



Crna Gora

Ministarstvo održivog
razvoja i turizma

INFORMACIJA O PROJEKTU „DOMAĆI UKUSI“

Podgorica, jun 2019. godine

Uvod

Identifikovanje, integrisanje i promocija specifičnih nacionalnih resursa, prirodnih i kulturnih, aktuelnih i tradicionalnih, materijalnih i nematerijalnih - svakim danom su sve više predmet istrajne pažnje u okviru razvojnih politika brojnih zemalja. Kao imperativ se javlja objedinjavanje različitih segmenata složene ponude odgovarajućim brendovima u različitim oblastima.

Poljoprivredni proizvodi i proizvodi agroindustrije u turističkoj ponudi, u svijetu globalizacije, svijetu brendova i inovativnosti, sve više dobijaju na značaju. Hrana postaje moćno obilježje i instrument brendiranja, jedan je od ključnih faktora turističke ponude, sve vrijedniji i profitabilniji dio ukupne baštine i tradicionalnih vrijednosti.

U tom kontekstu, turizam je značajno tržište za domaće proizvode, koje još uvijek nije dovoljno valorizovano. Značaj turizma kao tržišta za plasman domaćih proizvoda, posebno poljoprivredno-prehrambenih, naglašeno je potrebom kreiranja prepoznatljivosti destinacije, kao i intenzivnijeg plasmana proizvoda domaćih proizvođača. Sem toga, plasmanom domaćih proizvoda u turističkim objektima postižu se povoljnije cijene nego u klasičnom izvozu, plasiraju se sezonski i lako kvarljivi proizvodi, veliki dio prodaje se naplaćuje odmah ili brže nego kad je riječ o klasičnom izvozu.

Komplementarnost poljoprivrede sa turizmom ima sve veći značaj budući da široki izbor domaćih proizvoda obogaćuje turističku ponudu i čini je jedinstvenom, tako da turizam, kroz afirmaciju nacionalne kuhinje i specifičnih crnogorskih proizvoda postaje snažan generator razvoja poljoprivrede. Tradicionalni proizvodi viskog kvaliteta upotpunjuju turističku ponudu, a povezivanje poljoprivrede i turizma ogleda se i u razvoju seoskog turizma, naročito u sjevernom dijelu Crne Gore. Kroz razvoj ovih djelatnosti stvaraju se materijalno-ekonomske pretpostavke za brži privredni razvoj i podizanje kvaliteta života, smanjenja migracija i oživljavanje sela. Negativni bilansi u prometu sa inostranstvom naglašavaju potrebu sagledavanja učešća sektora poljoprivrede kroz turističku ponudu, kao i konkretne aktivnosti na povezivanju ponude i tražnje kao što su obezbjeđivanje kvaliteta, kvantiteta i kontinuiteta ponude, bolja povezanost s poljoprivrednim proizvođačima, kreiranje zajedničkih projekata za proizvodnju domaće hrane.

1. Analiza postojećeg stanja

1.1 Poljoprivreda

Crnogorsku poljoprivredu karakteriše veliki broj malih, usitnjenih gazdinstava. Prosječna veličina gazdinstva u Crnoj Gori iznosi 4,4 ha, što je glavni razlog nedovoljne konkurentnosti malih crnogorskih proizvođača.

Imajući u vidu karakteristike crnogorske poljoprivrede, aktivnosti i mjere u cilju razvoja usmjereni su na ostvarenje nekoliko strateških ciljeva, a to su: razvoj ruralnih područja kroz ulaganje u infrastrukturu i rast standarda stanovništva u ruralnim područjima, povećanje produktivnosti i konkurentnosti poljoprivredne proizvodnje, unapređenja standarda kvaliteta poljoprivrednih proizvoda i sistema bezbjednosti hrane, razvoj prerađivačkog sektora, podsticanje udruživanja poljoprivrednih proizvođača, očuvanje biodiverziteta i zaštita životne sredine.

Kako bi se ispunili osnovni ciljevi razvoja poljoprivrede u Crnoj Gori, a koji bi kao krajnji efekat trebali da imaju održiv i konkurentan sektor, koji podstiče ravnomjeran ekonomski razvoj u ruralnim područjima, uz održavanje stabilnosti dohotka seoskog stanovništva i održavanje stabilnosti u snabijevanju hranom koja je proizvedena po najvećim standardima bezbjednosti hrane, Crna Gora je nastavila još intenzivnije da ulaže u sektor poljoprivrede.

Pored podrške razvoju sektora poljoprivrede i ribarstva iz nacionalnih sredstava, koja u finansijskom izrazu iz godinu u godinu značajno raste, razvoj crnogorske poljoprivrede se finansira i kroz projekte koji se realizuju u saradnji sa međunarodnim partnerima EU, SB i IFAD, kao što su IPARD – like, IPARD, MIDAS.

Kao rezultat značajne bespovratne podrške iz nacionalnog budžeta, EU i drugih fondova, kao i povoljnih kreditnih aranžmana, ostvaruju se pozitivni iskoraci.

Ukupne površine korišćenog poljoprivrednog zemljišta u Crnoj Gori su u porastu iz godine u godinu. U skladu sa posljednjim podacima objavljenim za 2018. godinu, bilježi se povećanje u odnosu na prethodnu godinu za 0,2%. Bilježi se rast proizvodnje kod svih žitarica, povrtarskih kultura, kao i u slučaju proizvodnje svih vrsta voća.

Mesna industrija već godinama unazad ima stabilnu proizvodnju, a isti je slučaj i u sektoru mlijeka. Upravo u tim sektorima smo i uspjeli da kroz zaštitu oznaka kvaliteta da afirmišemo tradicionalno poznate crnogorske proizvode, čime su isti dodatno valorizovani. Do sada je zaštićeno sedam domaćih proizvoda: Njeguški pršut, Crnogorski pršut, Pljevaljski sir, Crnogorska goveđa pršuta, Crnogorska stelja, Durmitorski sir i Kolašinski lisnati sir.

Crna Gora je neto uvoznica hrane i pokrivenost uvoza izvozom je i dalje na niskom nivou. Glavni izvozni proizvod je već godinama unazad vino. Pored vina, rast izvoza se bilježi kod prerađevina od mesa, određenih vrsta voća i povrća, piva, eteričnih ulja i ljekovitog bilja. Kroz podatke o uvozu i izvozu jasno je da Crna Gora i dalje ima visok spoljnotrgovinski deficit kada su u pitanju poljoprivredni proizvodi, što se može objasniti s obzirom na strukturu proizvoda iz uvoza. Ono što je takođe jasno jeste da se najveći dio uvoza upravo dešava u ljetnjim mjesecima, kada se broj turista drastično poveća i trostruko je veći u poređenju sa ukupnim brojem stanovništva u Crnoj Gori. S obzirom na povećanu potrošnju u tom periodu jako je bitno i da crnogorski poljoprivredni proizvodi budu dio turističko proizvoda i samim tim svakodnevne ponude. Turizam je šansa i za naše poljoprivredne proizvođače koji su u posljednjih nekoliko godina radili na unapređenju proizvodnje i kvaliteta proizvoda. Zbog toga je jako bitno da se nađu u ponudama svih ugostiteljskih objekata i hotela u Crnoj Gori, zbog čega je Vlada kao nastavak Programa „Kupujmo domaće“ pokrenula i projekat „Domaći ukusi“.

1.2 Turizam

Turizam čini glavni stub ekonomskog razvoja Crne Gore. Uspješan razvoj turizma ima multiplikativan efekat i na druge privredne grane – trgovinu, poljoprivredu, saobraćaj i druge djelatnosti. Zbog značaja za generisanje zaposlenosti, povećanje standarda stanovništva i uravnotežavanje regionalnog razvoja, turizam je prepoznat kao prioritarna privredna grana.

Turizam iz godine u godinu sve snažnije opravdava ulogu strateške privredne grane, posebno imajući u vidu činjenicu da njegovo učešće u BDP kontinuirano raste, što je slučaj i sa ostalim pokazateljima - broj turista, ostvarenih noćenja, te prihoda ovog sektora. Trend rasta kvantitativnih pokazatelja nastavljen je i u 2018. godini, u kojoj je zabilježeno povećanje broja dolazaka turista od 10,24% i ostvarenih noćenja od 8,17% u odnosu na prethodnu godinu¹.



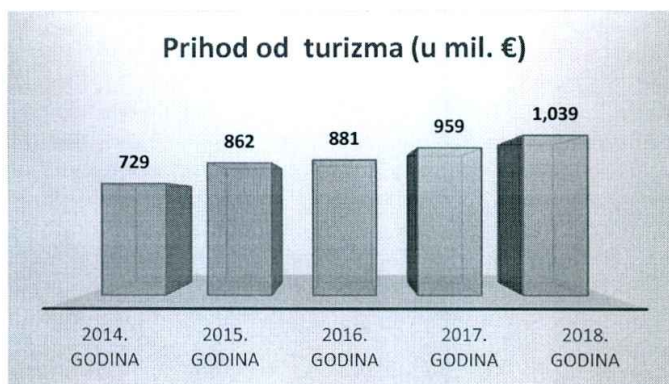
¹ Crnu Goru je tokom

Grafik 2: Dolasci i noćenje turista u periodu 2014 – 2018.

Porast turističkog prometa u posmatranom periodu zabilježen je u većini opština Crne Gore. U 2018. godini najviše noćenja ostvareno je u opštinama: Budva (40,42%), zatim u Herceg Novom (14,24%), Ulcinju (9,73%), Baru (8,67%), Kotoru (6,33%) i Tivtu (5,59%). Regionalno gledano najviše noćenja ostvareno je u primorskim mjestima (85%) u Centralnom dijelu Crne Gore ostvareno je 9,45% noćenja, a u Sjevernom region 5,57% noćenja.

U strukturi noćenja stranih turista evidentno je da noćenja turista iz deset zemalja učestvuje sa 78,68%. Najviše su zastupljeni gosti iz Rusije 25,10%, Srbije 24,53%, BiH 9,09%, Ukrajine 3,88%, Njemačke 3,56%, Francuske 3,12%, Poljske 2,79%, Velike Britanije 2,61%, Kosova 2,26% i Bjelorusije 1,74%

Visoko izražena sezonalnost i oslanjanje na mali broj tržišta još uvijek karakteriše crnogorski turistički proizvod. Prateći kvantitativne podatke dolazaka i noćenja, evidentno je da je: 11.83% noćenja ostvareno u periodu januar – maj, 69.80% noćenja ostvareno u periodu jun – avgust i 18.37% noćenja ostvareno u periodu septembar – decembar 2018.godine.



Grafik 3. Prihodi od turizma u periodu 2014. – 2018.g. u mil. €

Prihodi od turizma su u periodu od 2014. do 2018. godine, porasli za 42,52 %². Prema procjenama Svjetskog savjeta za putovanja i turizam, za naredni desetogodišnji period očekuje se rast po stopi od 3,9 % prosječno godišnje (1.582,3 miliona eura ukupan doprinos od turizma u 2028. godini, tj. 27,9% BDP-a).

1.3. Povezivanje poljoprivrede i turizma

Povezivanje turizma i poljoprivrede od izuzetnog je značaja za turizam i uopšte crnogorsku ekonomiju. Sa jedne strane tradicionalni domaći proizvodi dodaju na vrijednosti turističkom proizvodu, a sa druge, zbog pozitivnih efekata smanjenja uvoza i povećavanja potrošnje crnogorskih proizvoda, na ekonomiju zemlje.

Turizam se i dalje u velikoj mjeri oslanja na uvozne proizvode i u tom smislu nije iskorišćena njegova privredna snaga. Većom zastupljenošću domaćih prehrambenih proizvoda, koji su najčešće kvalitetniji od uvoznih, promoviše se crnogorska tradicionalna kuhinja i podiže nivo kvaliteta i konkurentnosti turističke ponude. Bolja povezanost poljoprivrede i turizma otvara mogućnost stvaranja novih radnih mjesta, povećava se ukupan nivo doprinosa turizma bruto društvenom proizvodu Crne Gore.

² Prema podacima Ministarstva održivog razvoja i turizma

Komplementarnost poljoprivrede sa turizmom ima sve veći značaj i naglašava potrebu sagledavanja učešća sektora poljoprivrede kroz turističku ponudu, kao i konkretne aktivnosti na povezivanju ponude i tražnje, kao što su obezbjeđivanje kvaliteta, kvantiteta i kontinuiteta ponude, bolja povezanost s poljoprivrednim proizvođačima, kreiranje zajedničkih projekata za proizvodnju domaće hrane.

Pored povećanja zastupljenosti domaćih proizvoda u hotelima i restoranima, potencijal postoji i u razvoju seoskog turizma. Seosko domaćinstvo, etno sela i katuni trebaju biti jedan od crnogorskih brendova i u tom pravcu Ministarstvo održivog razvoja i turizma je razvilo standarde koji trebaju biti ispunjeni u ugostiteljskim objektima ovog tipa, čija se usluga pretežno bazira na sopstvenoj poljoprivrednoj proizvodnji i domaćim proizvodima. U cilju obogaćivanja turističke ponude kroz razvoj novih proizvoda koji se baziraju na tradicionalnoj hrani i piću razvijene su turističke gastronomske rute kao što su Vinski putevi, Putevi sira, Putevi meda, Etno gastronomske staze i dr. kojim se promovišu domaći ukusi i tradicionalni načini proizvodnje. Neophodno je napraviti analizu stanja kada je u pitanju ovaj segment ponude kako bi se zadržao ili unaprijedio kvalitet usluge i ispunila očekivanja turista.

U prilog ovome ide i činjenica da Slow food zajednica postoji u Crnoj Gori, te da smo dio ove mreže na svjetskom nivou. U toku je mapiranje lokaliteta i stakeholdera za razvoj rute pod nazivom Slow food travel, što će dodatno uticati na promociju turizma u Crnoj Gori u okviru mreže Slow food International. Potrebno je proširiti ideju o Slow food-u u Crnoj Gori, podržati formiranje novih zajednica i na taj način povećati broj članova ovog pokreta, a njihovim aktivnostima se direktno promovišu lokalni proizvodi i proizvođači.

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore kontinuirano promovise tradicionalne crnogorske proizvode, hranu i piće. Pripremljen je vodič kroz gastronomsku kulturu Arome i ukusi Crne Gore na crnogorskom i njemačkom jeziku, a plan je izrada ove brošure i na engleskom i poljskom jeziku. Ministarstvo održivog razvoja i turizma i NTOCG svake godine, kroz realizaciju Programa podsticajnih mjera u oblasti turizma finansijski podržavaju događaje koji za cilj imaju promociju tradicionalnih proizvoda, domaće hrane i pića.

Inkorporiranje tradicionalnih vrijednosti u savremenu turističku ponudu, koja doprinosi prepoznavanju Crne Gore kao zemlje sa specifičnom ponudom realizuje Privredna komora CG kroz **projekat "Dobro iz Crne Gore"**. Riječ je o brendiranju domaćih proizvoda i usluga, čiji kvalitet premašuje prosjek, putem dodjele prava na korišćenje kolektivnog žiga.

Sušтина projekta „Dobro iz Crne Gore“ je potpunija valorizacija ukupnih privrednih resursa naše zemlje. Može se konstatovati da nakon gotovo deset godina brižljive realizacije ovog projekta raste spremnost potrošača da kupuju domaće, te da su u pojedinim sektorima proizvođači mnogo postigli kada je u pitanju pozicioniranje na tržištu. Pravo korišćenja nacionalnog žiga „Dobro iz Crne Gore“ do sada su stekle 24 crnogorske kompanije za 97 proizvoda, a njihov kvalitet je sve više prepoznaje i inotrište.

Početkom aprila 2018. godine, otpočeo je zajednički program Vlade Crne Gore i Privredne komore - **„Kupujmo domaće“**, koji ima za cilj da posebnim obilježavanjem proizvoda u objektima navedenih trgovačkih lanaca poboljša poziciju i vidljivost domaćih proizvoda na crnogorskom tržištu i poboljša njihov plasman.

Kroz razvoj i sinergiju poljoprivredne i turističke djelatnosti stvaraju se materijalno-ekonomske pretpostavke za brži privredni razvoj i podizanje kvaliteta života. Negativni bilansi u prometu sa inostranstvom naglašavaju potrebu sagledavanja učešća sektora poljoprivrede kroz turističku ponudu, kao i konkretne aktivnosti na povezivanju ponude i tražnje, kao što su obezbjeđivanje kvaliteta, kvantiteta i kontinuiteta ponude, bolja povezanost s poljoprivrednim proizvođačima, kreiranje zajedničkih projekata za proizvodnju domaće hrane

Vlada Crne Gore i Privredna komora organizovali su sastanak sa hotelijerima, restoraterima i domaćim proizvođačima, 25. maja 2018. godine sa ciljem da se u narednom periodu ukaže na značaj turizma za bolji plasman domaćih proizvoda, te iskoriste svi potencijali turističke privrede

kako bi se unaprijedio položaj crnogorskih proizvođača i u krajnjem doprinijelo jačanju konkurentnosti ukupne privrede.

Na ovom skupu potpisan je Sporazum o saradnji između Ministarstva održivog razvoja i turizma, Nacionalne turističke organizacije, Investiciono-razvojnog fonda i Privredne komore Crne Gore, u cilju promovisanja saradnje proizvođača, distributera i turističke privrede u realizaciji druge faze projekta pod nazivom "**Domaći ukusi**".

2. Ciljevi i predmet projekta "Domaći ukusi"

2.1. Cilj i predmet

Cilj projekta je supstitucija uvoza i povećanje potrošnje domaćih proizvoda kroz turizam i ugostiteljstvo.

Fokus projekta je na preduzimanju aktivnosti u oblasti plasmana crnogorskih proizvoda na domaćem turističkom tržištu, koje se odnose na:

- povećanje učešća domaćih proizvoda u turizmu i ugostiteljstvu;
- jačanje svijesti o značaju povezivanja domaćih proizvođača sa privrednim subjektima iz oblasti turizma i ugostiteljstva u cilju razvoj ukupnog privrednog ambijenta u Crnoj Gori;
- promovisanje crnogorskih proizvoda na nacionalnom i međunarodnom planu;
- unaprjeđenje poslovnog ambijenta;

Projekat ima za cilj animiranje sljedećih ciljnih grupa:

- **proizvođača** – neophodno je uticati na podizanje nivoa znanja u oblasti standarda, marketinga, brendiranja, finansija i sl., a sve u cilju uspješnijeg plasmana domaćih proizvoda i usluga;
- **hotelijera i ugostitelja** – podsticati saradnju između lokalnih proizvođača i hotelijera i ugostitelja, što će doprinijeti promociji crnogorskih proizvoda i tradicionalne kuhinje, čime se podiže nivo kvaliteta i konkurentnosti na turističkom tržištu, otvara mogućnost stvaranja novih radnih mjesta, povećava se ukupan nivo doprinosa turizma, bruto društvenom proizvodu Crne Gore;
- **turista** (sektor turizma, turisti u toku ljetnje i zimske turističke sezone) – podizanje svijesti turista o ponudi domaćih proizvoda i njihove prednosti (kvalitet, tradicionalna priprema, podneblje iz kojih su proistekli).

Koncept implementacije ima za cilj uspostavljanje djelovanja svih aktera, na relaciji:

VLADA CRNE GORE → PROIZVOĐAČI → HOTELIJERI I UGOSTITELJSTVO → TURISTI

2.2. Implementacija / organizacija projekta

Program ima 4 međusobno povezane komponente implementacije koje objedinjavaju postavljene ciljeve i ciljne grupe.

Komponenta 1 - Analiza proizvodnje hrane i potencijala za plasman kroz turizam i ugostiteljstvo

Komponenta 2 - Unaprjeđenje kvaliteta i efikasnije povezivanje proizvođača i kompanija iz oblasti turizma i ugostiteljstva

Komponenta 3 – Podsticanje razvoja preduzetništva

Komponenta 4 - Brendiranja i promocije gastro ponude

2.2.1. Komponenta 1 - Analiza proizvodnje hrane i potencijala za plasman kroz turizam i ugostiteljstvo

Aktivnosti:

- **Identifikacija i mapiranje domaćih proizvođača i njihovih proizvoda i usluga** na osnovu postojećih podataka kojim raspolažu Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja i Privredna komora Crne Gore i popis proizvođača i domaćih proizvoda koji su zastupljeni u hotelima i restoranima;
- **Analiza potencijala za plasman proizvoda i konkurentnosti** - praćenje korištenja proizvoda iz uvoza u ugostiteljstvu, analiza konkurentnosti domaćih proizvoda u odnosu na proizvode koji se najviše uvoze i sagledavanje mogućnosti supstitucije uvoza domaćim proizvodima;
- **Identifikovanje hotelijera i ugostitelja** – Ministarstvo održivog razvoja i turizma, Nacionalna turistička organizacija i Privredna komora Crne Gore će, u saradnji sa hotelijerima i ugostiteljima, identifikovati ključne privredne subjekte koji na najbolji način mogu predstaviti ponudu domaćih proizvoda i uraditi njihovo vizuelno isticanje u pravcu zaključivanja Sporazuma o saradnji na realizaciji projekta "Domaći ukusi".
- **Analiza turističke ponude koja se bazira na tradicionalnim proizvodima** – Kroz projekat će se sačiniti analiza koja će obuhvatiti i rezultate već realizovanih projekata kao što su Vinski put, Putevi meda, Putevi sira, Etnogastronske staze, Slow food travel, sve u pravcu dalje valorizacije i unapređenja.

2.2.2. Komponenta 2 – Unapređenje kvaliteta i efikasnije povezivanje proizvođača i kompanija iz oblasti turizma i ugostiteljstva

Aktivnosti:

- **Podizanje kvaliteta, standardizacija i licenciranje ponude** - podsticanje uvođenja savremenih standarda proizvodnje, čuvanja i pakovanja proizvoda, definisanje i promovisanje održivog regionalnog inovativnog proizvoda/gastronska platforma koja pruža vidljivost samih proizvoda ali i tržišta.
- **Povezivanje MSP** – Projekat na direktan način povezuje MSP (lokalni proizvođači), dobavljače u turizmu, obrazovne institucije i druge relevantne učesnike u turizmu, što kao rezultat ima povećanje konkurentnosti turističkih destinacija i porast broja zaposlenih povećanjem turističke-gastro ponude, projekti uspostavljanja klastera, odnosno povezivanja malih, komplementarnih proizvođača radi kreiranja gotovih domaćih proizvoda. U praci informisanja turističke privrede o ponudi domaćih proizvoda i boljeg povezivanje proizvođača i hotelijera i restoratera biće organizovani susreti dva sektora.
- **Proizvodnja i distribucija** - Poboljšanje dostupnosti i distribucije proizvoda/roba koji već postoje na našem tržištu, npr. berza domaćih prehrambenih proizvoda uz proširenje postojećih kapaciteta za proizvodnju i čuvanje proizvoda, te unapređenje tehnološke opremljenosti. Uvođenje podsticajnih mjera za stimulisanje ugostiteljstva za kupovinu domaćih proizvoda, kao i tradicionalnih jela/običaja
- **Edukacija** - Stručno učenje i prakse u cilju jačanja uspješnosti i konkurentnosti u gastronomiji, podizanje svijesti kod ugostitelja o važnosti korišćenja domaćih proizvoda u cilju povećavanja kvaliteta i međunarodne prepoznatljivosti crnogorskog turističkog proizvoda. Program podizanja svijesti dobavljača o apsorpcijskim mogućnostima i potrebama ugostiteljstva. i programi edukacije novih/potencijalnih preduzetnika u proizvodnji;
- **Logistička/tehnička pomoć domaćim proizvođačima** čiji proizvodi nijesu zastupljeni u hotelima i restoranima kako bi unaprijedili kvalitet i ispunili potrebne zahtjeve;

2.2.3. Komponenta 3 – Podsticanje razvoja preduzetništva

- **Podsticanje razvoja lokalnih ekonomija** - Institucionalna podrška crnogorskim kompanijama ima za cilj da postojeća mikro, mala i srednja preduzeća i preduzetnike koja imaju potencijal da proširuju svoje poslovanje, kao i buduće preduzetnike, informiše o aktuelnim programima za razvoj malog i srednjeg biznisa, uslovima, kriterijumima i načinu apliciranja. Na ovaj način će se i budući preduzetnici ohrabriti da uđu u preduzetničke vode znajući da ispunjenjem uslova za apliciranje, država postaje njihov pouzdan partner u realizaciji preduzetničkih poduhvata.
- **Promocija programa podsticanja razvoja biznisa u okviru odbora udruženja PKCG** – Aktuelni programi podrške će se u saradnji sa Privrednom komorom Crne Gore prezentovati i na sastancima odbora koji funkcionišu u okviru ovog udruženja privrednika, kako bi se privrednicima iz različitih djelatnosti targetirano prezentovale mogućnosti učešća u svakom od

programa. Dodatno, privrednici koji tokom 2018. godine budu aplicirali za dobijanje žiga 'Dobro iz Crne Gore' ostvariće popust od 50% na troškove postupka od strane Privredne komore Crne Gore;

- **Pomoć privrednicima prilikom apliciranja za pojedinačne programe** – Projektni tim sačinjen od predstavnika resornih ministarstava, Nacionalne turističke organizacije i Privredne komore, privrednicima i potencijalnim budućim preduzetnicima pružaće informativnu i tehničku podršku za apliciranje u okviru pojedinačnih programa. Pored navedenog, privrednicima će se pružati i informacije o registraciji biznisa, dobijanja neophodnih dozvola i licenci za rad, važnosti zaštite prava intelektualne svojine i upotrebe žiga.

2.2.4. Komponenta 4 - Brendiranje i promocije gastro ponude

Aktivnosti:

- **Označavanje domaćih proizvoda u hotelima /restoranima** kako bi se gosti podstakli da probaju domaće proizvode.
- **Osmišljavanje i realizacija kampanje pod sloganom *Dobro. Bolje. Domaće.*** koja uključuje organizaciju promotivno – edukativnih događaja, promociju putem offline i online kanala komunikacije.
- **Izrada promo-edukativnog materijala** koji će se distribuirati u hotelima, sa informacijama o proizvodima, porijeklu, tradiciji, recepturi i sl.
- **Organizovanje događaja sa ciljem promocije i degustacije domaćih proizvoda** u crnogorskim hotelima.
- **Promocija domaćih proizvoda i tradicionalne hrane na inostranom tržištu** – Na sajmovima i drugim poslovnim događajima na kojima nastupa, odnosno koje organizuje NTO CG biće promovisani domaći proizvodi, hrana i piće kroz degustaciju proizvoda i distribuiranjem promotivnog materijala.

3. BUDŽET PROJEKTA

Za implementaciju projektnih aktivnosti za 2019.godinu predviđen je iznos od **120.000,00€** iz sljedećih izvora:

Budžet

Izvori sredstava	Iznos	%
Ministarstvo održivog razvoja i turizma	50.000,00 €	41.67%
Nacionalna turistička organizacija	50.000,00 €	41.67%
Investiciono razvojni fond	10.000,00 €	8.33%
Privredna komora Crne Gore	10.000,00 €	8.33%
UKUPNO	120.000,00 €	

Projektne aktivnosti za period 2020 - 2023 će se programirati nakon izvještavanja prema Vladi. Neutrošena sredstva iz tekuće godine se prenose za narednu godinu.

3.1. Opis budžeta projekta i koordinacija sredstava

Aktivnost	Koordinator / članovi tima
1. Komponenta 1 - Analiza proizvodnje hrane i potencijala za plasman kroz turizam i ugostiteljstvo	Koordinator projekta: Ministarstvo održivog razvoja i turizma Članovi tima: Ministarstvo
1.1. Identifikacija i mapiranje domaćih proizvođača i njihovih proizvoda i usluga	
1.2. Analiza potencijala za plasman proizvoda i konkurentnosti	

1.3.	Identifikovanje hotelijera i ugostitelja	poljoprivrede i ruralnog razvoja, Ministarstvo ekonomije, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore Investiciono razvojni fond i Privredna komora Crne Gore
1.4.	Analiza turističke ponude	
2.	Komponenta 2 – unapređenje kvaliteta i efikasnije povezivanje proizvođača i kompanija iz oblasti turizma i ugostiteljstva	
2.1.	Podizanje kvaliteta, standardizacija i licenciranje ponude	
2.2.	Povezivanje MSP	
2.3.	Proizvodnja i distribucija	
2.4.	Edukacija	
2.5.	Logistička/tehnička pomoć domaćim proizvođačima	
3.	Komponenta 3 – Podsticanje razvoja preduzetništva	
3.1.	Podsticanje razvoja lokalnih ekonomija	
3.2.	Promocija programa podsticanja razvoja biznisa u okviru odbora udruženja PKCG	
3.3.	Pomoć privrednicima prilikom apliciranja za pojedinačne programe	
3.4.	Promocija domaćih proizvoda i tradicionalne hrane	
4.	Brendiranje i promocija gastro ponude	
4.1.	Označavanje domaćih proizvoda u hotelima/restoranim	
4.2.	Osmišljavanje i realizacija kampanje	
4.3.	Izrada promot-edukativnog materijala	
4.4.	Organizovanje događaja - promocija i degustacija domaćih proizvoda	
4.5.	Promocija domaćih proizvoda i tradicionalne hrane na inostranom tržištu	

4. Vremenski okvir realizacije Projekta

Projekat će se realizovati u periodu 2019.- 2023. godine

	jun	jul	avgust	septembar	oktobar	novembar	decembar	2020	2021	2023
komponenta 1										
komponenta 2										
komponenta 3										
komponenta 4										

1. Sporazum o saradnji

Sporazum o saradnji između Ministarstva održivog razvoja i turizma, Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, Investiciono-razvojnog fonda Crne Gore A.D. i Privredne komore Crne Gore čija je svrha unapređenje saradnje potpisnika Sporazuma radi promovisanja nacionalnih privrednih potencijala i dalje valorizacije turističke i ugostiteljske ponude Crne Gore.

2. Finansijski sporazum

U cilju unapređenja saradnje Ministarstvo održivog razvoja i turizma, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore, Investiciono-razvojnog fonda Crne Gore A.D. i Privredna komora Crne Gore će potpisati sporazum o saradnji, aktivnosti koje će biti realizovane odnose se na:

- povećanje učešća domaćih proizvoda u turizmu i ugostiteljstvu;
- jačanje svijesti o značaju povezivanja domaćih proizvođača sa privrednim subjektima iz oblasti turizma i ugostiteljstva u cilju razvoj ukupnog privrednog ambijenta u Crnoj Gori;
- promovisanje crnogorskih proizvoda na nacionalnom i međunarodnom planu;
- unaprjeđenje poslovnog ambijenta;

Predlog sporazuma je dat u prilogu ove Informacije.

3. Predlog Zaključaka

1. Vlada Crne Gore na sjednici održanoj _____. 2019. godine usvojila je Informaciju o projektu „Domaći ukusi“.
2. Vlada je prihvatila Sporazum o saradnji između Ministarstva održivog razvoja i turizma, Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, Investiciono-razvojnog fonda Crne Gore A.D. i Privredne komore Crne Gore čija je svrha unaprjeđenje saradnje potpisnica Sporazuma radi promovisanja nacionalnih privrednih potencijala i dalje valorizacije turističke i ugostiteljske ponude Crne Gore.
3. Zadužuje se Ministarstvo održivog razvoja i turizma da iz svojih sredstava opredijeli iznos od 50.000,00€ sa Programa: Turistička djelatnost – 41501 1204, sa izdatka: 4149 – Ostale usluge, za realizaciju Sporazuma iz tačke 2. ovih Zaključaka.
4. Zadužuje se Nacionalna turistička organizacija Crne Gore da iz svojih sredstava opredijeli iznos od 50.000,00€ sa Programa: Promocija i uticaj na turistički proizvod, sa izdatka 4149 – Ostale usluge, za realizaciju Sporazuma iz tačke 2. ovih Zaključaka.
5. Zadužuje se Investiciono razvojni fond da iz svojih sredstava opredijeli iznos od 10.000,00€ za realizaciju Sporazuma iz tačke 2. ovih Zaključaka.

PREDLOG

Na osnovu člana 6 Zakona o Privrednoj komori Crne Gore ("Službeni list CG", broj 1/18) Ministarstvo održivog razvoja i turizma, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore, Investiciono-razvojni fond Crne Gore A.D. i Privredna komora Crne Gore (u daljem tekstu: potpisnici Sporazuma), zaključuju:

SPORAZUM O SARADNJI

Član 1

Svrha ovog Sporazuma je unapređenje saradnje potpisnica Sporazuma radi promovisanja nacionalnih privrednih potencijala i dalje valorizacije turističke i ugostiteljske ponude Crne Gore.

Član 2

Potpisnici Sporazuma se obavezuju da uspostave odgovarajuće mehanizme saradnje i preduzmu zajedničke aktivnosti u oblasti plasmana crnogorskih proizvoda na domaćem turističkom tržištu. Definisane aktivnosti čine sastavni dio ovog Sporazuma.

Aktivnosti iz stava 1 ovog člana odnose se na:

- povećanje učešća domaćih proizvoda u turizmu i ugostiteljstvu;
- jačanje svijesti o značaju povezivanja domaćih proizvođača sa privrednim subjektima iz oblasti turizma i ugostiteljstva u cilju razvoj ukupnog privrednog ambijenta u Crnoj Gori;
- promovisanje crnogorskih proizvoda na nacionalnom i međunarodnom planu;
- unaprjeđenje poslovnog ambijenta;

Član 3

Potpisnice Sporazuma su saglasne da djeluju na društveno odgovoran način u cilju realizacije ovog Sporazuma.

Sporazum ne ograničava potpisnice da u ovoj oblasti sarađuju sa drugim institucijama ili ustanovama.

Član 4

Potpisnice Sporazuma su saglasne da obezbijede finansijska sredstva za realizaciju aktivnosti iz člana 2 ovog Sporazuma, kako slijedi:

- Ministarstvo održivog razvoja i turizma - 50.000,00 eura;
- Nacionalna turistička organizacija Crne Gore - 50.000,00 eura;

- Investiciono-razvojni fond Crne Gore A.D. - 10.000,00 eura, i
- Privredna komora Crne Gore - 10.000,00 eura.

Član 5

Finansijska sredstva iz člana 4 ovog Sporazuma uplatiće se na račun Privredne komore otvoren u svrhu realizacije aktivnosti iz člana 2 ovog Sporazuma.

Potpisnice Sporazuma mogu zaključiti ugovore sa trećim licima radi obezbjeđivanja dodatnih finansijskih sredstava za realizaciju aktivnosti iz ovog Sporazuma.

Član 6

Ovaj Sporazum se može mijenjati i dopunjavati na zahtjev svake pšotpisnice i uz saglasnost drugih potpisnica.

Član 7

Ovaj Sporazum sačinjen je u osam (8) istovjetnih primjeraka, od kojih svaka strana zadržava po dva (2) primjerka.

Pavle Radulović
Ministar
Ministarstvo održivog
razvoja i turizma

Željka Radak Kukavičić
Direktorica
Nacionalna turistička
organizacija Crne Gore

Dr Zoran Vukčević
Predsjednik Odbora direktora
Investiciono-razvojni fond CG A.D.

Vlastimir Golubović
Predsjednik
Privredna komora Crne Gore