



Chairman's Statement (continued) Penyata Pengerusi (sambungan)



simultaneously increasing its market share from 6.2% to 7.5%. Middle East sector grew by 22.0%, at the same time increasing its market share from 4.1% to 4.7%.

In last year's Annual Report, shareholders were informed that the Group identified and implemented several strategic initiatives in 2001 with a view of enhancing shareholders' value. Paramount of these would be expediting KLIA's development into a significant regional aviation hub. The Group aggressively pursued this initiative further in year 2002. In 2002, the Group employed a two-prong strategy namely promoting KLIA to the general public both locally and internationally as well as aggressively marketing KLIA to targeted airlines.

With a view of promoting KLIA's outstanding infrastructure and services that are second to none, the Group launched the KLIA Integrated For Ease Campaign on 11 April 2002. The said campaign was designed to showcase to the world KLIA's outstanding infrastructure

Dalam Laporan Tahunan tahun lepas, para pemegang saham dimaklumkan bahawa Kumpulan telah mengenalpasti dan melaksanakan beberapa usaha strategik pada tahun 2001 dengan tujuan untuk mempertingkatkan nilai pemegang saham. Antara usaha terpenting ialah langkah mempercepatkan pembangunan KLIA yang bertujuan untuk menjadikannya sebuah hub penerbangan penting di rantau ini. Kumpulan meneruskan usaha tersebut secara agresif pada tahun 2002. Pada tahun ini, Kumpulan telah menggunakan strategi serampang dua mata, iaitu dengan mempromosi KLIA kepada umum, baik di peringkat tempatan mahupun antarabangsa, serta memasarkan KLIA secara agresif kepada beberapa syarikat penerbangan yang kami sasar.

Kumpulan telah melancarkan kempen 'KLIA Integrated For Ease' pada 11 April 2002 dengan tujuan untuk mempromosikan infrastruktur dan perkhidmatan KLIA yang mengkagumkan dan tiada bandingan. Kempen ini bertujuan untuk memaparkan kepada dunia tentang infrastruktur KLIA yang mengkagumkan serta perkhidmatan bersepadu yang cemerlang bagi membolehkan penumpang menikmati suatu pengalaman perjalanan yang tiada batas sempadan. Pada masa yang sama, kempen ini juga memberi gambaran jelas tentang piagam perkhidmatan semua penyedia perkhidmatan di KLIA kepada syarikat-syarikat penerbangan.





Chairman's Statement (continued) Penyata Pengerusi (sambungan)



coupled with an integrated excellent services that would make passengers' travel experience seem seamless. At the same time, the said campaign was also a clear indication of the service level charter that all service providers at KLIA make to the airlines.

Meanwhile, the Group was very aggressive in undertaking marketing campaigns to targeted airlines. KLIA remains committed in attracting new airlines and services by increasing the incentives provided to international carriers to use KLIA as its regional base of operations. Ultimately, this is aimed at providing Malaysians and international travellers a greater frequency of flights coupled with a better option of international connections and destinations. I am pleased to report that as at December 2002, KLIA managed to pull in 5 new airlines to operate in KLIA namely Air Andaman, Air Macau, Xiamen Airlines, Orient Thai Airlines and Yemenia Yemen Airways bringing the total number of international airlines operating in KLIA to 40 serving 82 destinations. The Group will continue its aggressive pursuit in this area in line with its objective of turning KLIA into a significant regional hub.

Pada masa yang sama, Kumpulan telah menjalankan kempen pemasaran yang sangat agresif kepada syarikat-syarikat penerbangan yang disasarkan. KLIA kekal komited untuk menarik syarikat-syarikat penerbangan dan perkhidmatan baru dengan menambah insentif yang disediakan kepada syarikat-syarikat penerbangan antarabangsa supaya menggunakan KLIA sebagai pengkalan operasi serantau mereka. Ini bertujuan untuk menyediakan kekerapan penerbangan dan pilihan sambungan perjalanan serta destinasi antarabangsa yang lebih baik kepada rakyat Malaysia dan juga kembara antarabangsa. Saya berasa sukacita untuk melaporkan bahawa setakat bulan Disember 2002, KLIA telah berupaya menarik 5 buah syarikat penerbangan baru untuk beroperasi di KLIA; ini meliputi Air Andaman, Air Macau, Xiamen Airlines, Orient Thai Airlines dan Yemenia Yemen Airways. Dengan ini, 40 syarikat penerbangan antarabangsa beroperasi di KLIA dan menyediakan penerbangan ke 82 destinasi. Kumpulan akan meneruskan usaha agresif dalam bidang ini selaras dengan objektifnya untuk menjadikan KLIA sebuah hub serantau yang penting.

Kumpulan berjaya mencatatkan mercutanda penting apabila terminal baru Lapangan Terbang Sultan Ismail Petra di Kota Bharu memulakan operasi komersilnya pada bulan September 2002. Projek bernilai kira-kira RM55 juta ini merupakan satu tambahan baru kepada infrastruktur lapangan terbang Kumpulan dan sekaligus merintis peluang kepada penumpang untuk mengalami perjalanan tiada batas pergi balik ke Kota Bharu, iaitu

