

در نشست بررسی مدل‌های اقتصادی تامین مالی پروژه برند گردشگری اصفهان عنوان شد:

## **عزم جدی اتاق بازرگانی اصفهان بر کمک به توسعه صنعت توریسم/لزوم ایجاد تشکیلی قدرتمند در حوزه گردشگری**

در نشست کمیسیون گردشگری و برند اتاق بازرگانی با موضوع بررسی مدل‌های اقتصادی تامین مالی پروژه برند گردشگری اصفهان بر عزم جدی اتاق بازرگانی به کمک به توسعه صنعت توریسم و لزوم ایجاد تشکیلی قوی در حوزه گردشگری تاکید شد.



به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان در این نشست که با حضور معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری اصفهان و مدیرکل دفتر جذب و حمایت از سرمایه گذاری استانداری اصفهان در اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد، **سید حسن قاضی عسگر** معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری اصفهان بر ایجاد یک تشکیلی قوی در حوزه گردشگری به منظور پیگیری مشکلات این صنعت تاکید نمود.

همچنین **محسن ابروانی** مدیرکل دفتر جذب و حمایت از سرمایه گذاری استانداری اصفهان بر الگوگیری از مدل‌های موفق دنیا در حوزه گردشگری به ویژه مدل کشور ترکیه و بومی سازی این مدل‌ها تاکید نمود و گفت: تبلیغات هزینه نیست؛ سرمایه گذاری است. پس لازم است از این ابزار برای توسعه گردشگری اصفهان استفاده شود.

**محمد رضا رجالی** نایب رئیس کمیسیون گردشگری و برند اتاق بازرگانی اصفهان تعامل هرچه بیشتر صدا و سیما را در شناساندن برند اصفهان به افراد و افزایش تعداد گردشگران بسیار مهم ارزیابی نمود.

در ادامه **علی کرباسی زاده** ضمن تاکید بر اهمیت و نقش برند در توسعه صنعت گردشگری در کشور گفت: علی‌رغم اهمیت برند در توسعه صنعت گردشگری، تاکنون هیچ سازمانی برای تبلیغات برند اصفهان اقدامی نکرده است.

مشاور عالی اتاق بازرگانی اصفهان افزود: با وجود کثرت گردشگر، اصفهان به تعداد بیشتری هتل نیاز دارد و در کنار این موضوع توجه به امنیت و آرامش گردشگران نیز حایز اهمیت است.

وی با تاکید بر نقش موثر صدا و سیما در تبلیغات برند اصفهان افزود: با وجود 42 شبکه داخلی و تعدادی شبکه ماهواره‌ای در حدود 300 میلیون مخاطب خارجی وجود دارد که می‌توان از این ظرفیت در راستای معرفی برند اصفهان بهره‌مند شد.

کرباسی زاده تصریح کرد: اتاق بازرگانی اصفهان در طول فعالیت خود اقدامات و سرمایه‌گذاری‌های زیادی در زمینه صنعت توریسم انجام داده و امید است با همکاری ارگان‌های مربوطه این اقدامات موثر واقع شود.

**فضل اله جوادی‌پور** مدیر هتل عباسی اصفهان نیز تبلیغات را نوعی سرمایه‌گذاری دانست و گفت: تبلیغات در رسانه‌های خارجی و توجه به کشور چین به عنوان بازار هدف در توسعه صنعت توریسم از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

**علی لوافان** رئیس هیات مدیره مجمع میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری اصفهان نیز تعامل مستمر بخش دولتی و خصوصی را در توسعه پایدار صنعت توریسم موثر خواند و تصریح کرد: گردشگری پایدار ملزم به استفاده از تمامی امکانات شهری است.

**کریم بیگی** رئیس اتحادیه هتلداران و هتل آسمان نیز گفت: اصفهان پس از شمال تنها مقصد گردشگری گردشگران داخلی است و برای توسعه این صنعت لازم است به تبلیغات در این حوزه توجه ویژه‌ای شود.

همچنین **مسعود صرامی** مدیرعامل مجموعه سیتی سنتر و شهرک سلامت اصفهان با تاکید بر این نکته که توریسم داخلی به اصفهان سود می‌رساند، بر توجه به تبلیغات در رو تاکید کرد.

**محمد گوهریان** مدیرعامل گز سکه نیز توجه به اصناف را در توسعه گردشگری اصفهان حایز اهمیت دانست.