

در نشست بررسی برند گردشگری استان اصفهان اعلام شد:

مشارکت صدا و سیما در اجرای بزرگ ترین کمپین داخلی و بین المللی تبلیغاتی تاریخ اصفهان با محوریت برند گردشگری



در نشست بررسی برند گردشگری استان اصفهان که با حضور رییس و اعضای هیات نمایندگان اتاق بازرگانی اصفهان و چند تن از مسوولین استان برگزار شد، اعلام گردید صدا و سیما در اجرای بزرگ ترین کمپین داخلی و بین المللی تبلیغاتی تاریخ اصفهان با محوریت برند گردشگری مشارکت خواهد نمود.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان **عباس مهدوی مهر**، در این نشست با ارائه گزارشی از سیاست های حمایتی رسانه ملی از فعالان اقتصادی بخش خصوصی از سال 96 مطابق با منویات مقام معظم رهبری و تاکید ایشان بر اهمیت حمایت از تولید و اشتغال اظهار داشت: رسانه ملی در چند سال اخیر حمایت از تولیدکنندگان و صنعتگران بخش خصوصی را با ارائه و پخش تبلیغات رایگان در برنامه های پر مخاطب این سازمان در برنامه خود قرار داده است و اکنون نیز علاوه بر ارائه پکیج های رایگان تبلیغاتی برای فعالان اقتصادی اشتغالزا در کشور، آماده تعامل بیشتر با اتاق های بازرگانی کشور به عنوان پارلمان بخش خصوصی به منظور ارائه خدمات بهتر و حتی مشارکت در کمپین های اصلاح سبک زندگی شهروندان، حمایت و توسعه گردشگری و ... می باشد. مدیرکل بازرگانی سازمان صدا و سیما از آمادگی رسانه های بین المللی این سازمان مانند پرس تی وی، هیسبان تی وی، العالم، سحر و ... به منظور کمک به توسعه گردشگری کشور و مشارکت در کمپین های معرفی توانمندی های جاذبه های گردشگری و از همه مهمتر کمک به برندسازی صنعت گردشگری کشور در سطح بین المللی خبر داد.

مسعود گلشیرازی، رییس اتاق بازرگانی اصفهان نیز ضمن اشاره به اقدامات مثبت اخیر صدا و سیما در راستای رونق تولید و کمک به تحقق اقتصاد مقاومتی خواستار هدفمند تر و سازمان یافته تر شدن این اقدامات شد. وی هدف از تشکیل این نشست را برنامه ریزی برای راههای جذب سرمایه گذار داخلی و خارجی در استان و ایجاد رونق کسب و کار فعالین اقتصادی گردشگری با استفاده از پتانسیل های موجود در صدا و سیما بیان نمود. وی با اشاره به ظرفیت بی نظیر مشهد مقدس در جذب توریست مذهبی خواستار تشکیل کمپینی برای جذب این گردشگران جهت بازدید از آثار تاریخی اصفهان شد. گلشیرازی افزود: در شرایط جنگ اقتصادی اخیر، باید کمپینی برای شناسایی ظرفیت های گردشگری کشور در سطح بین المللی معرفی شده و عملاً با سیاه نمایی ها و سیاست های ایران هراسانه تبلیغی رسانه های غربی علیه ایران مقابله گردد. رییس اتاق بازرگانی اصفهان تصریح کرد: امروزه چارترینگ هوایما ها بزرگترین ضربه را به گردشگری می زند و باید برای رفع این چالش تدابیری اندیشیده شود. وی در ادامه خواستار طراحی پلتفرم گردشگری کشور و استان شد و تاکید کرد: همچنین باید روابط عمومی بین المللی شناسایی ظرفیت های بی نظیر گردشگری کشور به بازار های هدف خارجی از محل بلیط فروشی اماکن گردشگری به گردشگران خارجی تشکیل گردد. **سید حسن قاضی عسگر**، معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری اصفهان نیز با بیان اینکه به اعتقاد بسیاری از کارشناسان صنعت گردشگری می تواند در شرایط جنگ اقتصادی تحمیل شده بر اقتصاد کشور، یکی از مهمترین راهکارهای خروج از بحران و جبران کننده کاهش درآمدهای نفتی و ارزی کشور باشد تصریح کرد: استان و شهر اصفهان در زمینه تاریخی، فرهنگی، آداب و سنن، صنایع دستی و حتی غذا و ... دارای ظرفیت های بی نظیری است که استانداری اصفهان نیز بر این باور است که با حمایت از بخش های مختلف این حوزه و تسهیل سرمایه گذاری در این بخش، گام های ارزشمندی در زمینه افزایش جذب گردشگر، معرفی مطلوب فرهنگ، تمدن و تاریخ بی نظیر تمدن ایرانی اسلامی و اصفهان بعنوان نگین درخشان این فرهنگ برداشته شود. **محمد رضا رجالی**، عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی اصفهان نیز با تاکید بر اهمیت ارائه داستان مناسب در جذب مخاطب؛ ظرفیت بی نظیر فرهنگ، تمدن و آثار تاریخی و صنایع دستی اصفهان را یکی از مهمترین پتانسیل های گردشگری استان و کشور دانست که می توان با روایت داستانی جذاب برای آن؛ بخش قابل توجهی از گردشگران تاریخی و فرهنگی جهان را جذب کرد. رییس کمیسیون گردشگری و برند شهری دوره هشتم اتاق بازرگانی اصفهان در ادامه با بیان اینکه امروزه گردشگری به عنوان عروس اقتصاد اطلاق می شود چرا که درآمد آن در بین 70 درصد شهروندان توزیع می شود افزود: به منظور استفاده از ظرفیت های بی نظیر گردشگری استان و کشور نیازمند حمایت و مشارکت همه جانبه، هدفمند و هماهنگ همه سازمان های دولتی، حاکمیتی و بخش های عمومی و خصوصی به همراه همراهی و مشارکت شهروندان هستیم. در ادامه **بهرام عبدالحسینی**، مدیرکل صدا و سیما مرکز اصفهان عدم وجود مشاور رسانه ای قوی در صنایع استان را یکی از مشکلات اصلی فعالین اقتصادی دانست و گفت: در مبحث برند نیز لازم است تبلیغات هوشمندانه ای انجام شده و نگاه مسوولین و مردم نسبت به گردشگری تغییر یابد. گفتنی است در ابتدای این نشست **رضا گنجوی**، مدیرپروژه برند گردشگری استان اصفهان ضمن تشریح برند گردشگری اصفهان تفاوت اصلی اتاق بازرگانی اصفهان در دوره نهم با دوره های گذشته را ایجاد اکوسیستم هایی در راستای کمک به بازاریابی استان، ایجاد مکانیزم رونق کاری بین اعضا و ساز و کار اثربخشی بیشتر در تعاملات با دولت بیان کرد و افزود: هدف اصلی از ایجاد برند اصفهان کمک به رونق اقتصاد استان می باشد.