



تعامل بخش خصوصی در اجرای بزرگ‌ترین کمپین داخلی و بین‌المللی تبلیغاتی تاریخ اصفهان

چهارمین جلسه کمیته برند گردشگری اصفهان با نگاه ویژه به بررسی مدل‌های اقتصادی تامین مالی پروژه برند گردشگری با حضور معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری، رئیس اتاق بازرگانی اصفهان و مدیر کل بازرگانی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان **عباس مهدوی مهر**، مدیر کل بازرگانی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در این جلسه به تشریح مدل‌های اقتصادی تامین مالی پروژه تبلیغات در حوزه گردشگری کیش به صورت نمونه پرداخت. وی در ادامه پیشنهاد ایجاد باشگاه بزرگ گردشگری ایرانیان بصورت پابلوت در اصفهان را ارایه نمود و گفت: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در تبلیغات این موضوع همکاری خواهد کرد. وی ایجاد بسته گردشگری و رصد توریست‌ها از مبدأ تا مأخذ سفر را در توسعه گردشگری اصفهان حایز اهمیت دانست و گفت: این بسته‌ها باید به صورت کامل توسط گروه اقتصادی این باشگاه مدیریت شود. وی ایجاد زیرساخت‌های مناسب در حوزه گردشگری را در توسعه این صنعت در اصفهان ظرف سه سال قطعی دانست.

مسعود گلشیرازی، رئیس اتاق بازرگانی اصفهان در این جلسه با بیان اینکه در حوزه گردشگری و توریست، طراحی مدل اقتصادی برند اصفهان و طراحی برند تجاری و ساز و کار بکارگیری این برند به منظور تقویت فروش محصولات صنایع استان و پیگیری مداوم این موارد در دستور کار اتاق بازرگانی اصفهان قرار گرفته است، گفت: اجرایی کردن مدل مشارکت صدا و سیما در اجرای بزرگ‌ترین کمپین داخلی و بین‌المللی تبلیغاتی تاریخ اصفهان با محوریت برند گردشگری استان، در شرایط موجود هم برای صدا و سیما به عنوان یک دستگاه حاکمیتی و نشان دادن ساز و کار این مجموعه در راستای نفع اقتصاد ملی و هم برای بخش خصوصی ضروری است. وی افزود: اجرای درست این مدل در اصفهان، عوایدی را به استان‌های دیگر منتقل خواهد کرد.

سید حسن قاضی عسگر، معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری اصفهان نیز از اعلام آمادگی استانداری برای اجرایی شدن هر چه مطلوب‌تر این مدل در اصفهان خبر داد. در ابتدای این جلسه **علی کرباسی زاده**، مشاور عالی رئیس اتاق بازرگانی اصفهان گفت: توسعه گردشگری به عنوان محور توسعه پایدار کشور در مطالعات آمایش سرزمین بویژه در استان اصفهان پیش‌بینی شده و در سند 1404 نیز هدفگذاری زیادی برای توسعه این صنعت انجام شده است. وی با بیان اینکه تا هدف تعیین شده در این سند برای توسعه گردشگری فاصله زیادی وجود دارد، افزود: اتاق بازرگانی اصفهان در خصوص طراحی برند شهری به عنوان نخستین ابزار لازم برای لانچ اصفهان به عنوان یک مقصد گردشگری و تبلیغات و بازاریابی اقدامات زیادی انجام داده است. وی تصریح کرد: به دلیل کسری بودجه دولت برای توسعه صنعت گردشگری نمی‌توان به دولت و ارگان‌های دولتی چشم امید داشت و اگر ذینفعان بخش خصوصی گردشگری در این زمینه راه‌حلی نیندیشند، شاهد تغییری در این صنعت نخواهیم بود. کرباسی زاده از ارایه پیشنهادی مبنی بر پیش‌بینی مدل اقتصادی پرداخت سهم و تامین بودجه تبلیغات برند گردشگری اصفهان توسط ذینفعان ورود گردشگر به اصفهان خبر داد و تصریح کرد: این جلسه با هدف آموزش مدلی جدید مبنی بر قرارداد مشارکتی صدا و سیما با استان و شهر اصفهان برای تبلیغات برندینگ توسعه گردشگری اصفهان تشکیل شده است. در انتهای این جلسه، مدیر کل بازرگانی سازمان صدا و سیما به سوالات فعالان حوزه گردشگری در خصوص مدل ارایه شده پاسخ داده و پیشنهادهای نیز از سوی حضار ارایه شد.