

> Beijing: Helen Han Hongya



Le marché commercial de Chine et le tourisme d'incitation international 2006

Le Marché international de Chine et le tourisme incitatif international, organisé par l'office de tourisme de Beijing et la société des expositions Reed (filiale de Beijing), s'est tenu du 11 au 13 juillet 2006, dans la salle des expositions internationales de Beijing. Selon les chiffres donnés par les organisateurs, il y avait 190 exposants de 30 pays, en plus des responsables des organismes de tourisme de la Malaisie et de la Hollande. L'espace de cette exposition a englobé 4 300 m², et les visiteurs professionnels enregistrés en ligne ont atteint 3 500 personnes.

L'exposition, comme son nom l'indique, concerne principalement le commerce et le secteur du tourisme incitatif. Elle se distingue ainsi des autres expositions de tourisme, puisque les visiteurs sont essentiellement des professionnels du tourisme. Aussi, un calme étonnant régnait-il sur la salle d'exposition. Mme Li, directrice adjointe du « MICE » dans l'office de tourisme de Beijing, nous donna l'explication suivante : « Pour offrir un niveau élevé de compétences aux exposants et aux acheteurs durant l'exposition, nous utilisons

un système d'enregistrement en ligne avant l'exposition. Ce qui signifie que les exposants peuvent choisir leurs clients, et les acheteurs les exposants. L'exposition leur offre seulement l'occasion de discuter les détails face à face. Nous avons invité aussi 500 acheteurs et des personnalités importantes, telles que Motorola, pour visiter l'exposition. » Autre fait majeur de cette manifestation, le programme des conférences. Puisque la compréhension du tourisme incitatif est à sa première phase en Chine, les Chinois ont

besoin de connaître davantage d'informations le concernant. Les organisateurs ont invité des experts, tels Martine Shirke, pour faire des conférences. L'ensemble des visiteurs a reconnu l'important apport théorique et scientifique de cette exposition. Conformément à ce qu'a déclaré Gary Liu, vice président de la société Reed des expositions, l'exposition va utiliser à partir de l'an prochain le nouveau nom suivant : « Exposition de Chine d'incitation, de commerce et de congrès ». ■

معارض

< بكين - هيلين هان هونغيا



سوق الصين التجاري وسياحة الحوافز العالمي 2006

افتتح سوق الصين التجاري وسياحة الحوافز العالمي الذي نظّمته الإدارة السياحية في بكين وشركة ريد للمعارض (فرع الصين). في الحادي عشر من تموز/يوليو 2006 واستمر إلى الثالث عشر من نفس الشهر في قاعة الصين للمعارض العالمية في بكين. وحسب الأرقام التي ذكرها المنظمون فإن عدد المشاركين كان 190 عارضا من 30 بلدا بالإضافة إلى مسؤولي الإدارة السياحية لماليزيا وهولندا. وبلغت سعة المعرض 4.300 متر مربع وعدد الزوار الفنين الذين سجلوا على الانترنت 3.500 شخصا.

يزال في أطواره الأولى في الصين. يحتاج الصينيون إلى معرفة المزيد من المعلومات ذات الصلة بها. ودعى المنظمون خبراء، مثل مارتين شيك، لإلقاء محاضرة في الموضوع. وقد اعترف جميع الزوار بالفوائد النظرية والعملية المهمة للمعرض. ووفقا لما قاله غاري ليو، نائب رئيس شركة ريد للمعارض، فإن المعرض سيستخدم الاسم الجديد: «معرض الصين للحوافز والتجارة والمؤتمرات» ابتداءً من العام المقبل. ■

والمشترين خلال المعرض. نستخدم نظام تسجيل على الانترنت قبل المعرض، مما يعني أن بإمكان المعارضين أن يختاروا الزبائن، وبإمكان المشترين أن يختاروا المعارضين أيضا. ويقدم المعرض فرصة فقط لمناقشة التفاصيل وجها لوجه. كما دعونا حوالي 500 من المشترين والشخصيات الهامة جدا، مثل موتورولا. لزيارة المعرض. الحدث البارز الآخر في هذا المعرض هو برنامج المحاضرات. فلما كان فهم سياحة الحوافز لا

يركز المعرض. كما يقول عنوانه. فقط على التجارة وقطاع سياحة الحوافز. لذا فهو يختلف عن غيره من المعارض السياحية حيث إن الزوار هم أساسا من الدوائر السياحية، ولذلك ساد الهدوء قاعة العرض وجعلها أشبه ما تكون باجتماع عمل يتم في أي مكان. السيدة لي، مساعدة مدير المايس في هيئة سياحة بكين أعطتنا تفسيرها للأمر، قائلة: «من أجل توفير مستو عال من الكفاءة للمعارضين