



Република Србија
**МИНИСТАРСТВО ТРГОВИНЕ
И УСЛУГА**
Београд
24. новембар 2008.

**Извод из Пројектног задатка
за набавку услуга истраживања за потребе изградње и позиционирања
националног бренда Србије и услуга развоја, израде и примене Стратегије
изградње и позиционирања националног бренда Србије**

(или скраћено: **Извод из Пројектног задатка Национални бренд Србије**)

Министарство трговине и услуга (МТУ) је препознало значај изградње националног бренда Србије за валоризовање и одрживи развој економских потенцијала земље са свим позитивним ефектима на раст друштвеног бруто производа, раст извоза и смањење спољнотрговинског дефицита, смањење незапослености и раст стандарда становништва. Пројекат „Изградња и позиционирање националног бренда Србије” (скраћени назив: пројекат Национални бренд Србије) представља један од приоритета Годишњег оперативног плана МТУ за 2008. за који су издвојена буџетска средства.

Влада Републике Србије подржала је овај пројекат ресорног министарства, не само издвајањем средстава из Националног инвестиционог плана, већ и формирањем Савета за промоцију Србије.

Снажан и препознатљив бренд Србије је крајњи исход пројекта који реализује МТУ – Сектор за услуге. Промоција националног идентитета, као и економских и друштвених потенцијала Србије има за ефекат промену садашње неповољне слике о нашој земљи у светској јавности. За успешно остваривање циља пројекта неопходно је покренути и ефективно ангажовати све расположиве капацитете владиног и невладиног сектора, свих друштвених области као што су: економија, наука, култура, уметност, спорт итд. Истовремено, користиће се и позитивна искуства других земаља у домену брендинга нације како би се оснажили напори Србије да обезбеди већи обим извоза подизањем степена конкурентности производа и услуга, као и већи обим иностраних инвестиција и прилив иностраних туриста.

Концепт и значај изградње националног бренда Србије

Основна идеја за израду стратешког документа је да Србија постане позитиван бренд и да заузме повољну позицију у глобалној јавности. Потребно је да свету покажемо све вредности које поседује Србија, стварајући упоредо нове вредности и чинећи све што је у нашој моћи да Србија постане модерна, развијена и напредна земља. Истовремено, неопходно је промовисати културу и праксу интензивне примене брендинга у Србији како би био смањен јаз у односу на развијене земље, а глобалном тржишту понуђено и пласирано што више софистицираних, високо квалитетних и добро позиционираних домаћих брендова. Позитиван бренд Србије у пракси ће значити и међународну подршку настојањима Србије у различитим друштвеним областима – у економској, политичкој, културној, медијској, научној, одбрамбено-безбедносној и другим сферама. Крајњи ефекат је не само промењена слика, већ и ојачана позиција државе Србије у глобалној јавности.

Национални бренд обухвата широк спектар делатности и области, као и богат систем вредности и неопипљивих карактеристика, тј. све елементе који чине једну земљу јединственом. Креирање националног бренда захтева узимање у обзир чињенице да постоји висок степен међузависности између појединачних производних и услужних брендова и бренда државе.

Препознатљив бренд Србије у економској сфери значи: повећање инвестиција, убрзање економског развоја, повећање обима и промену структуре извоза, виши квалитет производа и услуга, побољшање услова за развој предузетништва и примену иновација, прилив иностраних туриста, повољнију тржишну позицију српских производних и услужних брендова. У неекономској сфери национални бренд Србије повећава препознатљивост природних, културних и историјских вредности Србије.

Значај брендинга и наведене концептуалне напомене упућују на важност утврђивања и имплементације Стратегије изградње и позиционирања националног бренда Србије.

Стратешки циљ Пројекта „Изградња и позиционирање националног бренда Србије”

Изграђен јак и добро позициониран национални бренд Србије

Специфични циљеви

1. Формирана јака институционална структура за изградњу и позиционирање националног бренда Србије;
2. Дефинисан стратешки оквир за изградњу и позиционирање националног бренда Србије и креиран визуелни и вредносни идентитет националног бренда;
3. Постигнут висок ниво свести о значају брендинга и националног бренда на унутрашњем плану, постигнут висок ниво препознатљивости националног бренда Србије у свету, и добро позициониран национални бренд Србије у свету.

Обухват пројектног задатка

Овај пројектни задатак је дефинисан у складу са специфичним циљем под редним бројем 2. *Дефинисан стратешки оквир за изградњу и позиционирање националног брэнда Србије и креиран визуелни и вредносни идентитет националног брэнда.*

Од изузетног је значаја за успешну изградњу националног брэнда Србије да се дефинише јасан стратешки оквир. Израда адекватне стратегије националног брэнда је назначена као једна од најзначајнијих активности у пројекту „Изградња и позиционирање националног брэнда Србије”.

Предмет овог пројектног задатка је спровођење одговарајућих истраживања за потребе изградње и позиционирања националног брэнда Србије и развој, израда и примена Стратегије изградње и позиционирања националног брэнда Србије, која дефинише оквир за читав спектар активности и резултира успешним позиционирањем брэнда Србије у светској јавности.

Остварење специфичног циља 2. подразумева ангажовање пружаоца услуга чији је задатак:

1. Утврђивање тренутне позиције Србије у међународној јавности;
2. Спровођење низа истраживања перцепција домаће и иностране јавности о Србији, економских и друштвених потенцијала Србије и сл.;
3. Израда потребних анализа и студија на основу резултата истраживања и података из других извора;
4. Израда Стратегије изградње и позиционирања националног брэнда Србије за период од пет година;
5. Подршка Министарству трговине и услуга, Савету за помоцију Србије и другим ресорним министарствима у првој години имплементације Стратегије изградње и позиционирања националног брэнда Србије.