

“MADE IN MONTENEGRO”

Projekat **“Made in Montenegro”**, koji se realizuje od oktobra mjeseca 2003.g., fokusira se na institucionalnu kampanju koja, generalno, promovise potencijale Crne Gore, domaće proizvode i proizvođače i rezultat je projekta "Povećanje konkurentnosti domaćih preduzeća" .

Osnovni cilj ovog projekta predstavlja uvođenje sistema standarda (zakoni, institucije, edukacija, implementacija) - kao preuslova za stvaranje crnogorske robne marke, kvaliteta koji će biti proizveden u skladu sa standardima EU i biti konkurentan kako na domaćem, tako i na inostranom tržištu.

Crnogorska vina, rano voće i povrće, mineralna voda, pivo, njeguška pršuta, njeguški i durmitorski sir i brojne druge proizvode, čeka važna i odgovorna misija – da kvalitetom, ovjerenim naljepnicom “Made in Montenegro”, nakon potvrde liderske pozicije na domaćem terenu, probiju put do evropskih tržišta i osvoje naklonost stranih potrošača.

Institucionalna kampanja “Made in Montenegro” ima za cilj animiranje cjelokupne crnogorske javnosti i direktno se obraća:

- Proizvodjačima
- Potrošačima
 - Najširoj ciljnoj grupi gradjana/potrošača
 - Krupnim potrošačima
 - Hoteli
 - Restorani
 - Ustanove i preduzeća
- Turistima (inostranim i iz okruženja) u toku ljetnje i zimske turističke sezone
- Trgovinskim mrežama, veleprodajnim i maloprodajnim objektima
- Domaćim distributerima

Usaglašavanje nacionalnih standarda i normi sa evropskim, potvrđeno medjunarodnim sertifikatima, uslov je povjerenja u crnogorske proizvode na domaćem i evropskom tržištu. Paralelno sa uvođenjem standarda neophodno je unapredjivati proizvodnu tehnologiju, sačuvati i razviti autohtone proizvode, osmisliti marketinški pristup koji će povećati konkurentnost domaćih proizvoda i povećati vrijednost proizvodnje i dohotka.

Važno je istaći da je projekat “Promocija crnogorskih proizvoda” i stvaranja robne marke “Made in Montenegro” posebno okrenut turizmu, kao strateškoj grani razvoja Crne Gore. U tu svrhu se organizuju Susreti poljoprivrednih proizvođača i turističke privrede, kako bi crnogorska turistička ponuda bila bazirana na omaćim proizvodima i da turistički radnici stranom i domaćem gostu prvo ponude proizvod sa oznakom “Made in Montenegro”.

Realizacija projekta

Ova kampanja se odvija u tri strateške faze koje, kombinacijom odgovarajućih marketinških segmenata i komunikacionih kanala, sinhronizovano objedinjavaju sve postavljene ciljeve i ciljne grupe. Operativno gledano, koncept marketing kampanje ima za cilj uspostavljanje sudejstva na relaciji proizvođač - trgovinske mreže/distributeri - potrošač/gradjanin.

I faza ovog projekta je usmjerena ka potrošačima i proizvođačima: sugestivno predočava brojnost i prednosti domaćih proizvoda, inicira i ukazuje na neophodnost formiranja standarda "Made in Montenegro" kao preduslova za kvalitetan domaći proizvod na domaćem i inostranom tržištu.

Karakteristične aktivnosti I faze, pored oglašavanja u medijima, su prezentacije u svim većim crnogorskim gradovima.

U toku realizacije organizovano je preko nekoliko desetina prezentacija širom Crne Gore, regiona i Evrope, na kojima je učestvovalo preko 30 preduzeća iz prehrambene industrije (u Podgorici, Herceg Novom, Kolašinu, Žabljaku, Beranama, Rožajama, Cetinju, Budvi, Beogradu, Novom Sadu, Celju, Londonu, Moskvi, Bariju i Tirani). Realizovane su i autorske emisije MADE IN MONTENEGRO, na RTV CG II, a nastavak ove emisije uslijedio je na NTV MONTENA.

U II fazi realizacije, Direkcija je u saradnji sa privatnim preduzećem Gemax, završila prvi set Programa poklon paketa "Tvoj dio Crne Gore". Program Tvoj dio Crne Gore sadrži:

- najmanji paket – za tebe
- paket iznenađenja - za dvoje,
- srednji paket - slatki i slani
- i ekskluzivni paket, nazvan crnogorska dobrodošlica.

III faza kampanje treba da ohrabri Crnogorske proizvođače da izvoze u balkansku regiju, dok će ih Direkcija promovisati kroz promocije u ovim zemljama. U dijelu marketiške podrške realizovani su spotovi sa tzv. Ambasadorima kampanje (poznatim ličnostima iz svijeta sporta, muzike, politike, itd.), a kao i nastavak kampanje slijedi postavljanje banera i putokaza u maloprodajnim prehrambenim objektima u Crnoj Gori.



Berlin



Ljubljana



London



Moskva



Prag



Novi Sad