

در نشست هم اندیشی برند گردشگری شهر اصفهان با فرهیختگان مطرح شد؛

برند شهری اصفهان انعکاس تاریخ و فرهنگ این شهر است

نشست هم اندیشی برند گردشگری شهر اصفهان با حضور رییس اتاق بازرگانی، مدیر کل صدا و سیما و جمعی از نخبگان فرهنگی و هنری شهر اصفهان در تالار سیمین مهمانسرای عباسی برگزار شد.



برای توسعه صنعت گردشگری به زیرساخت هایی از جمله برند شهری نیاز داریم

سیدعبدالوهاب سهل آبادی رییس اتاق بازرگانی اصفهان در این نشست گفت: برند شهری اصفهان بیش از 5 سال است که توسط اتاق بازرگانی در دست تحقیق و بررسی است و آماده رونمایی برای گردشگران خارجی است.

وی افزود: برای معرفی برند شهری اصفهان شورای عالی برند به مدیریت استاندار و با عضویت شهرداری، اداره کل میراث فرهنگی، اتاق بازرگانی و .. در استان تشکیل شد. سهل آبادی تاکید کرد: برای توسعه صنعت گردشگری و جذب گردشگران داخلی و خارجی به زیرساخت هایی از جمله برند شهری نیاز داریم که بتوان برای شهر اصفهان جذابیت ایجاد کرد.

وی در بخش دیگری از سخنان خود تشکیل شورای توسعه پایدار استان اصفهان را یکی دیگر از فعالیت های اتاق بازرگانی برشمرد و گفت: این شورا با هدف شناسایی چالش های توسعه بدون ضابطه تشکیل و خواستار ارایه مدل توسعه پایدار بر مبنای مزیت های استان است.

مسعود احمدی مدیرکل صدا و سیما استان اصفهان در این نشست گفت: برای معرفی اصفهان به نماد و سمبل متناسب با شرایط روز نیاز داریم و برند شهری اصفهان بر اساس تحقیقات انجام شده مسیر علمی صحیحی را پیموده است

وی تاکید کرد: برند بین المللی اصفهان بایستی بتواند سلیقه گردشگران خارجی را برای بازدید از این شهر جلب کند.

اصفهان را از چندپارگی برند گردشگری نجات دهیم

سعید صادقی مدیرکل حوزه ریاست استانداری اصفهان در این نشست خواستار برندسازی واحد و یکپارچه برای اصفهان شد و گفت: در طول سال های گذشته نام های متعددی از جمله شهر گنبد های فیروزه ای، شهر زیبای خدا و غیره مطرح شده که گردشگران داخلی و خارجی را سردرگم ساخته است.

وی تاکید کرد: انتخاب یک برند با مختصات بین المللی می تواند صنعت گردشگری استان را تحت تاثیر خود قرار دهد.

مصطفی رنای نایب رییس اتاق بازرگانی اصفهان در این نشست به تاریخ چند هزار ساله اصفهان اشاره کرد و گفت: برند شهری می تواند علاوه بر معرفی آثار تاریخی و جاذبه های گردشگری به توسعه پایدار صنعت و کشاورزی استان منجر شود.

علی کرباسی زاده نایب رییس کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی اصفهان در این نشست تاکید کرد: تنها راه علاج مقابله با بحران بیکاری و رکود در استان اصفهان توسعه صنعت گردشگری است.

وی افزود: برای جذب گردشگر خارجی به اصفهان به برند شهری و معرفی شهر توسط شرکت های روابط عمومی بین المللی نیاز داریم که اتاق بازرگانی با تشکیل کمیسیون گردشگری به دنبال ایجاد این زیرساختهاست.

برند شهری سرمایه خارجی برای شهروندان اصفهانی است

رضا گنجوی مدیر پروژه برند شهری اصفهان در این نشست گفت: برند شهری باعث می شود شهرها به سرمایه خارجی شهروندان آن شهر تبدیل شود و منافع اقتصادی برای همه مردم به ارمغان آورد.

وی اضافه کرد: برند شهری اصفهان پس از برگزاری مسابقه بین شرکت های تبلیغاتی و با مشاوره شرکت های بین المللی فعال در حوزه روابط عمومی به مرحله پایانی رسیده است

وی تصریح کرد: برند شهری اصفهان در کلیه تولیدات و مراکز معرفی می شود که استاندارد های لازم در تولید کالا و ارایه خدمات به گردشگران داخلی و خارجی رعایت کنند.

وی از ساخت 180 قصه از روایت های ناگفته در مورد آثار تاریخی اصفهان توسط کمیسیون گردشگری خبر داد و گفت: این روایت ها توسط نخبگان، هنرمندان و فرهیختگان شهر بیان و در اختیار آژانس های گردشگری برای معرفی به گردشگران خارجی می گیرد.

آثار تاریخی هخامنشیان در تپه اشرف اصفهان به دست آمده است

علیرضا جعفری زند باستان شناس و استاد دانشگاه در این نشست خواستار راستی آزمایی روایت های ناگفته اصفهان شد و گفت: روایت هایی به گردشگران خارجی بایستی گفته شود که از نظر تاریخی صحیح و دارای سند باشد.

وی با اشاره به اکتشافات تپه اشرف اصفهان گفت: تاریخ اصفهان به دوران هخامنشیان باز می گردد ولی متأسفانه به دلیل کمبود بودجه اداره کل میراث فرهنگی اکتشافات بر روی این تپه متوقف شده است.

وی تاکید کرد: اصفهان فقط اصفهان صفویه نیست که در معرفی برند شهری بر آن تاکید شود بلکه اصفهانی متعلق به دوره های مختلف تاریخی است.

اصفهان و شیراز، مهمان پذیر های ایران به شمار می آیند

سید مهدی نوربان استاد دانشگاه اصفهان در این جلسه گفت: اصفهان یکی از شهرهای مهمان پذیر ایران است که همواره برای مهمان بهترین مکان و پذیرایی را فراهم می سازد. خسرو احتشامی شاعر پیش کسوت اصفهانی در این نشست گفت: روزگاری تاجران انگلیسی، هندی، اسپانیایی در بازار قیصریه اصفهان مغازه داشته اند و باید این دوران را در اصفهان احیا ساخت.

وی اضافه کرد: معرفی گنبد های تاریخی مربوط به دوره های تاریخی یکی از مهم ترین بخش های معرفی اصفهان باید باشد گنبدهایی که مملو از هنرهای دستی است.

وی با انتقاد از تولید صنایع دستی بی کیفیت و فروش آثار چینی در میدان نقش جهان گفت: با این روند تولید آثار نمی توان گردشگران را مجذوب زیبایی های اصفهان کرد.

وی با انتقاد از تغییر نام های اصیل اصفهانی در معابر و گذرهای این شهر گفت: نام های قدیمی و گفتن روایت های ان می تواند برای گردشگران جذابیت ایجاد کند.

مختاریان استاد دانشگاه هنر اصفهان در این نشست ضمن استقبال از طراحی برند شهری برای اصفهان گفت: برند شهری باید کاربردی باشد و به صورت هویت شهر شناخته شود.

کیوان استاد تاریخ دانشگاه اصفهان در این نشست خواستار توجه طراحان برندشهری اصفهان به هویت ایرانی و همگامی تاریخی اصفهان شد و گفت: نباید یک دوره تاریخی فقط در برندشهری اصفهان متبلور شود.
وی افزود: اصفهان مملو از آثار تاریخی و میراث ناملموس از دوره های تاریخی است و در برند شهری تاریخ اصفهان باید مورد توجه قرار گیرد.