



IZVJEŠTAJ O RADU 2015

U prvoj polovini godine intenziviran je rad na kreiranju sveobuhvatne strategije brenda grada, kao osnove za sveobuhvatno unapređivanje imidža i plansko ostvarivanje vizije budućnosti grada. Projekat brendiranja grada podrazumjeva dugotrajan proces, u koji su uključeni svi donosioci odluka i sve zainteresovane strane, te su se i sve sprovedene aktivnosti odvijale u skladu sa postavljenim zadatkom. Tokom cijelog perioda kreativni tim je održavao konstantnu saradnju sa reprezentativnim kulturnim i javnim institucijama. U nastavku je otpočeta realizacija aktivnosti u cilju promocije objedinjavanja osobenosti pod brendom, a sve je počelo prezentacijom Strategije i otkrivanjem novog znaka (logo-a).

Strategija promovisanja Brenda Tivat, 3. Jul 2015.

U skladu sa planiranim programom rada strategije brendiranja za 2015., radom na grafičkim rešenjima vizuelnog identiteta i vezanim bitnim elementima ovog projekta, održana je prva javna prezentacija Strategije promovisanja Brenda grad Tivat, 03. Jula 2015. u multimedijalnoj sali Opštine Tivat. Izgradnja Brenda Tivat okupila je sve relevantne predstavnike lokalne zajednice, od uglednih građana, medija, turističkih organizacija preko kulturnih i obrazovnih institucija, Aerodroma Tivat pa do najvećih investitora i privrednih subjekata koji djeluju na području opštine Tivat.

Cilj cjelokupnog projekta brendiranja je efikasno privlačenje ljudi i kapitala, održivo pozicioniranje na turističkoj mapi tokom cijele godine i prepoznatljivost naše sredine i očuvanje njene autentičnosti, a sve unutar aktuelnih i predstojećih razvojnih procesa. U sklopu prezentacije na zgradi Opštine otkriven je i novi brend logo Tivta, koji uz tradicionalni grb, predstavlja dodatnu vrijednost. Vizuelni identitet je inspirativni jedinstven i prepoznatljiv grafički izraz svih savremenih i tradicionalnih osobenosti grada. Svaki element u vizuelnom znaku brenda Tivat asocira na neku od raznolikosti pejzaža i bitnih osobenosti identiteta savremenog Tivta.

Vizuelni identitet je obilježje pod kojim će realizacija strategije brenda doprinjeti da Tivat u međunarodnim i regionalnim okvirima bude prepoznat kao jedinstvo turističkih, ekonomskih i kulturnih raznovrsnosti. Ideja je obuhvaćena sloganom Mnogo svjetova u jednom (Many worlds within). U sklopu prezentacije izradjen je i promotivni materijal, 300 kompleta koji su



sadržali brendiranu majcu, svesku, fasciklu i sve spakovano u vrećicu izrađenu od biorazgradivog materijala.

Jadranske igre, 7. Avgust

BNT je podržala organizaciju Jadranskih igara kroz sponzorstvo. Tokom održavanja igara gradsko šetalište Pine je bilo brendirano logom brenda Tivat, vidno postavljenim na centralnom dijelu šetalista tako da je iskorištena medijska pokrivenost događaja za promociju.

Materijal za đake prvake početak septembra

U ime dobrodošlice ispred grada svim polaznicima prvog razreda Osnovne škole Drago Milović darivani su brendirani kompleti svesaka sa rasporedom časova.

Alliance, promocija vozila Renault, Nissan i Dacia, 14.- 15.novembar

U saradnji sa kompanijom Alliance, zastupnikom brendova Renault, Dacia i Nissan organizovana je prezentacija vozila. Ovaj događaj je privukao veliki broj posjetilaca i imao veoma veliku vidljivost u medijima.

Promocija na otvorenom početak je uspješne saradnje između kompanije Brand new Tivat i Opštine Tivat sa kompanijama koje žele da istaknu vrijednost svog brenda na kreativan i kvalitetan način. Efekti razvoja kroz investicione projekte, očigledani su u tome da je Tivat odabir mnogih značajnih brendova koji žele da se istaknu i doprinesu daljem unapređenju ambijenta. U planu je nastavak ovakvih promocija sa svjetskim brendovima.

Regata Dan Tivta, 28. i 29. Novembar

Jedriličarski klub Delfin povodom proslave Dana oslobođenja Tivta organizuje regatu Dan Tivta, pod pokroviteljstvom Opštine Tivat. Sledeći tradiciju i naslijeđe, na centralnom mjestu novog znaka grada Tivta stoji Jedro, kao bitna osobenost identiteta grada. Kao prave nosioce brenda Tivat prepoznali smo



Jedriličarski klub Delfin, te iz osnovnog znaka dizajnirali posebne pehare i medalje za najbolje jedriličare Regate Dan Tivta. Regata se jedrila dva dana, u Tivatskom zalivu. Učestvovali su jedriličari iz crnogorskih klubova, u klasama Optimist, Laser Standard, Laser Radial i Laser 4.7., i jedrilo je blizu 40 jedriličara.

J.K.Delfin je prvi jedriličarski klub osnovan u Crnoj Gori prije 65. godina. Postignutim rezultatima izdvoji se kao neprikosnoveni nosilac jedriličarskog sporta u Crnoj Gori, takmiče se na prestižnim evropskim i svjetskim regatama i nosioci su brojnih takmičarskih priznanja. Jedriličar Igor Les, šampion Balkana, 87. je na svjetskoj listi jedriličara u klasi Laser Standard i olimpijska nada Crne Gore. Jedriličari u klasi Optimist su državni prvaci. Aktivno trenira tokom cijele godine 27 takmičara.

Uručene nagrade su simbol zahvalnosti svima koji su održali tradiciju jedrenja u Tivtu i motivacija mladim sportistima da nastave sa svojim radom koji izuzetno doprinosi razvoju brenda grada kao nautičke destinacije. U nastavku akcije podrške mladim sportistima znakom Tivta izbrendiran je kombi kluba, kojim putuju na takmičenja po Evropi.

Radionica Brand New Tivat od 18. do 20. decembra

Radionice su dio artikulisanog procesa izrade cjekupne strategije, i jedan od alata za promišljen razvoj brendiranja turističke destinacije Tivat. BNT je veoma smišljeno upario lokalne kapacitete i talente, sa internacionalnom ekspertizom. Ovakav model okupljanja profesionalnih organizacija u svijetu je prepoznat kao inkubator razvoja, u cilju maksimiziranja pozitivnog momenta destinacija sa razvojnim kapacitetom.

Radionica je bila posvećena, jednim dijelom, osmišljavanju onog što se u svijetu zove dizajn iskustva. Cilj je definisanje i isticanje najvrjednijih i autentičnih iskustava iz perspektive lokalnih aktera života zajednice različitih profesija, i iz perspektive ljudi koji prvi put dolaze ili ga posjećuju, a sve u skladu sa zacrtanom strategijom Tivta.

U drugom dijelu radionice, učesnici su radili na razvoju ideja i koncepata za događaje na lokalitetu Tivta koji mogu biti interesantni određenim segmentima



posjetilaca. Sve aktivnosti, događaji ili manifestacije imaju jedinstvenu poziciju koja nedvosmisleno ukazuje da je određen događaj dio cjeline, odnosno Brenda Tivat, a ne pojedinačna manifestacija. Osmišljene aktivnosti imaju potencijal da izgrade percepciju Tivta kao jedinstvene destinacije bazirane na ustanovljenoj suštini brenda – ljepota raznovrsnosti.

Brand New Tivat

Izvršni direktor

Predrag Gajić



A stylized, handwritten signature in blue ink, consisting of fluid, connected loops and strokes.