



**VLADA CRNE GORE**

**KOORDINACIONI TIM ZA IMPLEMENTACIJU KOMUNIKACIONE STRATEGIJE O EVROATLANTSKIM  
INTEGRACIJAMA**

**AKCIONI PLAN  
ZA IMPLEMENTACIJU KOMUNIKACIONE STRATEGIJE O EVROATLANTSKIM  
INTEGRACIJAMA  
1. januar-30. jun**

Decembar 2008. godine

## SADRŽAJ DOKUMENTA

### UVOD

<b>TABELA AKCIONOG PLANA .....</b>	<b>4</b>
<b>OBRAZLOŽENJE.....</b>	<b>8</b>
AKTIVNOST 1: IZRADA IDEJNOG PROJEKTA NOVOG IDENTITETA KAMPANJE – LOGO, SLOGAN.....	8
AKTIVNOST 2: PROMOTIVNI MATERIJAL U SKLADU SA NOVIM VIZUELNIM IDENTITETOM_ .....	8
AKTIVNOST 3: BRIFING ZA MEDIJE I PROMOCIJA NOVOG IDENTITETA KAMPANJE.....	8
AKTIVNOST 4: INFORMATIVNA BROŠURA .....	8
AKTIVNOST 5: LETAK 1 – NATO I BEZBJEDNOST .....	8
AKTIVNOST 6: LETAK 2 – NATO I EU.....	8
AKTIVNOST 7: LETAK 3 – NATO ILI NEUTRALNOST .....	8
AKTIVNOST 8: DIRECT MAILING .....	8
AKTIVNOST 9: PANEL DISKUSIJA O NATO UOČI NATO SAMITA .....	8
AKTIVNOST 10: PANEL DISKUSIJE O NATO TOKOM APRILSKOG NATO SAMITA (JUG CG) .....	8
AKTIVNOST 11: PANEL DISKUSIJE O NATO TOKOM APRILSKOG NATO SAMITA (SJEVER CG) .....	8
AKTIVNOST 12: TV DEBATA .....	9
AKTIVNOST 13: NATO INFO.....	9
AKTIVNOST 14: RADIO EMISIJA RAPORT .....	9
AKTIVNOST 15: KONFERENCIJE ZA NOVINARE, GOSTOVANJA U MEDIJIMA, IZJAVE I SAOPŠTENJA .....	10
AKTIVNOST 16: STUDIJSKA POSJETA JFC NAPULJU . .....	10
AKTIVNOST 17: OSNIVANJE CENTRA ZA EVROATLANTSKE INTEGRACIJE .....	10
AKTIVNOST 18: COST-BENEFIT ANALIZA. ....	10
AKTIVNOST 19: IZRADA MJESEČNOG NEWSLETTERA_.....	10
AKTIVNOST 20: OKRUGLI STO ZA POSLANIKE I SLUŽBENIKE SKUPŠTINE_ .....	11
AKTIVNOST 21: REDIZAJN VEB SAJTA_ .....	11
AKTIVNOST 22: BESPLATNA NATO TELEFONSKA LINIJA_ .....	11
AKTIVNOST 23: ZAKUP MEDIJA_.....	11
AKTIVNOST 24: SERIJA PREDAVANJA ZA UČENIKE ZAVRŠNIH RAZREDA SREDNJIH ŠKOLA_.....	11
AKTIVNOST 25: ANGAŽOVANJE SPECIJALIZOVANE AGENCIJE ZA PRODUKCIJU_ .....	11
AKTIVNOST 26: PRESS KLIPING_ .....	11
AKTIVNOST 27: ISTRAŽIVANJE JAVNOG MNJENJA .....	12
AKTIVNOST 28: IZVJEŠTAJ O IMPLMENTACIJI AKCIONOG PLANA ZA PERIOD JANUAR-JUN 2009.....	12
AKTIVNOST 29: AKCIONI PLAN ZA JUL-DECEMBAR 2009_.....	12

## UVOD

Akcionim planom definisane su aktivnosti, nosioci aktivnosti, mehanizmi realizacije, ciljne grupe, period realizacije i finansiranja aktivnosti, kao i monitoring i evaluacija.

Akcionim planom predstavljen je neophodni komunikacijski instrumentarij za postizanje osnovnog cilja kampanje, koji je – podizanje nivoa zainteresovanosti i informisanosti javnosti Crne Gore o evroatlantskim integracijama i upoznavanja međunarodne javnosti o namjerama Crne Gore da se pridruži NATO.

U izradi ovog šestomjesečnog Akcionog plana angažovana je agencija MAPA ( Montenegro advertising and production agency) iz Podgorice.

Predviđene aktivnosti predstavljaju kontinuitet kampanje koju je vodio Koordinacioni tim za implementaciju Komunikacione strategije o evroatlantskim integracijama.

Akcioni plan (januar - jun) koncipiran je shodno Strateškom planu komunikacije za dvogodišnji period. Inovira vizuelni i verbalni identitet kampanje, čiji je karakter informativno – edukativno – propagandni i može biti korigovan i usmjeravan u željenom pravcu, kako u zavisnosti od rezultata istraživanja javnog mnjenja, tako i zavisno od unutrašnjih i spoljnih političkih prilika i odluka, te njihovog mogućeg uticaja.

**AKCIONI PLAN ZA IMPLEMENTACIJU KOMUNIKACIONE STRATEGIJE O EVROATLANTSKIM INTEGRACIJAMA**  
**za period od 1. januara do 30. juna 2009. godine**

TABELA AKCIONOG PLANA

Br	AKTIVNOST/ PROJEKAT	NOSILAC AKTIVNOS TI	MEHANIZAM REALIZACIJE	CILJNA GRUPA	PERIOD REALIZACI JE	MONITORING I EVALUACIJA
1.	Izrada idejnog projekta novog identiteta kampanje – logo, slogan	Agencija MAPA/KT	Ugovor br. 01-14772/08	Neopredijeljeni I protivnici ulaska Crne Gore u NATO	januar-februar 2009.	Istraživanja javnog mnjenja
2.	Promotivni materijal u skladu sa novim vizuelnim identitetom (Blok A5 – 6000, olovaka – 6000 kom, USB stick -100 kom, fascikle 6000)	Agencija MAPA / KT	Ugovor nakon sprovedenog postupka javnih nabavki	Mediji, građani	februar 2009.	
3.	Brifing za medije i promocija novog identiteta kampanje	KT/Agencija MAPA	Brifing	Mediji	Periodično	Istraživanja javnog mnjenja
4.	Informativna brošura (10 odgovora na 10 predrasuda o NATO) – radni naziv, tiraž 70.000 kom, format B5, 12 str.	Agencija MAPA/ KT	Ugovor br. 01-14772/08	Mediji i građani	februar/mart 2009.	Istraživanja javnog mnjenja
5.	Letak 1 – NATO i bezbjednost 70.000 kom	Agencija MAPA/ KT	Ugovor br. 01-14772/08	Mediji i građani	mart 2009.	Istraživanja javnog mnjenja
6.	Letak 2 NATO i EU 70.000 kom	Agencija MAPA/ KT	Ugovor br. 01-14772/08	Mediji i građani	april 2009.	Istraživanja javnog mnjenja
7.	Letak 3 NATO ili neutralnost 70.000 kom	Agencija MAPA/ KT	Ugovor br. 01-14772/08	Mediji i građani	maj 2009.	Istraživanja javnog mnjenja

8.	Direct mailing – distribucija letka po ciljnim grupama na teritoriji CG	KT	Ugovor sa Poštom CG	Ciljne grupe	mart, april, maj 2009.	
9.	Panel diskusija o NATO uoči NATO Samita – NATO i budućnost jugoistočne Evrope (Podgorica)	Koordinacioni tim/Agencija MAPA/Partneri	Organizacija u saradnji sa lokalnom upravom i partnerima iz NVO	Studentska populacija	mart 2009.	press kliping
10.	Panel diskusije o NATO tokom aprilskog NATO Samita (jug CG, Herceg Novi) + brifing za novinare	Koordinacioni tim/Agencija MAPA/Partneri	Organizacija u saradnji sa lokalnom upravom i partnerima iz NVO	mediji, neopredeljeni I protivnici ulaska Crne Gore u NATO	- april Samit u Strazburu	press kliping
11.	Panel diskusije o NATO tokom aprilskog NATO Samita (sjever CG, Berane) + brifing za novinare	Koordinacioni tim/Agencija MAPA/Partneri	Organizacija u saradnji sa lokalnom upravom i partnerima iz NVO	mediji, neopredeljeni I protivnici ulaska Crne Gore u NATO	- april Samit u Strazburu	press kliping
12.	TV Debata, 6 emisija, video materijal za svaku od tema	Agencija MAPA / Koordinacioni tim / RTCG	Ugovor sa izabranim elektronskim medijem i Ugovor br. 01-14772/08	Neopredeljeni I protivnici ulaska Crne Gore u NATO	April-maj	Istraživanja javnog mnjenja, press kliping
13.	NATO info	Koordinacioni tim/TVCG	Ugovor br. 01-291/08-54	Neopredijeljeni i protivnici ulaska Crne Gore u NATO	Dva puta mjesečno	Istraživanja javnog mnjenja, press kliping

14.	Radio emisija Raport – novi audio identitet i uređivački koncept	Agencija MAPA/Koordinacioni tim	Ugovor br. 0603-6051/07 i Ugovor br. 01-14772/08	Neopredeljeni I protivnici ulaska Crne Gore u NATO	Kontinuirano	press kliping
15.	Konferencije za novinare, gostovanja u medijima, izjave, saopštenja	KT/ Nosoci implementacije Komunikacione strategije	KT	mediji, neopredeljeni i protivnici ulaska Crne Gore u NATO	Kontinuirano	press kliping
16.	Studijska posjeta JFC Napulju – projekat za članove KT i novinare	KT/ Partneri	Mailing lista Organizacija posjete	Mediji	maj 2009.	
17.	Osnivanje Centra za evroatlantske integracije na Fakultetu političkih nauka	KT/ Ministarstvo prosvjete i nauke / Partneri	Nadlezne obrazovne institucije	Naučni radnici i studenti	2009	Evaluacioni upitnik
18.	Cost – benefit analiza	Koordinacioni tim / partneri	Postupak u skladu sa Zakonom o javnim nabavkama	Stručna javnost i građani	maj 2009.	
19.	Izrada newsletter-a	Koordinacioni tim	Distribucija u elektronskoj formi	Međunarodna javnost	mjesečno	
20.	Okrugli sto za poslanike i službenike Skupštine	KT/Partneri/ Mo/MIP	Organizacija seminara	Poslanici i službenici Skupštine	Mart/april 2009.	Evaluacioni upitnik
21.	Redizajn web sajt-a	Koordinacioni tim/MAPA	Ugovor br. 01-14772/08	Sve ciljne grupe, posebno mladi i novinari	Januar/februar 2009.	Anketa i broj posjeta

22.	Besplatna NATO telefonska linija	KT/Partneri	Obuka nosilaca aktivnosti i stvaranje tehničkih uslova	Građani	kontinuirano	Broj poziva, teme interesovanja
23.	Zakup medija	KT	Ugovor sa medijskim kućama	Građani	kontinuirano	
24.	Serija predavanja za učenike završnih razreda srednjih škola	KT/CDT	Serija predavanja	Maturanti	Februar-maj 2009.	
25.	Angažovanje specijalizovane agencije za produkciju	KT	Zaključivanje ugovora na osnovu sprovedenog postupka javnih nabavki		Maj/Jun 2009.	
26.	Press kliping	Agencija MAPA	Ugovor br. 01-14772/08	KT	Januar-jun 2009	
27.	Istraživanje javnog mnjenja	Koordinacioni tim/Agencija MAPA	Istraživanje javnog mnjenja, ugovor sa izabranom specijalizovanom agencijom	Opšta javnost	Maj/jun 2009.	Istraživanje javnog mnjenja
28.	Izveštaj o implementaciji Akcionog plana za period januar – jun 2009.	KT/Agencija MAPA	Izveštaj za Vladu CG	Vlada CG	Jun 2009.	
29.	Akcioni plan za jul - decembar 2009.	KT/Agencija MAPA	Akcioni plan		jun 2009.	

## OBRAZLOŽENJE

### ***Aktivnosti br.1.2.3.***

Izrada idejnog projekta novog verbalnog i vizuelnog **identiteta kampanje**.

Inoviranje kampanje u duhu novih osnovnih karakteristika.

Vizuelno - life style, uz sveprisutnost slogana i logotipa kampanje, koloristički topliji;

Verbalno – tonalitet je optimistički, edukativan, vedar, uz jasne i kratke poruke.

Promo - materijal sa novim identitetom kampanje pratiće aktivnosti usmjerene na koordinaciju s medijima i *Panel diskusije o NATO* aktivnosti pod brojevima 10. 11. 12.

Brifing se po prvi put organizuje i za urednike elektronskih i štampanih medija

### ***Aktivnost br.4***

**Informativna brošura** (format B5, 12 strana, 70.000 komada) radnog naziva *10 odgovora na 10 predrasuda o NATO*.

Cilj je da se najširoj ciljnoj grupi, na jezgrovit, popularan, jasan način, predoče 10 ključnih odgovora na najčešće predrasude o NATO, što ujedno predstavlja i 10 ključnih argumenata za priključenje NATO.

Distribucija s posebnim akcentom na krizne tačke na teritoriji Crne Gore.

### ***Aktivnosti br. 5.6.7.8.***

Tri vrste **letaka** razvrstanih po izboru teme na tri ključne: *NATO i bezbjednost, NATO i EU i NATO ili neutralnost*.

U tiražu od po 70.000, biće distribuirani putem direct mailing-a na adrese domaćinstava po gradovima, sukcesivno tokom marta, aprila i maja 2009.

### ***Aktivnosti br.9.10.11***

Cilj aktivnosti je da se planirane **panel diskusije** medijski eksploatišu tokom mjeseca kad NATO proslavlja 60. godina postojanja, kao i dešavanjima uoči, tokom trajanja i nakon završetka Samita u Strazburu i Kelu.

Namjera je da se putem panela široj javnosti u Crnoj Gori prezentuju stavovi stručne i naučne javnosti o NATO. Koncipirani su prema tri ciljne grupe i raznovrsno tematski.

**I panel** planiran je za drugu polovinu marta na Univerzitetu Crne Gore u Podgorici, uz učešće Fakulteta bezbjednosti iz Beograda i stručnjaka za bezbjednost i međunarodne odnose iz država regiona i NATO;

**II panel** biće organizovan u Herceg Novom, tokom trajanja Samita, a **III panel** u Beranama, nakon završetka Samita. Koncept događaja u Herceg Novom i Beranama uključuje prisustvo novinara kroz dodatnu organizaciju brifinga.

April mjesec bi ovakvim PR pristupom značio podizanje intenziteta kampanja i koncentraciju u medijima, a u zavisnosti od odluke Samita (mogućeg poziva Crne Gore u MAP), kampanja bi iz edukativne mogla da pređe u propagandnu fazu.

### ***Aktivnost br.12***

**Šest emisija** o državama članicama NATO – Slovenija, Hrvatska, Bugarska, Mađarska, pribaltičke države, Francuska, Holandija - u toku šest nedjelja aprila i maja 2009.

Svaka epizoda na što prijemčiviji (reportažno – putopisni) način predočava sliku države članice NATO.

Zapravo, svaka od epizoda predstavlja uvod u jednu od tema na kojima najviše insistiramo tokom kampanje: *Odnos NATO i Rusija, NATO i EU, NATO i ekonomski razvoj, NATO i nacionalna bezbjednost itd.* Na ove teme selektiramo kompetentne sagovornike. Koncept se zasniva na sučeljavanju različitih mišljenja, na moderni video identitet uz prepoznatljiv video džingl serijala koji ujedno koristimo u periodičnim najavama emitovanja svake epizode.

### ***Aktivnost br 13***

**NATO info** emisija predstavlja kratku, informativnu novinarsku formu, koja se emituje dva puta mjesečno, a obrađuje aktuelne teme iz NATO, zemalja članica i partnera, kao i Crne Gore na putu u NATO.

### ***Aktivnost br. 14***

Inoviranje audio identiteta i uređivačkog koncepta radio emisije **Raport** na Anteni M o NATO u duhu novih karakteristika kampanje. Kroz obradu ključnih tema kampanje i raznovrsne i brojne sagovornike, kao i segment direktnog kontakta sa slušaocima podići slušanost emisije kako bismo bili u službi kampanje. Takođe, izuzetno je važno obezbijediti direktno reemitovanje na lokalnim radio stanicama, kao i obezbijediti učešće lokalnih novinara i sagovornika.

### ***Aktivnost 15***

Održavanje konferencija za štampu, gostovanje u medijima, davanje izjava i saopštenja omogućilo bi aktivno informisanje o procesu evroatlantskih integracija, kao i pokrivanje medijskog prostora informacijama o NATO-u i aktivnostima koje Crna Gora preduzima. Potrebno je da se proces postavi na periodičnoj osnovi i na principu međusobne koordinacije nosilaca aktivnosti Komunikacione strategije na planu sinhronizovanog promovisanja ključnih poruka – key messages. Takođe, konferencije će se organizovati povodom važnijih događaja (usvajanje i potpisivanje važnih dokumenata, bilateralni sastanci, skupovi, saradnja sa međunarodnim institucijama, reforme u VCG, i sl).

### ***Aktivnost 16***

U cilju efikasnijeg rada Koordinacionog tima i objektivnijeg informisanja javnosti od strane novinara, planirano je da članovi Tim a i novinari borave u studijskoj posjeti JFC u Napulju, kako bi sagledali misiju, zadatke i strukturu te združene komande NATO.

### ***Aktivnost 17***

Osnivanje Centra za evroatlantske integracije na Fakultetu političkih nauka u Podgorici je aktivnost od izuzetne važnosti za edukaciju i informisanje studentske populacije, kao i za stvaranje preduslova za naučno-istraživački rad u toj oblasti. Time bi se podigao nivo interesovanja za tu naučnu oblast, a samim tim i nivo informisanosti studentske ciljne grupe.

### ***Aktivnost 18***

Izrada Cost-benefit analize o članstvu Crne Gore u NATO predstavlja prioritet za dalje vođenje kampanje, s obzirom da je namijenjena za stručnu ali i najširu javnost Crne Gore. Na jedan jezgrovit i metodološki utemeljen način, analiza će dati informacije o ekonomskim implikacijama članstva u NATO.

### ***Aktivnost 19***

Izrada mjesečnog Newsletter-a je kontinuirana aktivnost na informisanju međunarodne javnosti o aktivnostima Crne Gore na putu u NATO.

### ***Aktivnost 20***

Jedna od ključnih aktivnosti predstavlja informisanje poslanika i službenika Skupštine o pitanjima evroatlantskih integracija. Akcionim planom predviđeno je organizovanje jednog okruglog stola.

### ***Aktivnost 21***

***Redizajn web sajta*** je neophodna aktivnost usklađivanja tog medija sa novim identitetom kampanje i shodno komunikacionom instrumentariju.

### ***Aktivnost 22***

U narednom šestomjesečnom periodu planirano je funkcionisanje besplatne NATO telefonske linije, a u cilju kontinuiranog informisanja javnosti o evroatlantskim integracijama.

### ***Aktivnost 23***

Zakupljivanje prostora u medijima – štampani mediji i radio – biće u službi najava raznih događaja tokom trajanja kampanje, oglašavanja glavnih panela (3) i TV debata (6 nastavaka), putem oglasa u dnevnim novinama i putem radio i TV džinglova

### ***Aktivnost 24***

U saradnji sa Ministarstvom prosvjete i nauke i nevladinom organizacijom Centar za demokratsku tranziciju, realizuje se serija predavanja za učenike završnih razreda svih srednjih škola u Crnoj Gori, na teme koje se odnose na evroatlantske integracije.

### ***Aktivnost 25***

Angažovanje specijalizovane agencije za produkciju neophodno je s obzirom da angažman agencije MAPA, u produkcijskom dijelu prestaje zaključno sa III Akcionim planom. Stoga, neophodno je sprovesti odgovarajući postupak javne nabavke radi zadovoljenja potreba KT za specijalizovanom PR i marketinškom agencijom.

### ***Aktivnost 26***

Press clipping je usluga specijalizovane agencije na osnovu koje možemo vršiti evaluaciju naših aktivnosti i veoma je važna za procjenu krajnjeg učinka i rad agencije.

### ***Aktivnost 27***

Redovna istraživanja javnog mnjenja, u manjem ili većem obimu, zavisno od okolnosti, organizovaće se u saradnji sa specijalizovanom agencijom iz ove oblasti. Ovakva istraživanja neophodna su da bi se pratili rezultati implementacije Komunikacione strategije, kao i da bi se dobili inputi za djelovanje u domenu komunikacija i daljeg kreiranja kampanje.

### ***Aktivnost 28***

U skladu sa obavezom predviđenom Komunikacionom strategijom, Koordinacioni tim će krajem juna 2009. godine pripremiti Izvještaj o implementaciji Akcionog plana za period januar-jun 2009. godine i podnijeti ga Vladi Crne Gore na razmatranje i usvajanje. Istovremeno, rezultati sprovođenja Strategije biće jedna od polaznih osnova za pripremu sljedećeg Akcionog plana za period jul – decembar 2009. godine, koji takođe treba podnijeti Vladi na usvajanje

### ***Aktivnost 29***

U skladu sa predviđenom dinamikom implementacije Komunikacione strategije, Koordinacioni tim će uz podršku agencije MAPA pripremiti IV Akcioni plan za period jul-decembar 2009. godine.