in Etihad Airways in 2014.

He said: "We have continued to set new standards in service and quality in a fiercely competitive industry.

"All that has been achieved truly sets Etihad Airways apart. But I believe there is one particular aspect of our progress that is very special and unique - the partnership approach that has been steadily and robustly developed over the past few years."

His Excellency described strategic partnerships as a platform to build a successful and profitable future for all parties.

He said the approach is particularly apt because it mirrors

the success on which Abu Dhabi and the United Arab Emirates are founded.

"The partnerships our great country has forged are creating a new global powerhouse built on a diverse range of economic and social pillars," he said.

"Abu Dhabi is continuing its rapid expansion as a centre of excellence in the world of business. We are also investing heavily in the fields of education and medicine.

"And we are increasingly becoming a destination of choice for leisure travellers thanks to existing attractions such as Yas Island, which is home to Ferrari World and the Yas Marina Formula One circuit.

"This is being supported by the development of premier cultural institutions on Saadiyat Island. These include the Louvre Abu Dhabi, the Guggenheim Abu Dhabi, and the Sheikh Zayed National Museum."

His Excellency said that Abu

Dhabi's strong proposition as an international business and tourism destination of distinction was reflected in rising visitor numbers which saw a target of 3.1 million hotel guests in 2014 exceeded by more than 400,000.

"While the future is bright for our airline and our home city, we can never afford to think that the job is done," he said.

"All of us must maintain a ceaseless focus on safety, quality, innovation, and customer service excellence.

"It is especially vital that our guests feel that we genuinely care for them at every touchpoint - from the moment they book to the moment they reach their destination.

"They must be made to feel so special and individual that they become willing advocates for our business and spread the word about just how good we are.

"To do so means that the people of Etihad Airways - and our



His Excellency Mohamed Mubarak Fadhel Al Mazrouei

wider partners - must always ensure that guest satisfaction and customer service remain at the top of the agenda."

## NAVIGATING ROUGH SEAS TO ACHIEVE SUCCESS



Chief Financial Officer of Etihad Airways  
James Rigney

No two years are ever the same in global aviation and with every change in the tide, the industry is presented with unique opportunities and challenges.

This is particularly true for Etihad Airways, due to its ground-breaking development strategy, explained Chief Financial Officer James Rigney at the World Staff Conference.

However, the airline has navigated through the highs and lows successfully, from a booming economy in 2007, record fuel prices in 2008 and the global economic crisis and fuel crash in 2009, to volcanic ash cloud in 2010, profitability in 2011, partner growth in 2012 and big deals in 2013.

Last year, as Etihad Airways continued to transform from an airline to a robust global aviation and travel group, the focus was strength in partnership.

"Our partners made a significant contribution to Etihad Airways' revenue in 2014," James told the audience.

"However, they are delivering more than just revenue. Together with our equity partners, we serve more than 620 destinations worldwide, with a combined fleet of more than 720

aircraft carrying 116 million passengers each year."

Partnerships have also helped to increase efficiency and reduce operating costs, which is particularly important given the industry's average margin of only one per cent.

Substantial opportunities have been identified in streamlined hub operations with partners, and joint procurement in the areas of aircraft, engines, maintenance repair overhaul operations, training, catering, ground-handling and fuel.

Also, as part of this strategy, centres of excellence for revenue accounting and audit services are being established in Al Ain and Europe to serve Etihad Airways and its partners, covering areas such as revenue management, network planning, alliances, commercial strategy, financial accounting and management reporting.

James stressed how small changes in key areas can have a big impact.

One more UAE fil on passenger yield would deliver an extra US \$241 million per year while just two more passengers on every flight would equate to an extra US \$81 million per year.

James stressed that Etihad Airways employees must be prepared for the challenges ahead and everyone must play a part in running a tight ship by exercising stringent cost control.

"The world is not perfect and neither is business," he stated. "External factors outside of our control are impacting our business every day and even armed with the best partners, change is the only constant.

"However, results still need to be achieved in 2015 and we must continue to develop with change, and support one another in meeting committed targets. With less influence over revenue, controlling cost together remains a key success factor."

# PLENTY OF AREAS FOR FOCUS AS PARTNERS SEEK TO PRESS HOME ADVANTAGES OF WORKING TOGETHER

Etihad Airways and its partners are making positive progress but have more work to do to maximise the benefits for the advantage of the respective businesses and their guests.

That was the conclusion of Etihad Airways President and Chief Executive Officer James Hogan at the end of an insightful panel involving senior partner executives.

James was joined for an hour-long debate by Chief Executive Officers Pieter Elbers from KLM, Silvano Cassano from Alitalia, Cramer Ball from Jet Airways, Dane Kondic from Air Serbia, Stefan Pichler from airberlin, as well as Etihad Airways' Chief Financial Officer James Rigney.

James Hogan said: "We have to reduce complexity further and simplify processes. We can't be arrogant and Etihad Airways can't be the dominant player.

"We must learn best practice from each other and work to reduce cost. Embracing the journey we are on is fundamental.

"There are always challenges so we have to be very focused on the risks but, by working as one, we

can win."

The senior business leaders discussed the wide-ranging advantages of partnership and agreed that it is critical to retain the personalities of each airline while working together.

James Hogan said: "It is very important that we all keep our own personalities but achieve consistency in delivery and commonality on frequent flyers, deals, corporate accounts, cost control and centres of excellence."

Cramer Ball added: "Brand identity is very, very important. We need to keep our identities but developing synergies in product delivers great benefits to the top and bottom line."

Pieter Elbers spoke of how the partnership with Etihad Airways, while not an equity one, still delivers tangible benefits.

He said: "We have worked together for two years and seen 40 per cent growth in passenger

feed. In fact, connectivity through the various equity partners of Etihad Airways is very important for us too and I feel there is more to come."

James Hogan said a particular area of excitement moving forward lay in opportunities in the fields of social media, loyalty programs and the digital world, referencing a Marketing Council which already meets to look at spending with media buyers to extrapolate the most value for all partners.

The theme was developed by James Rigney who focused on the benefits of procurement activities on a larger scale, including fleet orders and engines as well as maintenance contracts, seating and avionics.

"This takes out enormous cost and takes out a lot of complexity, too," he said.

Panel members spoke in turn about some of the specific challenges facing their businesses.



A strong family of airlines were represented at the conference

Stefan Pichler said: "We need to fix revenue, capacity, and fight cost. If we do all that as a team we will return to profitability. It is a challenge but a big, big opportunity."

Silvano Cassano spoke of the need for Alitalia to re-establish itself as a dominant force in its home market.

He said: "The number one priority is to win back custom and increase the load factor.

"Expo Milano this year is a great opportunity to do that. We must also develop our Asia strategy, both via Abu Dhabi and direct. We must also win back the business market and take the fight to our competitors."

Silvano said passion and technology are two key factors which will help Alitalia return to profitability: "Passion matters because we are Italian. And technology means we must have the data and analyse much better. You cannot shoot with a cannon anymore. These days you need a laser."

Cramer Ball referenced how the US pre-clearance facility in Abu Dhabi was making a real difference and proving hugely attrac-

tive to the Indian market. The facility allows guests to arrive in the US as domestic passengers.

"It is so much of an improved experience that it is a big differentiator."

Dane Kondic took plaudits on behalf of the Air Serbia team for the airline's turnaround and recent announcement that the first full year of operation ended with net profit of EUR 2.7 million.

Dane said: "It has been down to three things: a good plan, good people and great shareholder support from Etihad Airways and the Government."

On the subject of performance, Manoj Papa also confirmed that Air Seychelles is set to announce a third consecutive year of profitability as a result of growing passenger numbers and revenue by building the network and increasing frequency.

"We could only have done all that with the support of our partners" he said. "We offer eight destinations on our own. Tapping into our partners we have 50 destinations. That's where true value comes from."



Left to right are Chief Executive Officer of Air Seychelles Manoj Papa, Chief Executive Officer of Jet Airways Cramer Ball, Chief Executive Officer of airberlin Stefan Pichler, Chief Executive Officer of KLM Pieter Elbers, President and Chief Executive Officer of Etihad Airways James Hogan, Chief Executive Officer of Alitalia Silvano Cassano, Chief Financial Officer of Etihad Airways James Rigney, and Chief Executive Officer of Air Serbia Dane Kondic

## PARTNERSHIP IN ACTION TO DRIVE FURTHER PROGRESS

Continued from page 1

James said: "Partnerships make a significant contribution and delivered more than 3.5 million guests onto Etihad Airways flights alone in 2014, up 40 per cent on the previous year. In the next three years, the group is estimated to carry more than 350 million passengers.

"Partnership in Action offers significant benefits to all parties that are beyond those of traditional alliances."

James cited benefits of deep economic and operational

collaboration for airlines, a shared approach for network growth and schedule development, and cost reduction opportunities, not least through joint procurement of assets, services, supplies and resource sharing.

He spoke of the benefits to economies such as the creation and preservation of jobs, new opportunities to build inbound tourism and the local procurement of goods and services.

He listed highlights of guest benefits, including new routes, capacity and connections as

well as more choice, increasingly harmonised product and service standards, integration and expansion of global loyalty benefits, and more competition on price.

James also recapped on a year that saw the arrival of the first Etihad Airways Airbus A380 and Boeing 787 Dreamliner, as well as significant investment in technology, new cabins and products, and a new brand image.

The airline continued to develop the Emirati workforce also, recently welcoming the 2000th UAE National to the airline. More

than 6,000 Emiratis will be offered jobs over the next five years through the award-winning UAE national development strategy.

James said this remained one of the airline's key mandates, alongside being commercially viable and profitable, best-in-class, and a major enabler of the growth of Abu Dhabi.

The airline will continue to do so through its diversified growth strategy of organic growth supported by codeshare partnerships, deep commercial agreements, and minority investments in other carriers.

James asked delegates to refocus on the priorities of safety, reducing cost, maximising profitability, and being good leaders and partners, stressing the ongoing importance of teamwork as well as delivering the expected return on the significant investments made.

He said: "Everyone must play their part in maximising profitability and everyone must be a champion on cost control. The job is not done. We are still on a journey."

# 'LET'S GO FORWARD AND WIN TOGETHER'

President and Chief Executive Officer James Hogan summarised the important areas of focus during a question and answer session involving senior Etihad Airways executives.

James said: "Fundamental for us as an airline is safety. As a customer service organisation, it's the quality of service to our guests. As we move forward, it is also that we work as one with our partners."

"It is about how we go forward and win together. Because winning together means profitability. Let's not have silos in our business or with our partners."

Chief Operations Officer Richard Hill reinforced the safety message also, speaking about the measures and intelligence put in place to protect the operation.

Richard said: "We will never place our crew, guests or aircraft in any

situation where they are at risk. We will never risk the reputation of this organisation."

Chief Commercial Officer Peter Baumgartner spoke of the major opportunities for synergies that the global loyalty company presents partner airlines and their guests through a single platform and single currency across partners.

Chief People and Performance Officer Ray Gammell made the point that the partners approach offered huge advantages and opportunities in terms of people and talent, also.

Ray said: "The potential on

the talent side is tremendous. We recognise that in different jurisdictions there is expertise we don't have.

"The movement of talent that occurs allows us to take a truly global view. It's a two-way process that everyone gains from."

The Etihad Airways senior management team fielded questions on a wide range of subjects, from funding, codeshares, equity partners, and staff accrual of Etihad Guest Miles to plans for emerging markets such as China, sponsorships, and fog disruption.

On the last point, James Hogan

said: "People understand that things go wrong. What they can't understand is when they don't get an explanation or a solution."

James praised operational staff for handling recent fog events while Richard Hill announced that a plan for each area of the business to deal with any type of disruption is being finalised.

Asked about the importance of developing an Emirati workforce, Ray Gammell stressed that the airline's award-winning work in this area remains a key part of its mandate.

Ray said: "It is something we believe in with huge passion. We

are not just running an airline, we are creating capability for generations to come. We have gone about this the right way, building up systematically over a number of years."

Asked for his opinion on the airline's strategy and direction as a recent joiner, Chief Operating Officer Equity Partners Bruno Matheu said there is an energy, drive and momentum about the airline that does not exist in Europe.

He said: "There is something special in the air. The strategy is innovative and the right one to achieve the scale effect."



Left to right are Chief Operating Officer Equity Partners Bruno Matheu, Chief Strategy and Planning Officer Kevin Knight, Chief People and Performance Officer Ray Gammell, Chief Commercial Officer Peter Baumgartner, President and Chief Executive Officer James Hogan, Chief Financial Officer James Rigney, Chief Operations Officer Richard Hill, and Chief Technology and Information Officer Rob Webb

# 'YOUR GROWTH IS OUR GROWTH'

The special relationship with Abu Dhabi International Airport was emphasised as delegates heard an update on the new gateway to the United Arab Emirates and the proud new home of Etihad Airways: the Midfield Terminal Building.



ADAC Chief Executive Officer Tony Douglas

Tony Douglas, Chief Executive Officer of Abu Dhabi Airports Company (ADAC), said that the growth of the airport is intrinsically linked to the growth of Etihad Airways and its partners.

He said: "ADAC's year on year growth in 2014 was phenomenal and we have become the fastest growing airport because of our business partnership with Etihad Airways."

"The establishment of the new Midfield Terminal, the largest in the world under one roof, is part of the innovation in our business partnership with Etihad Airways and its partner airlines, to help them deliver the best guest experience."

Etihad Airways accounted for almost three quarters of Abu Dhabi Airport's 19.9m passengers in 2014.

The figure rose to 82 per cent with the flights of the airline's partners included. Abu Dhabi Airport saw 2014 passenger numbers up 21 per cent on 2013.

Tony spoke about progress with the new Midfield Terminal Building, which will become the home of Etihad Airways in 2017.

The impressive 700,000 square

metre building, set over seven levels, will have an annual capacity of 30 million passengers, with a handling capacity of up to 8,500 passengers per hour

There will be more than 150 check-in desks and more than 40 self-service check-in kiosks.

The airport will be able to process more than 19,000 bags per hour and will also feature 27,500 square metres of retail space.

The airport will offer a minimum connection time of 45 minutes including baggage transfer, as well as a 400,000 square metre cargo terminal.

A catering facility will cope with the forecasted business demand of 90,000 meals per day while a transit hotel will offer 163 rooms.



# PARTNERS SUPERBRAND CREATES A BOLD NEW PROPOSITION

“By attracting the right mix of customers we can dramatically increase revenue. By retaining the right mix we can reduce our costs.”

Those were some of the key messages Etihad Airways' Chief Commercial Officer Peter Baumgartner delivered to conference delegates.

Peter said Etihad Airways met its load factor targets in 2014 but added: “We are not going to achieve our goals in 2015 by filling our aircraft with the same types of passengers we flew in 2014.”

Peter explained the concept of Advanced Customer Segmentation, which allows commercial teams to use data intelligence about flyers to understand who they are and how to appeal to their needs.

He said: “Advanced Customer Segmentation allows us to be extremely precise about high value customers. We combine data sources from across Etihad Airways and use algorithms to categorise and analyse customer lifetime value.

“We also differentiate customer experiences to encourage ‘upsales’ and invest more in those who are likely to come back.

“These initiatives are working. The percentage of our high value customers grew by 13 per cent last

year compared to 2013.”

Peter emphasised that as Etihad Airways broadens its horizon across travel businesses, partnerships are what makes the Etihad Aviation Group even more significant.

He said: “If Etihad Airways Partners were an airline, it would be the third largest on the planet.”

Peter stressed that Etihad Airways places a great focus on product and service to position itself as a superbrand that makes money.

He said: “By developing a reputation as being the best and the customer's choice, travellers will pay extra to fly with us. This in turn will lead to an increasingly profitable business.”

He added that the very best businesses are the ones that continuously show that their innovation is framed by what benefit it brings to customers. And this is what the Etihad Airways advertising tag line ‘Flying Reimagined’ truly signifies.

Peter said: “Customer centric innovation sets us apart from competitors and that is the essence of being the best.

“After a year of redefining indus-

try standards and delivering phenomenal innovation, the next step change for Etihad Airways can't be anything less than transformational, and can only be achieved through Partnership in Action.

“The mission of Etihad Airways Partners group of airlines is an ex-



Chief Commercial Officer of Etihad Airways Peter Baumgartner

tension of that goal - together we must secure profitable customers, increasing the proportion of those who are interested in more than just the price.

“This is a truly transformational exercise which can be accelerated because of the scale advantages our partnerships now offer us.”

Peter emphasised that Etihad Airways Partners remains key in maximising customer reach and passenger growth as it allows the group of airlines to promote each other's brands to each other's customers.

He said: “Etihad Airways Part-

ners has like one.

“Our customers enjoy a world-class product and consistent frequent flyer experience when flying with any of the partner airlines.

“The Global Loyalty Company delivers a loyalty scheme which truly reflects a customer's loyalty to Etihad Airways Partners, rather than to one airline.

“By offering a single currency, world first features, and unmatched accrual and redemption opportunities across the globe, we are delivering a real differentiator which our customers value and will swap airlines for.”

Peter concluded: “We need to position Etihad Airways Partners as a superbrand, encouraging customers to fly with the group of partners rather than any particular one of them.

“By taking those customer centric qualities each partner airline has become known for, and adding unparalleled scale, we add home carrier advantage in half a dozen countries around the world. And that is an innovation which will be difficult for our competitors to match.”

ners complements our network in such a way that five billion people can now reach Abu Dhabi within seven hours.

“Through Etihad Airways Partners we are creating an unparalleled proposition in airline history with a loyalty program that runs across member airlines, but be-

## Customer-centric vision is one of many shared values

Etihad Airways and Sabre have a winning partnership with shared values said Tom Klein, President and Chief Executive Officer of the global technology company.

Tom described both companies as innovative thought leaders supplying global community service with a customer centric vision.

He said collaborative partnerships are central to both organisations, as well as a desire to transform and thrive.

Tom said: “The lifeblood of innovation cannot happen unless

you have partners who share with you the same commitment and values.

“We in Sabre have a rich innovation partnership with Etihad Airways and its partner airlines, which presents a lot of opportunities for us to make the Etihad family's business better and support its customer centric strategies.”

Sabre Corporation works closely with Etihad Airways and Tom outlined how support is provided in a series of ways.

An idea forum is held every four to six weeks to exchange views and action new ideas.

Executives meet three to four times a year to renew the partnership approach and an IT Partner Forum takes place every quarter to discuss shared resources and standardisation.

An Innovation Fair is also held two to three times a year to showcase Sabre's latest technologies to end-users.

In addition, a dedicated onsite account team is in place specifically for Etihad Airways and its partners.

Tom spoke of the value provided

to the wider group of Etihad Airways' partner airlines and how the company works in partnership on the key matters of flexible and scalable technology as well as total cost of ownership and return on investment.

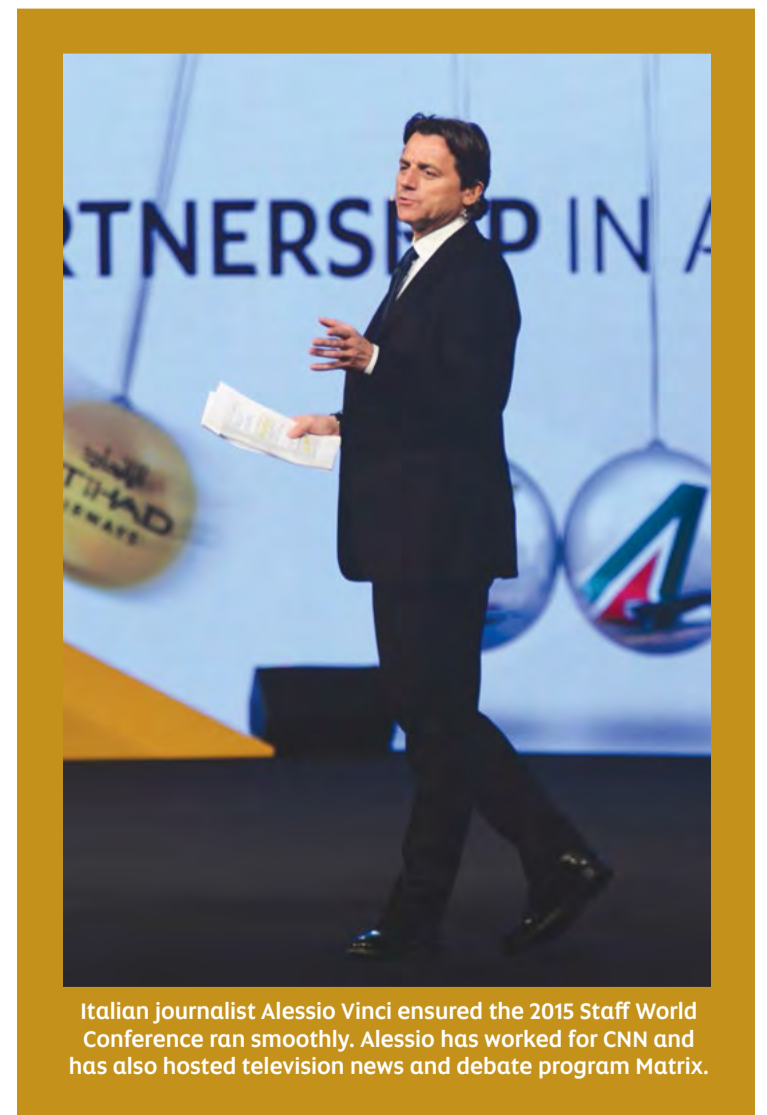
A major area of focus in Sabre's work is technology innovation and Tom listed a number of major activities and projects.

These included new seat inventory advancements to maximise revenues across partner networks, a new IT platform that enables innovative business processes, new airport technologies, and new interline innovations to streamline the customer experience across partners.

Tom closed his presentation by looking at how Sabre is investing to meet the needs of Etihad Airways in the areas of disruption management, Midfield Terminal innovation, the customer experience and technology such as SabreSonic and next generation crew management.



Sabre Technology President and Chief Executive Officer Tom Klein



Italian journalist Alessio Vinci ensured the 2015 Staff World Conference ran smoothly. Alessio has worked for CNN and has also hosted television news and debate program Matrix.

# Hot Chocolate warms the soul on an



Bruce Campbell, Eva Nemcova, Susannah Le Bron, and Iain Bough



Hussam Al Asseri and Ali Al Shamsi



*"The conference was a great opportunity to collaborate and exchange ideas. It's a great step for a bright future."*

Marzouq Al Butaih



Yuni Ekawati and Igusti Agung Putu Trisnasari



Simon Kamsky and Ursula Sperber



Hot Chocolate



Joe McNally, Michael Kohlstrand, and Martin Dunn



Jon Spring, Wayne Borland, Daniel Martin, and Oonagh Scully

# evening by the Arabian Gulf's shores

The traditional end to the first day of the World Staff Conference saw people come together to enjoy a BBQ on the Emirates Palace Terrace.

Entertainment came from legendary pop group Hot Chocolate who sang well-known hits including the Number One record So You Win Again.

There was also the chance to enjoy a performance by traditional Ayallah dancers and take advantage of a henna artist. The event proved to be a popular social event as always, as our pictures show.



# Workshops enable joined-up from across the world



The second day of the 2015 World Staff Conference saw delegates drill down into the detail of the year ahead in a series of specialist workshops.

**T**he workshops provided a chance to review progress and look at the challenges ahead.

A key task was ensuring that everyone is aligned

to tackle the priorities and actions for 2015 and understands what the conference theme of Partnership in Action means in practice.





# planning focus for colleagues



# INSPIRING VIEWS ON LIFE AND WORK FROM THE TOP OF THE WORLD

A chance phone call led to Rebecca Stephens MBE making history and learning the unlikely link between mountaineering and business skills.

Rebecca became the first British woman to climb Mount Everest in 1993 - an achievement recognised around the world.

She then went on to climb the Seven Summits, the highest mountain on each of the seven continents.

Rebecca has also sailed the Southern Seas to the South Magnetic Pole and Antarctica and crossed the South Atlantic island of South Georgia.

With polar explorers Ranulph Fiennes and Mike Stroud, she also competed in an eight-day Eco-Challenge, which consisted of running, biking and canoeing across the Canadian Rockies.

Her exploits were recognised with the award of an MBE in the British honours system in 1994.

Rebecca explained how her mountaineering exploits all began when she was a journalist working in London.

She received a call to cover an Anglo-American expedition on Everest's North Ridge. She climbed to Camp 1 and was hooked.

Rebecca said there are many similarities between mountaineering and the world of business.

She said both find you working with people from different cultures, coping with challenging and changeable environments, and



needing a clear focus and 'can-do' attitude to achieve objectives.

She said: "Mountains strip away superficialities, revealing what's important in work and life: head,

heart, and values."

Her biggest lesson from Mount Everest was the value of teamwork, and she described the three most important principles as respect, trust, and honesty.

She said that listening, learning and inter-dependency are vital in achieving common goals as well as mutual support.

Rebecca said she learnt lessons on every mountain climbed, including the value of coaching others, giving encouragement, delegation and developing team members.

She described an out-of-season ascent of Aconcagua in South America as particularly challenging and fraught with danger.

She said: "We pushed on. It seemed so unlikely we'd make it but we never gave up and kept pushing on doors apparently closed that opened."

"Don't assume you can't do something because others say you can't or give up just because others give up."

Rebecca said that the lasting



Rebecca Stephens MBE

lessons from her experiences were to aim high and that no ambition is too great, especially with teamwork and trust.

"Things are accomplished on mountains and in business when there are relationships of trust... people matter."

## Etihad Airways thanks the sponsors of the 2015 World Staff Conference

# BEST OF THE BEST RECOGNISED AT 2015 AWARDS CEREMONY

The 2015 World Staff Conference drew to a close in style by recognising the employees of the year in the annual Etihad Airways awards.

The gala event began with entertainment from Kadim Al Sahir before the ever-lively MC Aaron Heslehurst invited President and Chief Executive Officer James

Hogan onto the stage to honour staff from across the business.

The appropriately named Italian operatic pop trio Il Volo (which translates as The Flight) rounded

off the evening with a rousing live performance.

Congratulations to the following staff on their awards...



## PRESIDENT AND CHIEF EXECUTIVE OFFICER (PCEO) DIVISION

PCEO Division Employee of the Year  
**Katherine Teresa Ganley**

Executive of the Year  
**Dr Nadia Qassem**  
**Mohd Yousuf Bastaki**

Division of the Year  
**Guest Services**

Emirati of the Year  
**Amal Abdulla Khaleel**  
**Ali Al Marzouqi**

Emirati Development  
Department of the Year  
**Global Sales**

## OPERATIONS DIVISION

Airport Manager of the Year  
**My Trang Nguyen**

Cabin Crew of the Year  
**Mayya Sadretdinova**

Operations Employee of the Year  
**Christopher Reid**

Guest Services Employee of the Year  
**Cosmin Muntean**

Pilot of the Year  
**Dinos Kitromilides**

Guest Service Agent of the Year  
Abu Dhabi  
**Khuzama Almusafi**

Guest Service Agent of the Year  
Outstation  
**Aisha Mughal**

Technical Employee of the Year  
**Shakespeare Nyamande**

## ETIHAD AIRPORT SERVICES

Catering Employee of the Year  
**Peter Alexander Thomson**

Cargo Employee of the Year  
**Jibin John Sam**

Ground Services Employee of the Year  
**Shanu Shamshuddin**

## COMMERCIAL DIVISION

Country Manager  
of the Year  
**Rashed Saif Al Shabi**

Commercial Customer  
Excellence Award  
**Liz Selby**

Sales Employee  
of the Year  
**Cheryl Cook**

Contact Centre  
Employee of the Year  
**Stuart McCann**

Commercial Head Office  
Employee of the Year  
**Kevin Gregory Pereira**

EAS Catering  
Employee of the Year  
**Robert James Fellows**

## STRATEGY AND PLANNING DIVISION

Strategy and Planning  
Employee of the Year  
**Madiha Akhtar**

Cargo Employee of the Year  
**Robert Fordree**

## PRESIDENT AND CHIEF EXECUTIVE OFFICER DIVISION



**Katherine Teresa Ganley**



**Amal Abdulla Khaleel**  
**Ali Al Marzouqi**



**Dr Nadia Qassem**  
**Mohd Yousuf Bastaki**

## PEOPLE AND PERFORMANCE DIVISION

Employee of the Year  
**Renee Carol Stoll**

## FINANCE DIVISION

Head Office  
Employee of the Year  
**Umair Farooq**

Outstation  
Employee of the Year  
**Anis Ullah**

IT  
Employee of the Year  
**Oliver David Waters**

## OPERATIONS



ماي ترانج ناجوين  
My Trang Nguyen



كريستوفر ريد  
Christopher Reid



دينوس كيتروميليديس  
Dinos Kitromilides



فزامة المصافي  
Khuzama Almusafi



شكسبير نايماندي  
Shakespear Nyamande



مايا سادريتدينوفا  
Mayya Sadretdinova



كوزمين مونتين  
Cosmin Muntean



عائشة موغالا  
Aisha Mughal

## العمليات التشغيلية

## STRATEGY AND PLANNING

## الاستراتيجية والتخطيط



مديحة أخطر  
Madiha Akhtar



روبرت فورديري  
Robert Fordree

## ETIHAD AIRPORT SERVICES

## شركة الاتحاد لخدمات المطار



بيتر ألكساندر طومبسون  
Peter Alexander Thomson



جيبين جون سام  
Jibin John Sam



شانو شمس الدين  
Shanu Shamshuddin

## IT قسم تقنية المعلومات



أوليفر دافيد واترز  
Oliver David Waters

Emirati Development Department of the Year went to Global Sales and was collected by James Mueller, Senior Vice President Global Sales

إدارة العام في مجال تطوير مهارات المواطنين الإماراتيين: المبيعات العالمية. تسلم الجائزة جيمس مولر، نائب أول الرئيس للمبيعات العالمية





The Division of the Year, Guest Services

أفضل قسم للعام: خدمات الطيوف

FINANCE

الشؤون المالية



عمير فاروق  
Umair Farooq



أنيس الله  
Anis Ullah

PEOPLE AND PERFORMANCE

الموارد البشرية



ريني كارول ستول  
Renee Carol Stoll

COMMERCIAL

الشؤون التجارية



راشد سيف الشابي  
Rashed Saif Al Shabi



تشيريل كوك  
Cheryl Cook



كيفين جريجوري بيريرا  
Kevin Gregory Pereira



ليز سيلبي  
Liz Selby



ستيوارت ماکان  
Stuart McCann



Kadim Al Sahir

كاظم الساهر

# تكريم الصفوة من الموظفين المتميزين في حفل الجوائز بمؤتمر الشركة لعام 2015

اختتم مؤتمر الشركة لعام 2015 فعالياته بأمسية راقية تم خلالها تكريم موظفي العام المتميزين خلال حفل جوائز الاتحاد للطيران السنوي.

بدأت فقرات الحفل مع المطرب الشهير كاظم الساهر، ثم تولى مقدم الحفل المرح "أرون هيزلهرست" دعوة رئيس المجموعة والرئيس التنفيذي جيمس هوجن للصعود إلى منصة

بالتقديم عرض غنائي مبهج. خالص التهاني إلى الموظفين التالي أسمائهم على فوزهم بالجوائز...

العرض لتكريم الموظفين الفائزين بالجوائز من مختلف وحدات العمل. واختتم ثلاثي فرقة البوب الأوبرالي "إل فولو" (التي تعني "الرحلة" باللغة الإيطالية) الأمسية

بالتقديم عرض غنائي مبهج. خالص التهاني إلى الموظفين التالي أسمائهم على فوزهم بالجوائز...



## قسم رئيس المجموعة والرئيس التنفيذي

المدير التنفيذي للعام  
الدكتورة/نادية قاسم محمد يوسف بستكي

موظف العام بقسم رئيس المجموعة والرئيس التنفيذي  
كاثرين تيريّا جانلي

قسم العام  
خدمات الضيوف

إدارة العام في مجال تطوير مهارات المواطنين الإماراتيين  
المبيعات العالمية

الموظف الإماراتي للعام  
أمل عبدالله خليل علي المرزوقي

## قسم الشؤون التجارية

جائزة التميز في خدمة العملاء  
لين سيلبي

أفضل مدير دولة للعام  
راشد سيف الشعبي

موظف مركز الاتصال للعام  
ستيوارت ماكان

موظف المبيعات للعام - المقر الرئيسي  
تشيريل كوك

الاتحاد لخدمات المطار-التموين  
موظف العام  
روبرت جيمس فيلون

موظف العام - المقر الرئيسي  
كيفين جريجوري بيريرا

## قسم العمليات التشغيلية

أفضل مضيئة جوية للعام  
مايا سادريتينوفا

مدير عمليات المطار للعام  
ماي ترانج ناجوين

موظف خدمات الضيوف للعام  
كوزمين مونتين

موظف العمليات التشغيلية للعام  
كريستوفر ريد

أفضل طيار للعام  
دينوس كيتروموليديس

## شركة الاتحاد لخدمات المطار

موظف قسم تموين الطائرات للعام  
بيتر ألكساندر طومبسون

أفضل موظف لخدمات الضيوف  
أبوظبي  
خزامة المصافي

موظف الشحن للعام  
جيبين جون سام

أفضل موظف لخدمات الضيوف  
المحطات الخارجية  
عائشة موغال

موظف الخدمات الأرضية للعام  
شانو شمس الدين

موظف القسم الفني للعام  
شكسبير نايمان

## قسم الاستراتيجية والتخطيط

موظف الاستراتيجية والتخطيط للعام  
مديحة أخطر

موظف قسم الشحن للعام  
روبرت فورديري

## قسم شؤون الموظفين والأداء

موظف العام  
ريني كارول ستول

## قسم رئيس المجموعة والرئيس التنفيذي



الدكتورة/نادية قاسم محمد يوسف بستكي



أمل عبدالله خليل علي المرزوقي



كاثرين تيريّا جانلي

## قسم المالية

موظف المقر الرئيسي للعام  
عمير فاروق

موظف المحطات الخارجية للعام  
أنيس الله

## قسم تقنية المعلومات

موظف العام  
أوليفر دافيد واترن

# رؤى ملهمة عن الحياة والعمل مستقاة من تجارب في أعلى قمم العالم

كانت مكالمة هاتفية عابرة هي ما قاد "ريبيكا ستيفينز"، الحائزة على وسام عضوية الإمبراطورية البريطانية "MBE"، نحو صنع التاريخ ومعرفة الرابط غير المتوقع بين تسلق الجبال ومهارات العمل.

وتظهر الأركان الهامة في العمل والحياة وهي العقل والقلب والقيم". وكان الدرس الأكبر الذي استفادته من جبل إيفرست هو أهمية العمل بروح الفريق الواحد، وقالت أن المبادئ الثلاثة الأهم تتمثل في الاحترام والثقة والأمانة. وأشارت إلى أن الاستماع للآخرين والتعلم والاعتماد المتبادل تعد عوامل حيوية لتحقيق الأهداف المشتركة إلى جانب توفير الدعم المشترك.

وقالت ربيبيكا أنها تعلمت العديد من الدروس من كل جبل تسلقته بما في ذلك قيمة تدريب الآخرين وتوفير التشجيع لهم وتفويض الصلاحيات لأعضاء الفريق الآخرين والعمل على تطوير مهاراتهم. ووصفت رحلة الصعود إلى قمة جبل أكونكاجوا في أمريكا الجنوبية في غير موسم التسلق بأنها كانت مهمة حافلة بالتحديات ومحفوفة بالمخاطر.

وقالت "مضيئاً قداماً في رحلتنا وبدا أننا لن نقدر على الوصول إلى القمة غير أننا لم نياسأبداً وواصلنا طرق سُبُل كانت تبدو مغلقة في وجهنا".

وأضافت "لا افترض أنه ليس بمقدورك القيام بأمر ما نظراً لأن الآخرين قد قالوا أنك لا يمكنك ذلك ولا تستسلم فقط لأن الآخرين قد استسلموا".

"المعسكر 1" حيث نمت شغفها برياضة التسلق. وقالت ربيبيكا أن هناك الكثير من أوجه التشابه بين تسلق الجبال وعالم الأعمال.



أصبحت ربيبيكا ستيفينز أول امرأة بريطانية تتسلق "جبل إيفرست" في عام 1993 - محققة إنجازاً تم الاحتفاء به في مختلف أنحاء العالم. واستمرت ربيبيكا في مسارها نحو القمة حيث تسلقت كافة "القمم السبع" والتي تشمل أعلى جبل في كل قارة من القارات السبع. كما أبحرت ربيبيكا كذلك من "البحار الجنوبية" إلى "القطب الجنوبي المغناطيسي" وقارة أنتاركتيكا وعبرت جزيرة "جنوب جورجيا" في جنوب الأطلسي.

وبالاشتراك مع المستكشفين القطبيين رانولف فينيز ومايك ستراود، خاضت ربيبيكا منافسات "التحدي البيئي" التي امتدت على مدار ثمانية أيام وتضمنت مسابقات في الجري وركوب الدراجات والتجديف بقوارب الكانو عبر سلسلة جبال روكي الكندية. وتكملت أعمالها البطولية بالتقدير مع حصولها في عام 1994 على وسام عضوية الإمبراطورية البريطانية الفخري "MBE" الذي يعد أحد الأوسمة المرموقة في منظومة الألقاب والأوسمة البريطانية.

وأوضحت ربيبيكا كيف بدأت مغامراتها في رياضة تسلق الجبال عندما كانت تعمل كصحفية في لندن.

فقد تلقت ربيبيكا مكالمة هاتفية لتغطية حملة استكشافية أمريكية/إنجليزية إلى منطقة الحيد الشمالي بجبل إيفرست، وتسلقت إلى



ريبيكا ستيفينز الحائزة على وسام عضوية الإمبراطورية البريطانية "MBE"

وأضافت "تتحقق الأهداف على قمم الجبال وفي عالم الأعمال عندما تكون العلاقات قائمة على الثقة.... ففي نهاية الأمر يظل الأفراد هم الحلقة الأهم".

وقالت ربيبيكا أن الدروس الدائمة المستفادة من تجاربها كانت استهداف الوصول إلى آفاق لا حدود لها وأنه لا سقف للطموح ولا سيما عند العمل بروح الفريق الواحد والثقة المتبادلة.

## الاتحاد للطيران تتقدم بالشكر إلى جميع رعاة المؤتمر العالمي للموظفين لعام 2015



GE Aviation



SOUGHA



Rolls-Royce®

Honeywell



PROS.

ZODIAC AEROSPACE

Sabre / Airline Solutions®



TATA CONSULTANCY SERVICES

Experience certainty.

SITA

Create success. Together



SAFRAN  
Messier-Bugatti-Dowty



Lufthansa Systems

Panasonic

RECARO



# يز على التخطيط المشترك للزملاء





# ورش العمل تسهم في دعم التركيبة من مختلف أنحاء العالم

في إطار فعاليات اليوم الثاني من المؤتمر العالمي لموظفي الشركة، حرصت الوفود المشاركة على استعراض التفاصيل والجوانب المتعلقة بالعام المقبل ضمن سلسلة من ورش العمل المتخصصة.

والإجراءات الخاصة بعام 2015 والتأكيد على فهم المغزى الحقيقي لموضوع المؤتمر المتمثل في "علاقات الشراكة الفاعلة" وتطبيقه على أرض الواقع.

ركّزت هذه الورش، التي جاءت بمثابة فرصة طيبة لمراجعة مستوى التقدم وتبسيط الضوء على التحديات المستقبلية، على جملة من الموضوعات الرئيسية مثل ضمان الانسجام بين جميع الموظفين في معالجة الأولويات



# رائعة تنبض بهجة على شواطئ الخليج العربي

في ختام تقليدي لليوم الأول من المؤتمر العالمي للموظفين، التقى الضيوف في حفل شواء بشرفة قصر الإمارات.

تضمنت فعاليات الحفل فقرات ترفيهية قدمتها فرقة موسيقى البوب الأسطورية هوت تشوكليت، لتعزف باقة متنوعة من أشهر أعمالها مثل الألبوم الأكثر مبيعاً "حسناً أنت تفوز مجدداً" So You Win Again. وإلى جانب ذلك، استمتع الضيوف بالعرض المتميز الذي قدمته فرقة العيالة التراثية علاوة على رسم الحناء. وكالمعتاد، ساد الحفل أجواءً اجتماعية بهيجة نسلط عليها الضوء من خلال هذه الصور.



توم كلارك، ومانيش كالاجاتي، وكيه إم أوني



"شهد المؤتمر هذا العام حضوراً أكبر مع مزيج متميز جمع بين أعضاء فريق الإدارة العليا والإدارة الوسطى بما في ذلك المديرين الخريجين، بجانب فرق الإدارة في شركات الطيران الشريكة. ويعد ذلك انعكاساً لموضوع الشراكة الفاعلة التي تصبح فيها الإدارة الفعالة مثلاً يحتذى به".  
عادل الملا

عادل الملا ومحمد فهيم



فينسنت فراسكوجنا، وعلي المرزوقي ورافقي ميهيتا



أوليفر إيفيرت، ونيليفيد، والدكتور سمار



"ركز المؤتمر العالمي للموظفين بصورة كبيرة على الشراكات والتي تعد المسار الذي سوف نمضي قدماً فيه. وقد تم تحديد موضوع المؤتمر بصورة جيدة وتوضيح الاستراتيجية لكافة المشاركين".

فاطمة العلي



# الأصدقاء القدامى والجدد يلتقون في أمسية



علي الشامسي وحسام العسيري



بروس كامبل، وإيفا نيمكوفا، وسوزانا لي برون، وإيان بو



سيمون كامسكي وأورسولا سبينسر



يوني إكواتي وإيجوستي أجونج بوتو تريزناساري



”كان المؤتمر فرصة عظيمة للتعاون والتشارك في الأفكار. ويمثل خطوة كبرى نحو مستقبل مشرق“

مرزوق البطيخ



فرقة هوت تشوكليت



جون سبرينج مع آين بورلاند، ودانيل مارتين، وأونا سكالي



مايكل كوهلستراند، ومارتين دون، وجوي ماكنالي

# العلامة التجارية عالمية التميز للشركاء طرح جديد يتميز بالجرأة

“من خلال جذب المزيج المناسب من العملاء يمكننا زيادة العائدات إلى حد كبير. وفي الحفاظ على المزيج المناسب يمكن الحد من التكاليف.”

الذي ينتهج سلوكاً موحداً. “يحظى عملاؤنا بمنتجات عالية المستوى وتجربة متناغمة على صعيد برامج المسافر الدائم عند السفر على متن أي من شركات الطيران الشريكة.”

“توفر شركة الولاء العالمي، مخطط ولاء يعكس بحق ولاء العملاء لشركاء الاتحاد للطيران، عوضاً عن ولائهم لكل شركة على حدة.”

“فمن خلال توفير عملة نقدية موحدة، وخصائص هي الأولى على مستوى العالم، وفرصاً لاستبدال الأميال على امتداد العالم، نقوم بهذه الحالة على تمييز أنفسنا عن الآخرين مما يدفع العميل لتقدير مثل هذا التميز واستبدال شركات الطيران الأخرى بنا.”

واختتم بيتر كلامه بالقول: “نحتاج لوضع شركاء الاتحاد للطيران كعلامة تجارية عالمية التميز، وتشجيع العملاء للسفر على متن خدمات مجموعة الشركاء من شركات الطيران عوضاً عن اختيار شركة محددة بعينها من بينهم.”

“من خلال اتخاذ تلك الخصائص التي تتمحور حول العملاء، أصبحت كل شركة من بين شركات الطيران الشريكة تُعرف من خلالها، وإضافة معايير لا مثيل لها، فإننا نضيف مزايا الناقل المحلي على امتداد القارات الست حول العالم. وهذا بحد ذاته ابتكار سيكون من الصعب على غيرنا من شركات الطيران المنافسة مضاهاتها.”

كبوابة رئيسية للوصول إلى أكبر قدر من العملاء وزيادة عدد المسافرين، لكون ذلك يتيح لمجموعة شركات الطيران الترويج للعلامات التجارية لبعضها البعض أمام عملائهم.”

حيث قال: “سهم “شركاء الاتحاد للطيران” في تكميل شبكة وجهاتنا بطريقة أتاحت لنا يصل إلى خمسة ملايين مسافر اليوم، الوصول لأبوظبي في غضون سبع ساعات.”



“من خلال “شركاء الاتحاد للطيران” نسعى لتقديم طرح لا سابق له في تاريخ قطاع الطيران من خلال برنامج ولاء يعمل على امتداد شركات الطيران الأعضاء، في الوقت

الاتحاد للطيران القادمة أقل من نقلة تحويلية بالكامل، ولا يمكن لذلك أن يتحقق بغير الشراكات الفاعلة.”

“إن مهمة “شركاء الاتحاد للطيران” كمجموعة شركات طيران هي جزء من ذلك الهدف الذي يشدد على سعي الجميع لتأمين عملاء مربحين، وزيادة شريحة أولئك المهتمين بأمور تتجاوز سعر التذكرة.”

الذي تسعى الاتحاد للطيران إلى توسعة أفاقها على امتداد قطاع السفر، مشيراً إلى أن الشراكات ستسهم في جعل مجموعة الاتحاد للطيران أكثر زخماً.”

وقال: “لو افترضنا أن “شركاء الاتحاد للطيران” هي عبارة عن شركة طيران متكاملة، فإنها لا شك ستكون ثالث أكبر شركة طيران على مستوى العالم.”

وأكد بيتر أن الاتحاد للطيران تركّز إلى حد كبير على المنتجات والخدمات لتمتكن من ترسيخ مكانتها كعلامة تجارية عالمية التميز “تحقق الأرباح.”

موضحاً: “من خلال سعينا لترسيخ سمعتنا كأفضل شركة طيران وكخيار العملاء الأول، فإننا بالتالي نشجع المسافرين على دفع مبالغ إضافية للسفر على متن خدماتنا. وهذا في المقابل سيقودنا إلى زيادة الربحية في الشركة.”

وأضاف: “إن أفضل الشركات على الإطلاق هي تلك التي تواصل تقديم ابتكاراتها في إطار الفائدة التي تتيحها للعملاء. وهذا ما يؤكد شعار الإعلان للإعلان للاتحاد للطيران “السفر بمنظور آخر.”

قال بيتر: “إن الابتكارات التي تتمحور حول العملاء، هي ما يميزنا عن الشركات المنافسة وهذا هو جوهر كوننا الأفضل.”

بعد عام من إعادة تعريف معايير القطاع وتقديم مبتكرات استثنائية، لن تكون خطوة

كانت تلك بعض الرسائل الجوهرية في العرض التقديمي لبيتر بومغرتتر، رئيس الشؤون التجارية في الاتحاد للطيران، للوفود المشاركة في المؤتمر العالمي للموظفين.

أشار بيتر إلى أن الاتحاد للطيران استطاعت الوصول للهدف المقرر لها على صعيد عامل الإشغال خلال العام الفائت 2014، لكنه أضاف: “لن نتمكن من تحقيق أهدافنا للعام الجاري 2015، من خلال شغل طائراتنا بالشريحة ذاتها من مسافري العام الماضي 2014.”

ووضع بيتر مفهوم “التقسيمات المتقدمة للعملاء”، التي تتيح لفرق القسم التجاري الاستفادة من تحليل بيانات المسافرين لفهم طبيعتهم وكيفية تلبية احتياجاتهم.

حيث قال: “تتيح لنا “التقسيمات المتقدمة للعملاء” العمل بدقة متناهية فيما يخص العملاء ذوي القيمة العالية. نقوم بجمع مصادر البيانات على امتداد الشركة واستخدام الخوارزميات لتصنيف وتحليل قيمة حياة العميل.”

وأضاف: “كما نقوم بالتمييز بين تجارب المسافرين للتشجيع على رفع قيمة المبيعات والاستثمار أكثر ضمن شريحة المسافرين الأميل للعودة مجدداً للسفر مع الشركة.”

وأضاف أيضاً: “أثبتت تلك المبادرات فاعليتها، خاصة وأن مستوى عملائنا من ذوي القيمة العالية ارتفع بنسبة 13 بالمئة خلال العام الماضي مقارنة مع عام 2013 الذي سبقه.”

وشدد بيتر على أهمية الشراكات في الوقت

## التشارك في العديد من القيم على رأسها الرؤية المتركزة على العميل

تتمتع الاتحاد للطيران وسابر بشراكة ناجحة تتميز بالتشارك في العديد من القيم، حسبما جاء في كلمة توم كلاين، الرئيس والرئيس التنفيذي لشركة سابو الرائدة عالمياً في مجال التقنيات.

وقال توم “لا يمكن لشريانا الإبداع أن يستمر في التدفق ما لم يكن لديك شركاء يتشاركون معك نفس الالتزام ونفس القيم.”

وأضاف “لدى سابو شراكة راسخة تقوم على الابتكار مع الاتحاد للطيران وشركائنا من شركات الطيران الأخرى وهو ما يوفر العديد من الفرص لنا لتعزيز أعمال أسرة الاتحاد للطيران ودعم استراتيجياتها المتركزة على العميل.”

وتتعاون شركة سابو عن كثب مع الاتحاد للطيران، وأوضح توم كيفية تقديم الدعم عبر العديد من السبل.

ويشمل ذلك إقامة منتدى للأفكار ينعقد كل أربعة إلى ستة أسابيع لتبادل وجهات النظر واتخاذ إجراءات لتحويل الأفكار إلى واقع.

وفي إطار التعاون كذلك، يتم عقد اجتماع للمديرين التنفيذيين بمعدل ثلاث إلى أربع مرات سنوياً من أجل تجديد منهج الشراكة، إضافة إلى “منتدى شريك تقنية المعلومات” الذي ينعقد بصورة ربع سنوية من أجل التناظر بشأن الموارد المشتركة وتوحيد المعايير.

كما يتم كذلك تنظيم “معرض الابتكار” بمعدل مرتين إلى ثلاث مرات بهدف عرض أحدث تقنيات سابو للمستخدمين النهائيين.

وإلى جانب ذلك، يتم توفير فرق عمل للمساعدة في العمليات التشغيلية في مواقع العمل مخصصة للاتحاد للطيران وشركائنا.

وأشار توم إلى القيمة المتحققة على نطاق أوسع لمجموعة شركاء الاتحاد للطيران من شركات الطيران الأخرى والكيفية التي تعمل بها سابو في إطار الشراكة على صعيد عدد

وصف توم كلا الشريكتين بأنهما قادة الفكر المبتكر في القطاع يقدمان للمجتمع العالمي خدمات متميزة مع التشارك في امتلاك رؤية ثاقبة تركز على العميل.



توم كلاين، الرئيس والرئيس التنفيذي لشركة سابو للتقنية

وأوضح أن الشراكات التعاونية تمثل إحدى القيم المحورية لكلا الشريكتين، إضافة إلى التشارك في العزم على التطور وتحقيق الازدهار.



ساهم الصحفي الإيطالي “أليسيو فينيسي” في ضمان سير أعمال المؤتمر العالمي للموظفين لعام 2015 بسلاسة وفعالية. وتجدر الإشارة إلى أن أليسيو قد عمل لدى قناة “سي إن إن” الإخبارية في السابق كما تولى كذلك تقديم برنامج المناظرات والتحليلات الإخباري “ماتريكس”.



# ”لنمضي قدماً ونحقق الفوز سوياً“

أوجز جيمس هوجن، رئيس المجموعة والرئيس التنفيذي، محاور التركيز الهامة في العمل خلال جلسة الأسئلة والأجوبة التي جمعت بين لفييف من أعضاء فريق الإدارة العليا بالاتحاد للطيران.

بكل جوارحنا. فنحن هنا لا نعمل على مجرد إدارة شركة طيران، بل نؤسس لجيل قوي مسلح بإمكانات عالية. ولا زلنا نمضي قدماً في هذا الإطار، على أساس منهجي مدروس طوال سنين عديدة.

وجاء رد برونو ماثيو، رئيس شؤون العمليات التشغيلية للشركاء بالحصص، الذي انضم حديثاً للاتحاد للطيران، عندما سئل عن رأيه عن استراتيجية الشركة وتوجهاتها حيث قال أن الشركة تتمتع بطاقة وتوجه وزخم كبيرين، لم يجده لدى أي شركة طيران أخرى على مستوى أوروبا.

مؤكدًا بالقول: ”هناك شيء خاص في الأجواء. فالاستراتيجية مبتكرة وهي أيضاً الاستراتيجية المناسبة لتحقيق وفورات الحجم.“

بسبب الضباب. وفي الختام، قال جيمس هوجن: ”يتقبل المرء فكرة أن تذهب الأمور في الطريق الخطأ، لكن ما لا يمكنه قبوله فكرة لماذا لم يحصل على توضيح أو يتوصل المعنيون إلى حل.“

وأثنى جيمس على فريق العمليات التشغيلية للجهود التي بذلوها في معالجة حوادث تعطل الرحلات نتيجة الضباب، بينما أعلن ريتشارد هيل أن التخطيط لكل قسم من أقسام الشركة للتعامل مع أي نوع من أنواع التعطل أصبح في مراحله الأخيرة.

وعند سؤاله عن أهمية تطوير القوى العاملة الإماراتية، شدد راي غاميل على أن جهود الشركة الحائزة على الجوائز في هذا المجال، تبقى جزءاً لا يتجزأ من المهام المنوطة بالشركة. وقال راي: ”يعد ذلك الأمور التي نؤمن بها

وفرصاً لا حصر لها على صعيد الأفراد والمهارات كذلك.“

وقال راي ”ثمة إمكانات هائلة على صعيد المهارات والخبرات. ونحن ندرك أن هناك خبرات لا نملكها تتوفر في بلدان مختلفة“. وأضاف ”تساهم حركة انتقال الكوادر الماهرة التي تحدث في اكتسابنا لمنظور عالمي، وتلك عملية ثنائية الاتجاه يستفيد منها جميع الشركاء.“

وأجاب فريق الإدارة العليا في الاتحاد للطيران على عدد من الأسئلة غطت طيفاً واسعاً من المواضيع، بدءاً من التمويل واتفاقيات الشراكة بالرمز، وشركاء الحصص، وأهلية الموظفين للحصول على أميال ضيف الاتحاد، مروراً بالخطط المتعلقة بالأسواق الناشئة مثل الصين، وانتهاءً بالرعايات وتعطل الرحلات

السلامة متحدثاً عن الإجراءات والمعلومات التي يتم استخدامها بهدف تأمين العمليات التشغيلية للشركة.

وقال الكابتن ريتشارد ”لن نضع أبداً أي من أطقم الضيافة لدينا أو ضيوفنا أو أي من طائراتنا في موقف يمثل خطورة عليهم. ولن نخاطر أبداً بسمعة شركتنا المرموقة.“

وتحدث بيتر بومغارتر، رئيس الشؤون التجارية، عن الفرص الكبرى المتوفرة من تضافر الجهود والتي تتيحها شركة الولاء العالمي لشركات الطيران الشريكة وضيوفها من خلال منصة عمل واحدة وعملة واحدة على امتداد برامج الولاء التابعة لشركات الطيران الشريكة.

وأشار راي غاميل، رئيس شؤون الموظفين والأداء، إلى أن منهجية الشراكة تتيح منافع

تحدث هوجن عن محاور تركيز الشركة الرئيسية قائلاً ”تعد السلامة هي الأولوية القصوى لنا كشركة طيران. وباعتبارنا مؤسسة تقدم الخدمات للعملاء فإن جودة الخدمات المقدمة لضيوفنا تعد محور تركيز رئيسي كذلك. ومع المضي قدماً تتزايد أهمية التركيز كذلك على العمل مع شركائنا بروح الفريق الواحد.“

وأضاف ”يرتبط ذلك أيضاً بالكيفية التي نمضي قدماً بها ونحقق الفوز سوياً. ونظراً لأن الفوز سوياً يعني الربحية فإن علينا أن لا نترك مجالاً لأي فجوات في التواصل أو الانعزالية سواءً على امتداد وحدات العمل أو مع شركائنا.“

وبدوره، أكد الكابتن ريتشارد هيل، رئيس شؤون العمليات التشغيلية، على أهمية



الصورة من اليسار إلى اليمين: برونو ماثيو، رئيس شؤون العمليات التشغيلية للشركاء بالحصص، وكيف نايت، رئيس شؤون الاستراتيجية والتخطيط، وراي غاميل، رئيس شؤون الموظفين والأداء، وبيتر بومغارتر، رئيس الشؤون التجارية، وجيمس هوجن، رئيس المجموعة والرئيس التنفيذي، وريتشارد هيل، رئيس شؤون العمليات التشغيلية، وروب ويب، رئيس شؤون التقنية والمعلومات.

## ”تموكم يخدم نموونا“

دخلت العلاقة الخاصة التي تجمع بين الاتحاد للطيران ومطار أبوظبي الدولي دائرة الضوء عندما استمع الضيوف إلى أحدث التطورات ذات الصلة بالبوابة الجديدة إلى دولة الإمارات العربية المتحدة ومقر العمليات الرئيسية الجديد للاتحاد للطيران وهو مجمع المطار الرئيسي الجديد.

الجديد، المُشيد على مساحة 700 ألف متر مربع ومكون من سبعة طوابق، نحو 30 مليون مسافر، مع إمكانية خدمة حتى 8500 مسافر في الساعة.

سيضم المطار أكثر من 150 مكتب (كاونتر) لإتمام إجراءات السفر وأكثر من 40 جهاز خدمة ذاتية لإتمام إجراءات السفر.

وتجدر الإشارة إلى أن قدرة مجمع المطار الرئيسي الجديد على مناولة أكثر من 19 ألف حقيبة كل ساعة، ويعتمد على متاجر تجزئة تصل مساحتها 27500 متر مربع.

يوفر مجمع المطار الرئيسي الجديد أقل زمن ربط بواقع 45 دقيقة شامل نقل الأمتعة، ويضم مبنى شحن بمساحة 400 ألف متر مربع.

ومن المتوقع أن تلبى مرافق التموين الطلب على أعمال الشركة المتوقع أن يصل إلى 90 ألف وجبة يومياً، بينما يتألف فندق مسافري العبور من 163 غرفة.

واستعرض توني في إطار حديثه سير العمل في مجمع المطار الرئيسي الجديد، الذي سيصبح مركز العمليات الرئيسي للاتحاد للطيران خلال عام 2017 وتبلغ القدرة الاستيعابية السنوية للمطار

في المائة إذا ما أخذنا في الاعتبار رحلات شركاء الحصص التابعين للاتحاد للطيران. وسجل مطار أبوظبي الدولي ارتفاعاً في عدد المسافرين خلال عام 2014 بنسبة 21 في المائة وذلك مقارنة بعام 2013.

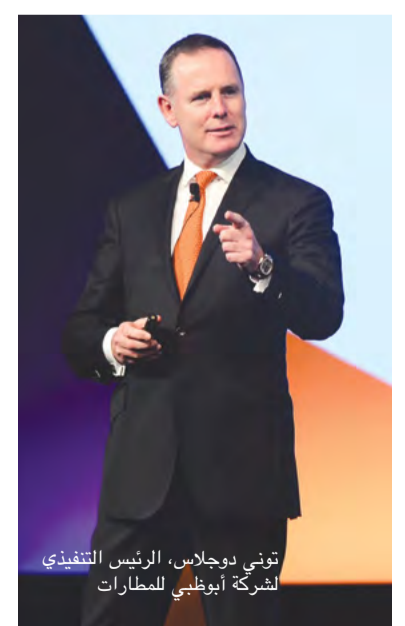


في ثانياً كلمته، أكد توني دوجلاس، الرئيس التنفيذي لمطار أبوظبي الدولي، أن نمو مطار أبوظبي يرتبط بصورة أساسية بنمو الاتحاد للطيران وشركائهم.

وأفاد توني قائلاً: ”شهدت شركة أبوظبي للمطارات نمواً كبيراً خلال عام 2014، لنصبح أسرع مطار من حيث النمو وذلك بفضل شراكتنا مع الاتحاد للطيران.“

”ويأتي إنشاء مجمع المطار الرئيسي الجديد، الذي يعتبر الأكبر على مستوى العالم تحت سقف واحد، ضمن مسيرة الابتكار في شراكة الأعمال التي تجمعنا بالاتحاد للطيران وشركائهم بالحصص، بما يضمن منح الضيوف أفضل تجربة للسفر على الإطلاق.“

وخلال عام 2014، نقلت الاتحاد للطيران ثلاثة أرباع المسافرين الذين استخدموا مطار أبوظبي الدولي والبالغ عددهم نحو 19.9 مليون مسافر، وترتفع هذه النسبة إلى 82



توني دوجلاس، الرئيس التنفيذي لشركة أبوظبي للمطارات

# التركيز على العديد من المجالات في مسيرة سعي الشركاء للتأكيد على مزايا العمل معًا

تحقق الاتحاد للطيران وشركائها تقدّمًا إيجابيًا، لكن أمامهم الكثير من العمل لتحقيق الفائدة القصوى التي تعود بالمصلحة على جميع الأطراف وبالتالي لمصلحة ضيوفهم.

كانت تلك الجملة الختامية التي توجه بها جيمس هوجن، رئيس المجموعة والرئيس التنفيذي للاتحاد للطيران، إلى المشاركين في جلسة نقاش معمّقة شملت الإدارة العليا في شركات الطيران الشريكة. وانضم إلى جيمس في النقاش الذي امتد على مدار ساعة كاملة، كل من بيتر إليبريس، رئيس الشؤون التنفيذية لشركة طيران كيه آل أم، وسيلفانو كاسانو من أليطاليا، وكرامر بول من جيت إيروايز، وداني كونديتشي من الخطوط الجوية الصربية، وستيفان بيلتشر من طيران برلين، بالإضافة إلى جيمس ريجيني، رئيس الشؤون المالية في الاتحاد للطيران. وقال جيمس هوجن: "علينا العمل على الحد أكثر من التعقيدات وتبسيط الإجراءات. لا يمكننا التجبّر ولا تعتبر الاتحاد للطيران اللاعب المهيمن في المنطقة." "علينا تعلم كيفية تطبيق أفضل الممارسات من بعضنا البعض والسعي للحد من التكاليف. فمن الأهمية بمكان أن نكون مستعدين لتبني الرحلة التي نخوضها معًا والترحيب بها."

وأيضا هناك الكثير من التحديات التي تواجهنا، لذا علينا أن نكون شديدي التركيز في مواجهة المخاطر، ومن خلال العمل كجسد واحد يمكننا الفوز." وناقش كبار المسؤولين في الشركات، المزايا الواسعة والمتنوعة للشراكات واتفقوا على أنه من الضرورة بمكان الحفاظ على خصوصية كل شركة على حدة في الوقت الذي يعملون به ككل متكامل." قال جيمس هوجن: "من الضروري جدًا محافظة كل شركة على خصوصيتها في الوقت الذي نعمل على تحقيق التناغم على مستوى ما توفّره الشركات والقواسم المشتركة ذات الصلة ببرامج المسافرين الدائمين والصفقات وحسابات الشركات والسيطرة على التكاليف ومراكز التميز." وأضاف كرامر بول: "إن هوية العلامة التجارية أمر في غاية الأهمية. بالطبع نحتاج للحفاظ على هويتنا، لكن تنمية سبل التعاون فيما يخص المنتجات يحقق فوائد جمة بشكل أو بآخر."



من اليسار إلى اليمين كل من مانوج بابا، الرئيس التنفيذي لشركة طيران سيشل، وكرامر بول، الرئيس التنفيذي لشركة جيت إيروايز، وستيفان بيلتشر، الرئيس التنفيذي لشركة طيران برلين، وبيتر إليبريس، رئيس المجموعة والرئيس التنفيذي للاتحاد للطيران، وسيلفانو كاسانو، الرئيس التنفيذي لشركة أليطاليا، وجيمس ريجيني، رئيس الشؤون المالية للاتحاد للطيران، وداني كونديتشي، الرئيس التنفيذي لشركة طيران صربيا.



حضور قوي لممثلين عن أسرة العمل من شركات الطيران الشريكة

بما في ذلك صفقات شراء أساطيل الطائرات والمحركات فضلاً عن عقود الصفقات، والمقاعد والإلكترونيات الطائرات. "سيسهم ذلك في خفض التكاليف إلى حد كبير، ويلغي الكثير من التعقيدات أيضاً." كما تحدّث المشاركون في الجلسة النقاشية كل بدوره عن بعض التحديات الخاصة التي تواجه أعمالهم.

وفي هذا الإطار، قال ستيفان بيلتشر: "نحتاج إلى تمكين العائدات والقدرة الاستيعابية والسيطرة على التكاليف. في حال استطعنا القيام بذلك كفريق عمل واحد سنتمكن من العودة إلى تحقيق الربحية. إنه تحدّ كبير، لكنه بالوقت نفسه فرصة هائلة."

وتحدّث ستيفانو كاسانو عن حاجة شركة أليطاليا لإعادة تنظيم نفسها بصفتها قوة مهيمنة في السوق المحلي. حيث قال: "تأتي الأولوية إلى استعادة عملائنا من جديد وزيادة عامل الإشغال. يُعد معرض إكسبو ميلانو الذي سيقام هذا العام، فرصة كبيرة للقيام بذلك، وينبغي علينا أيضاً تطوير استراتيجيتنا على مستوى قارة آسيا، سواء كان ذلك عبر أبوظبي أو بشكل مباشر. علينا أيضاً استعادة سوق العمل ونقل المعركة إلى أرض منافسينا."

أكد سيلفانو على أن الشغف والتقنية عاملين أساسيين من شأنهما مساعدة شركة أليطاليا للعودة إلى الربحية، مشيراً بقوله: "للشغف دور كبير في عملنا لأننا في المقام الأول إيطاليين. فيما تعني التقنية أن علينا الحصول على البيانات الدقيقة والتحليل المدروس. لا يمكننا إطلاق النار بالمدفع بعد اليوم، فهذه

الأيام نحتاج لتقنية ليزرية." وأشار كرامر بول إلى كيف تمكن مركز التخليص المسبق التابع لهيئة الجمارك وحماية الحدود الأمريكية في مطار أبوظبي من تحقيق فرق واضح وأثبت قدرته الكبيرة على اجتذاب السوق الهندي، حيث تتيح الخدمة للضيوف الوصول إلى الولايات المتحدة بصفتهم مسافرين محليين. ومما قاله: "إنها تجربة متطورة جداً، أثرت في تمييز الشركة إلى حد بعيد." وأثنى داني كونديتشي بالإجابة عن فريق الخطوط الجوية الصربية على نجاح التحول الجذري للشركة والإعلان الذي أصدرته مؤخراً عن تحقيق الربحية مع نهاية العام التشغيلي الأول للشركة وصلت إلى 2.7 مليون يورو. وقال داني: "يعود الفضل في ذلك إلى أمور ثلاثة: التخطيط الجيد، الأفراد الأكفاء والدعم الكبير الذي لقيته الشركة من قبل الاتحاد للطيران والحكومة الصربية بصفتها مساهمين في الشركة." وعلى صعيد الأداء، أكد مانوج بابا خبر أن شركة طيران سيشل تعتمز الإعلان عن تحقيق الربحية للعام الثالث على التوالي، وذلك نتيجة النمو الكبير في أعداد المسافرين والعائدات من خلال تعزيز شبكة الوجهات وزيادة الرحلات. "لم نكن لنتمكن من القيام بذلك كله، لولا دعم شركائنا. نقوم اليوم بتشغيل رحلاتنا إلى ثمانين وجهة. ومع وجود شركائنا يصبح لدينا 50 وجهة. من هنا تأتي القيمة الحقيقية للعمل بروح واحدة."

## "علاقات الشراكة الفاعلة" تسهم في دعم مسيرة النمو

المستمرة، رحبت الاتحاد للطيران مؤخراً بانضمام الموظف الإماراتي رقم 2000 إلى الشركة، معلماً بأن الشركة تعتمز توفير أكثر من ستة آلاف وظيفة على مدار الخمس سنوات المقبلة استناداً إلى استراتيجية تطوير الكوادر الإماراتية الحائزة على جوائز متنوعة. وأشار هوجن إلى أن تطوير الكوادر الوطنية يمثل أحد الأهداف الاستراتيجية للشركة، وذلك إلى جانب تحقيق الجدوى التجاري وأن تكون الشركة الأفضل في فئتها وتصبح أحد الركائز الرئيسية لنمو العاصمة أبوظبي. ستواصل الشركة العمل على تحقيق هذه الأهداف عبر استراتيجية تنوع النمو التي تستند إلى تعزيز الأعمال الطبيعية للشركة، مدعومة بعلاقات الشراكة بالرمز المشترك

فرص جديدة لتعزيز السياحة الوافدة والإسناد المحلي للبيضات والخدمات. واستعرض في ثنايا كلمته باقة متنوعة من الفوائد التي تعود على الضيوف مثل إطلاق الوجهات الجديدة والاستمتاع بمنتجات وخدمات أكثر تناسقاً وذلك إلى جانب تكامل وتوسيع المزايا المرتبطة بالولاء العالمي والارتقاء بمستوى المنافسة على الأسعار. وناقش هوجن أبرز ملامح العام المنصرم الذي شهد تشغيل أولى طائرات الشركة من طراز إيرباص A380 وبوينغ دريم لاينر 787، إضافة إلى الاستثمارات الهائلة في التقنية والمقصورات والمنتجات الجديدة والمظهر الجديد للعلامة التجارية للاتحاد للطيران. وفي إطار مسيرة تطوير الكوادر الوطنية

خلال عام 2014 وحده، بزيادة نسبتها 24 في المائة مقارنة بالعام الماضي. وخلال السنوات الثلاث المقبلة، من المتوقع أن تنقل المجموعة أكثر من 350 مليون مسافر. "توفر علاقات الشراكة الفاعلة مزايا ضخمة لكل الأطراف لتتفق بذلك على المزايا المصاحبة للتحالفات التقليدية." استشهد جيمس هوجن بالمكاسب التي تعود على شركات الطيران بفضل توطيد التعاون الاقتصادي والتشغيلي والتوجه المشترك لنمو الشبكة وتعزيز جداول الرحلات وفرص تقليص التكلفة، والتي تشمل عمليات الإسناد المشترك للأصول والخدمات والتوريد ومشاطرة الموارد. كما تناول في كلمته أيضاً الفوائد الاقتصادية مثل توفير الوظائف والحفاظ عليها وإيجاد

يُتبع من الصفحة 1

الطيران إلى تعزيز شبكة الوجهات وجداول المواعيد والمزايا ذات الصلة ببرامج المسافر الدائم، مع تحقيق مزيد من الانسجام والكفاء. وتجدر الإشارة إلى أن الاتحاد للطيران وشركاءها بالحصول تنقل أكثر من 116 مليون مسافر إلى ما يزيد على 540 وجهة. ومن المتوقع أن ترتفع هذه المعدلات لتسجل أكثر من 150 مليون مسافر و620 وجهة بحلول عام 2020، بما يؤكد على النطاق والإمكانات الهائلة المصاحبة لعلاقات الشراكة. وأردف جيمس "تقدم علاقات الشراكة مساهمة كبيرة بالنسبة لنا، حيث أضافت أكثر من 3.5 مليون ضيف على متن رحلات الاتحاد للطيران

# الشراكات منبر للنجاح

أثنى سعادة محمد مبارك فاضل المزروعى، رئيس مجلس إدارة الاتحاد للطيران، على أهمية الشراكات، خلال كلمته الافتتاحية، التي رُحِبَ فيها بالوفود القادمة إلى أبوظبي وبالمشاركين في المؤتمر العالمي للموظفين لعام 2015.



سعادة محمد مبارك فاضل المزروعى

ضيف فندقي خلال عام 2014 بزيادة وصلت إلى أكثر من 400 ألف زائر. وشدد على أهمية مواصلة الجهود، بقوله: "في الوقت الذي يبدو المستقبل مشرفاً بالنسبة لشركة الطيران، ومدينتنا الأم، لا يمكننا حتى مجرد التفكير أننا قد انتهينا من إنجاز العمل. ينبغي علينا الحفاظ على تركيز منقطع النظير فيما يخص السلامة، والجودة، والإبداع، والتميز على صعيد خدمة العملاء." وقال أيضاً: "من الأهمية بمكان أن يشعر ضيوفنا بأن اهتمامنا بهم متواصل وحقيقي على امتداد كل مرحلة من مراحل سفرهم، بدءاً من لحظة حجز الرحلة وانتهاءً بوصولهم إلى وجهتهم المرجوة. ينبغي علينا أن نشعرهم بخصوصيتهم وتفردهم، ليكونوا ركيزة أخرى داعمة للشركة."

واختتم كلامه بالقول: "لنتمكن من ذلك، يعني أن على موظفي الاتحاد للطيران، وشركائها على النطاق الأوسع، مواصلة التأكد من رضا الضيوف والحفاظ على مكانة خدمة العملاء في قمة جدول أعمالنا."

وأكد على أن هذا النهج هو الأمثل، نظراً لأنه يعكس النجاح الذي قامت على أساسه كل من أبوظبي ودولة الإمارات العربية المتحدة. حيث قال: "لا شك أن الشراكات التي قامت دولتنا الحكيمة بصياغتها، ساهمت في إيجاد قوة عالمية جديدة، بنيت على أساس مجموعة متنوعة من الركائز الاقتصادية والاجتماعية." وأضاف: "تواصل إمارة أبوظبي نموها المتسارع بصفتها مركزاً للتميز في عالم الأعمال. كما تعمد إلى الاستثمار بشكل قوي في مجالات التعليم والطب."

"وتزداد أهمية أبوظبي كوجهة للجذب أمام المسافرين بقصد الترفيه، بفضل عدد من مناطق الجذب مثل جزيرة ياس، التي تحتضن عالم فيراري وحلبة ياس مارينا للفورمولا 1." يدعم ذلك إنشاء عدد من المؤسسات الثقافية الرائدة في جزيرة السعديات، والتي تشمل متحف اللوفر أبوظبي، وغوغنهايم أبوظبي، ومتحف الشيخ زايد الوطني."

وأكد سعادته على أن المكانة القوية لأبوظبي بصفتها وجهة عالمية متميزة على صعيد الأعمال والسياحة، تتعكس من خلال ارتفاع أعداد الزوار، الذي وصل إلى 3.1 مليون

وكان من بين الحضور سعادة حمد الشامسي، نائب رئيس مجلس إدارة الاتحاد للطيران، وسعادة أحمد المهيري، عضو مجلس إدارة الاتحاد للطيران.

وأثنى سعادته على ذكر إنجازات الاتحاد للطيران خلال العام المنصرم 2014، مشيراً إلى تسلم الشركة للطائرات الجديدة، وإطلاقها عدداً من الوجهات، مروراً بتصميم ألوان الطلاء الجديد، والزي الجديد لطواقم الضيافة.

حيث قال: "واصلنا الارتقاء بمعايير الخدمة والجودة ووضع مفاهيم جديدة للخدمات والمنتجات المتميزة في ظل قطاع شديد التنافس."

وأضاف: "كل ذلك، ساهم في بروز مكانة الاتحاد للطيران. ولا يخفى على أحد الدور المنفرد وذو الخصوصية الذي لعبته الشراكات على صعيد تقدم الشركة، ذلك النهج الذي واصل تطويره بثبات وقوة على مدار السنوات القليلة الماضية."

ووصف سعادته استراتيجية الشراكة بكونها منبراً للنجاح وأساساً متيناً لمستقبل رابح لكافة الأطراف.

## الإيجار في خضم أمواج متقلبة لتحقيق النجاح

ليس هناك عام مثل الآخر أبداً في قطاع الطيران العالمي ومع كل تحول في التيار يجد القطاع نفسه في مجابهة تحديات غير مسبوقة مع فرص فريدة من نوعها كذلك.



جيمس ريجني، رئيس الشؤون المالية للاتحاد للطيران

وجهة في مختلف أنحاء العالم، مع أسطول مجتمّع من الطائرات يضم ما يزيد عن 720 طائرة تنقل ما يصل إلى 116 مليون مسافر كل عام." وقد ساهمت الشراكات كذلك في زيادة الفعالية وتقليل التكاليف التشغيلية، وهو ما يعد أمراً على قدر كبير من الأهمية بصورة خاصة في صناعة الطيران التي تعاني من انخفاض هامش الربحية والذي يصل في المتوسط إلى واحد في المائة فقط. وأشار ريجني إلى أن هناك العديد من الفرص التي تم تحديدها على صعيد توحيد العمليات في مراكز التشغيل الرئيسية مع الشركاء وكذلك على صعيد المشتريات المشتركة للطائرات، والمحركات، وعمليات الصيانة والإصلاح، وبرامج التدريب، وتموين الطائرات، وخدمات المناولة الأرضية والوقود. وفي إطار الاستراتيجية كذلك، يجري في الوقت الراهن إنشاء مراكز للتميز في مجال حساب العائدات وخدمات التدقيق في مدينة العين وفي أوروبا بهدف توفير الخدمات للاتحاد للطيران وشركائها في العديد من محاور العمل التي تشمل إدارة العائدات، والتخطيط لشبكات الوجهات، والتحالفات، والاستراتيجية التجارية، والمحاسبة المالية، وإعداد تقارير الإدارة.

وأكد ريجني على أن التغييرات الصغيرة في مجالات رئيسية قد تترك تأثيراً كبيراً حيث أن زيادة بمقدار

تطبيق هذه التغييرات بصورة خاصة على الاتحاد للطيران كذلك بالنظر إلى استراتيجية التطور غير المسبوقة التي تطبقها الشركة، حسبما أوضح جيمس ريجني، رئيس الشؤون المالية للشركة، خلال كلمته التي ألقاها في المؤتمر العالمي للموظفين. ومع أن الشركة قد خاضت غمار أوقات الارتفاعات والانخفاضات بقطاع الطيران بنجاح، سواءً خلال فترة ازدهار الاقتصاد في عام 2007، والارتفاعات غير المسبوقة في أسعار الوقود خلال عام 2008 ثم الأزمة الاقتصادية العالمية وانخفاض أسعار الوقود في عام 2009، وسحابة الرماد البركاني في عام 2010، وصولاً إلى تحقيق الربحية في عام 2011، والنمو في عدد الشركاء خلال عام 2012 وإبرام الصفقات الضخمة في عام 2013.

وفي العام الماضي، مع مواصلة الاتحاد للطيران مسيرتها نحو التحول من شركة طيران منفردة إلى مجموعة عالمية متميزة من شركات الطيران والسفر، كان التركيز على تعزيز الشراكات. وعن ذلك قال ريجني لوفود الحاضرين "حقق شركاؤنا مساهمة قيمة في عائدات الاتحاد للطيران خلال عام 2014."

وأضاف "غير أن شركائنا يحققون ما هو أكثر من العائدات كذلك، حيث نوفر سويماً مع شركائنا بالحصول على خدمات الرحلات إلى ما يزيد عن 620



# أخبار المؤتمر

5-6 مارس، 2015



صفحة 11 و 12 و 13: تكريم الموظفين المتميزين



صفحة 10: دروس مستفادة في مجال العمل مستقاة من حياة المغامرات



صفحة 9 و 8: التخطيط للنجاح



صفحة 6 و 7: أمسية حافلة بالمرح

## “علاقات الشراكة الفاعلة” تسهم في دعم مسيرة النمو

يقع على عاتق الاتحاد للطيران وشركائها في قطاع الطيران مهمة تحقيق أكبر قدر من الفوائد والمكاسب عبر العمل معاً بتناغم أكثر، بما يدفع عجلة النمو خلال عام 2015.



جيمس هوجن، رئيس المجموعة والرئيس التنفيذي للاتحاد للطيران

والاتحاد الإقليمية (33.3 في المائة شريطة الحصول على الموافقات ذات الصلة) وطيران برلين (29.21 في المائة) وفيرجن أستراليا (24.2 في المائة) وجيت إيروايز (24 في المائة) وأير لينغوس (4.99 في المائة).  
شهد العام الماضي إطلاق العلامة التجارية “شركاء الاتحاد للطيران” التي تتألف من أعضائها المؤسسين وهم الاتحاد للطيران وأيطاليا وجيت إيروايز وطيران برلين وشركة NIKI والخطوط الجوية الصربية وطيران سيشل والاتحاد الإقليمية.  
وفي إطار علاقات الشركة، تسعى شركات

تتبع في الصفحة 3

الضيف الأولوية القصوى من حيث الأهمية والاهتمام. علينا أن نبذل مزيداً من الجهد فيما يتعلق بالوجهات وانسجام الخدمات والمنتجات، إلى جانب الاستفادة من علاقتنا الإستراتيجية من أجل تحسين وحدة العائد والاحتفاظ بالعملاء وتعزيز تكلفة الوحدة.”  
كما تناول جيمس في كلمته “الأسرة القوية” التي تجمع شركاء الحصة التابعين للاتحاد للطيران.

تمتلك الاتحاد للطيران حصص ملكية في شركات طيران أخرى من بينها شركة أليطاليا (49 في المائة) والخطوط الجوية الصربية (49 في المائة) وطيران سيشل (40 في المائة)

افتتح جيمس هوجن، رئيس المجموعة والرئيس التنفيذي في الاتحاد للطيران، المؤتمر العالمي للموظفين لعام 2015، مؤكداً على أحد المحاور البارزة التي تسعى الشركة التركيز عليها خلال السنوات المقبلة وهي “سويّاً نحو شراكة فاعلة”.

وأفاد هوجن قائلاً: “تُركز استثمارنا الاستراتيجية على العمل معاً بصورة أكثر نكاهاً، إذ يتعين علينا مواصلة البحث عن أفضل الممارسات المهنية، مع استكشاف أفضل السبل لتعزيز الكفاءة في المكاتب الخلفية من أجل الارتقاء بمستوى خدمة العملاء.”  
وأضاف قائلاً: “يرجع ذلك إلى ضرورة منح



سعادة محمد مبارك فاضل المزروعى، رئيس مجلس إدارة الاتحاد للطيران (في الوسط) مع كل من موريشيو ميرلو، الرئيس التنفيذي لشركة الاتحاد الإقليمية، ومانوج بابا، الرئيس التنفيذي لشركة طيران سيشل، وسيلفانو كاسانو، الرئيس التنفيذي لشركة أليطاليا، وناريس غويال، رئيس مجلس إدارة شركة جيت إيروايز، وجيمس هوجن، رئيس المجموعة والرئيس التنفيذي للاتحاد للطيران، وكرامر بول، الرئيس التنفيذي لشركة جيت إيروايز، وداني كونديتش، الرئيس التنفيذي لشركة الخطوط الجوية الصربية، وستيفان بيلشر، الرئيس التنفيذي لشركة طيران برلين.