

به همت اتاق بازرگانی و با همکاری استانداری و شهرداری اصفهان ؛ برند و لوگوی بین المللی شهر اصفهان انتخاب شد



شورای عالی برند استان اصفهان به ریاست استاندار و با حضور اتاق بازرگانی، شهرداری، ادارات میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تشکیل جلسه داد و برند شهری اصفهان را پس از 4 سال کار کارشناسی انتخاب کرد.

شورای عالی برند استان اصفهان به ریاست استاندار و با حضور اتاق بازرگانی، شهرداری، ادارات میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تشکیل جلسه داد و برند شهری اصفهان را پس از 4 سال کار کارشناسی انتخاب کرد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان، **سید عبدالوهاب سهل آبادی** رییس اتاق بازرگانی در این جلسه شورا گفت: اتاق با تشکیل کمیسیون ویژه گردشگری و برند شهری خواستار تقویت صنعت گردشگری استان شد و در این راستا پروژه انتخاب برند بین المللی شهر اصفهان را کلید زد.

وی اضافه کرد: برند شهری بخشی از پازل گردشگری اصفهان است که می تواند زمینه جذب گردشگران خارجی را فراهم سازد.

وی تاکید کرد: شعار «**اصفهان، نصف جهان**» همچنان به عنوان برند شهری اصفهان برای عموم مردم وجود دارد ولی برای گردشگران خارجی نیاز به برند به زبان روز هستیم.

رسول زرگریور اظهارداشت: با توجه به اینکه طرح برند شهری اصفهان، یک کار فاخر و ماندگار است زمان بر بودن تعیین این برند براساس فعالیت های کارشناسی دقیق مشکلی را ایجاد نخواهد کرد.

وی با بیان اینکه گر چه در داخل و حتی خارج از کشور اصفهان نیازی به برند ندارد و برای همه شناخته شده است، گفت: با عنایت به اینکه شهرهای مهم تاریخی و تأثیرگذار جهان دارای برند می باشند، خوشبختانه برند سازی خارجی شهری اصفهان فرایند منطقی، علمی و پژوهشی را زیر نظر کارشناسان متخصص طی نموده است و به دلیل اینکه این برند مراحل کارشناسی را طی کرده کلیت آن مورد تایید قرار گرفت.

وی با اشاره به اینکه از منظر مخاطبین داخلی و خارجی طرح تصویر و طرح متن در برند بسیار اهمیت دارد، افزود: این دو موضوع به یک اندازه دارای اهمیت است، لذا باید همه ی ابعاد طرح برند، به ویژه متن توسط کارشناسان و زبان شناسان مورد بررسی دقیق قرار گیرد.

محمد رضا رجالی رییس کمیسیون گردشگری و برند شهری اتاق بازرگانی اصفهان در این جلسه گفت: فرایند انتخاب برند شهری بر اساس تحقیقات علمی و همچنین نظرسنجی از کارشناسان و گردشگران خارجی صورت گرفته است.

وی افزود: با وجود انتخاب سه برند توسط هیات داوران، برندها در نظرسنجی نمایشگاه های بین المللی اصفهان قرار گرفت تا گردشگران نسبت به برند پیشنهادی نظر خود را اعلام کنند.

رضا گنجوی مدیر پروژه برند شهری اصفهان در این جلسه با تشریح روند انتخاب این برند گفت: در فراخوان انتخاب برند شهری اصفهان 75 طرح همراه با 40 فیلم در مرحله نخست شرکت کردند.

وی تصریح کرد: هیات داورانی متشکل از خبرگان بخش تبلیغات، ارتباطات، جامعه شناسی و گردشگری تشکیل شد و پس از دوری 13 طرح را برای مرحله بعدی انتخاب کردند.

وی استقبال گسترده فعالان صنعت تبلیغات کشور در انتخاب برند شهری را قابل توجه دانست و گفت: در مرحله نهایی دوری 13 طرح برگزیده با حضور طراحان و هیات داوران بررسی شد و 5 طرح برگزیده به شورای عالی برند معرفی شد.

مرتضی حسام نژاد معاون شهردار اصفهان در این جلسه خواستار تسریع به انتخاب نهایی برند اصفهان شد و گفت: معرفی این برند به گردشگران خارجی نیاز به برنامه ریزی و فعالیت گسترده دارد.

گفتنی است در این جلسه در خصوص اطلاع رسانی، رونمایی، تبلیغ و ایجاد چارچوبی برای اجرایی شدن برند شهری اصفهان بحث و تبادل نظر گردید.