

معرض الوجهات السياحية:

تعريف ممتاز بمواقع الجذب الفريدة

<لندن-كارين دابروفسكى

ملعب دراكولا في ترانسيلفانيا ومنتزه الغوريلا في الغابون كانا من ضمن الخيارات المعروضة أمام من يفكر في إجازة عجيبة ورائعة ومختلفة، والتي جرى الترويج لها في معرض الوجهات في لندن في الفترة من الأول إلى الرابع من شباط/فبراير.



الشباب الذين يرغبون في النوم في الخيام أو في دور الضيافة البسيطة، فإن شركة "طريق الحرير وما وراءه" تلبى رغبات المتقاعدين. ولاحظ كريغ باغولي، مدير مكتب شركة "أركنو" في لندن، أن ليبيا أصبحت المقصد السياحي الرئيسي، "فالكل يتحدث عن ليبيا، التي اكتشف السياح فيها المدن الرومانية واليونانية وغيرها من المواقع التاريخية العظيمة". وبينما كان العديد من الدول العربية والإسلامية متخلفا بعض الشيء في الترويج لوجهاتهم السياحية الفريدة، فقد أبدى العارضون الذين شاركوا في المعرض مهنية تستحق الثناء من حيث المنشورات التي وزعوها وتصميم أجنتهم. ■

ثلاثة ملاعب غولف، مركز جاري، عيادة ومجموعة واسعة من الخدمات للشقق والفيلات في هذا المجمع. شركة "سماء الأناضول" تروج لتركيا وشمال قبرص كوجهتين للإجازات، قامت شمال قبرص، قبل المعرض، بحملة إعلامية مثيرة على 100 باص من باصات لندن و50 محطة من محطات الأنفاق وسط لندن. وقامت شركة "أوبسيس أوفر لاند" بالترويج لطريق الحرير، من خلال رحلة استكشافية تمر بالمغرب والجزائر وليبيا ومصر والأردن وسورية وتركيا وجورجيا وأذربيجان وتركمانستان وأوزبكستان وقيرغيزستان وتنتهي في الصين. وبينما تلبى "أوبسيس أوفر لاند" طموحات

استقطب المعرض، وهو الآن في سنته الثالثة عشرة، نحو 54,000 شخص من محبي السفر والذين يرغبون بشدة في التعرف على الآلاف من خيارات السفر والصفقات. وكان المعرض بالتأكيد صادقا في شعاره "نعال واكتشف العالم في يوم". العارضون من العالم الإسلامي والشرق الأوسط جاؤوا من ليبيا والإمارات وشمال قبرص وتونس والمغرب والأردن وتركيا. المغرب وتونس عارضان قديمان في معارض السفر الدولية في لندن ويحرصان على ترويج "شيء مختلف". وتم الترويج لفيلات للإيجار في تونس ومنتجع السعيدية في المغرب الذي سيفتح في نهاية عام 2007.

أسّس صبحي حميدة شركة "تونس سمبلي فيلاز" في آب/أوغسطس من العام الماضي. قال حميدة للسياحة الإسلامية: "لقد درست السياحة وأردت أن أفتتح وكالة للسفر، لكن الشخص الصغير لا يستطيع التنافس مع الشركات الكبيرة، لذا اضطررت إلى التحوّل إلى شيء مختلف". وهو يعتمد على موقعه الإلكتروني www.tuniasimplyvillas.co.uk للترويج. ميديتيرانيا-السعيدية هي آخر انتاجات الشركة الأسبانية فاديسا التي تبني سكنا ومجمعا سياحيا رائعا في السعيدية، وهي قرية سياحية جميلة ذات تراث سياحي عريق على ساحل البحر الأبيض المتوسط المغربي. هناك ستة فنادق فاخرة، مرفأ للقوارب (مارينا)،

Destinations:

Excellent Introduction To Unique Attractions

> London-Karen Dabrowska

Dracula's playground in Transylvania and a gorilla park in Gabon were among the weird and wonderful 'different' holiday options promoted at Destinations the leading consumer travel showcase held in London from February 1st – 4th.



Now in its 13th year, the exhibition attracted over 54,000 passionate travellers all keen to check out the thousands of travel choices and exclusive deals. The show certainly lived up to its slogan 'come and discover the world in a day'.

Muslim and Middle Eastern exhibitors included Libya, UAE, North Cyprus, Tunisia, Morocco, Jordan and Turkey.

Morocco and Tunisia, veteran exhibitors at London's international travel shows were keen to promote 'something different: villas for rent in Tunisia and the Saidia resort in Morocco, which will open at the end of 2007. Sahbi Hmida set up Tunisia Simply Villas in August last year. "I studied tourism and wanted to open a travel agency", Hmida told Islamic Tourism. "But a small person can't complete with the big companies so I had to branch out and do something different". Hmida relies on his website

www.tuniasimplyvillas.co.uk for promotion. Mediterranean-Saidia is the latest development by the Spanish company FADESA which is building a remarkable residential and tourist complex located in Saidia, a picturesque village with a long tourist tradition on the Mediterranean coast of Morocco. There are six luxury hotels, a marina, three golf courses, a commercial centre, clinic and an extensive range of inclusive services for the apartments and villas in this complex.

Anatolian Sky promoted Turkey and North Cyprus as holiday destinations. Before the show, North Cyprus launched an impressive advertising campaign on 100 red buses travelling through the heart of London and 50 central London underground stations. Oasis Overland marketed an ambitious Silk Road Exploratory Trip passing through Morocco, Algeria, Libya, Egypt, Jordan,

Syria, Turkey, Georgia, Azerbaijan, Turkmenistan, Uzbekistan, Kyrgyzstan and ending in China.

While Oasis Overland is for the younger generation eager to put up tents or sleep in simple guest houses, the Silk Road and Beyond caters to well heeled retired folk.

Craig Baguley, the manager of Arkno Tours London office observed that Libya is becoming the in destination. "Everyone is talking about Libya – people have discovered the Roman and Greek cities and other magnificent historic sites".

While many Arab and Muslim countries were a bit backward in coming forward to promote their unique tourist sites and destinations, the exhibitors who made the effort to attend the show displayed a commendable professionalism in the literature they presented and in the design of their stands. ■