

НОВА КАМПАЊА НА ВЛАДАТА ЗА ПР МАКЕДОНИЈА Е Н РАЈ ВО ЕВРОПА

Цел на кампањата не е само да се привлечат странски инвестиции туку таа да го подобри севкупниот имиџ на државата во светот. Можностите кои Македонија им ги нуди на странските инвеститори ќе се презентираат и на Интернет страниците на 20 од вкупно 50 печатени медиуми. Меѓу весниците се и "Економист", "Бизнис вик", "Хералд трибјун", "Њујорк тајмс", "Јуромани", "Сандеј телеграф", "Дело", "24 часа", "Ди пресе", "Ле монд", "Вечерњи лист" и други.

Главен акцент ќе биде ставен на промовирањето на најниските даноци на профит и на доход од 10 отсто, 370 евра бруто плата, 650 милионски пазар (преку договорите за слободна трговија), со нула стапка за реинвестирање, тридневна регистрација за компанијата, макроекономска стабилност со 3,1 отсто инфлација, одлична инфраструктура, кандидатура за членство во НАТО и во ЕУ. За кампањата е изготвена и Интернет страница www.investinmacedonia.com на осум светски јазици.

Со сите подетални информации потенцијалните инвеститори ќе се запознаат преку посебен телефон во Агенцијата за странски инвестиции, кој ќе биде отворен од 8 до 22 часот секој работен ден.

Пишува: Арсен КОЛЕВСКИ

Инвестирајте во Македонија - нов бизнис рај во Европа" е мотото на кампањата која Владата ја почна за промоција на македонските бизнис потенцијали. Кампањата за промоција на Македонија како инвестицио-



НОВАТА КАМПАЊА ЌЕ ГО ПОДОБРИ СЕВКУПНИОТ ИМИЏ НА ДРЖАВАТА ВО СВЕТОТ

на дестинација ќе се спроведува до 1 март во повеќе од 50 водечки весници во 35 земји, од кои 21 од ЕУ, на 24 јазици. Вкупниот тираж на овие печатени медиуми е повеќе од 9 милиони, а нивната читаност надминува 30 милиони, информира премиерот Никола Груевски на прес-конференцијата во Владата. Можностите кои Македонија им ги нуди на странските инвеститори ќе се презентираат и на Интернет страниците на 20 од вкупно 50 весници.

"Владата нема нереални очекувања во однос на кампањата и верува дека ќе придонесе да се зголеми интересот на странските инвеститори. Не веруваме дека веднаш ќе има инвестиционен бум бидејќи реално првите резултати треба да дојдат по одреден временски период".

"Ова практично е преткампања која треба да ги поттикне инвеститорите да размислуваат за вложување во Македонија, но ќе има и одличен ефект врз севкупниот имиџ на државата", истакна претседателот на македонската Влада.

Меѓу весниците се и "Економист", "Бизнис вик", "Хералд трибјун", "Њујорк тајмс", "Јуромани", "Сандеј телеграф", "Дело", "24 часа", "Ди пресе", "Ле монд", "Вечерњи лист" и други.

НОВ ИМИЏ

"Цел на кампањата не е само да се привлечат странски инвестиции туку таа да го подобри севкупниот имиџ на државата во светот. По 16 години Ма-

На новинарското прашање дали Владата имала проблеми со грчките весници при објавувањето на рекламните за Македонија, Груевски одговори потврдно.

"Кај двата весника во Грција најдовме на проблеми. Тие не сакаа да стои името Македонија во ниту една варијанта, но според експертите, резултати сепак ќе има".

кедонија прв пат ќе влезе на инвестиционата мапа и ќе излезе од сивилото во кое се наоѓа. Не очекуваме премногу, важно е да почнат да се раздвижуваат инвестициите. За таа цел и на Агенцијата за странски инвестиции пет пати ѝ го зголемивме буџетот за годинава", рече претседателот на Владата.

Главен акцент ќе биде ставен на промовирањето на најниските даноци на профит и на доход од 10 отсто, 370 евра бруто плата, 650 милионски пазар (преку договорите за слободна трговија), со нула стапка за реинвестирање, тридневна регистрација за компанијата, макроекономска стабилност со 3,1 отсто инфлација, одлична инфраструктура, кандидатура за членство во НАТО и во ЕУ.

Инаку, како што се дознава, грчките медиуми веќе се нафрлија на владината кампања, за која велат дека се користи за промоција на уставното име на земјата и дека не соодветствува на фактичката состојба во економијата. Премиерот Груевски не сакаше да обелодени колку пари државата ќе плати за

ОМОЦИЈА НА ДОМАШНИТЕ БИЗНИС ПОТЕНЦИЈАЛИ

АЈНОВ БИЗНИС

Во функција на кампањата, над зградата на Владата се вееше и воздушен балон во форма на цепен, на кој е испишана пораката: "Инвестирајте во Македонија, новиот бизнис рај во Европа".

За кампањата е изготвена и Интернет страница www.investinmacedonia.com на осум светски јазици: англиски, германски, француски, руски, италијански, шпански, јапонски и кинески. Моментно веб-страницата е на англиски јазик, а за неколку дена ќе бидат готови и останатите преводи.

оваа кампања, само рече дека се успеало во некои весници да се добие некаков дисконт, но во секој случај, таа ќе чинела околу еден процент од првата странска инвестиција која ќе влезе во Македонија. Со сите подетални инфор-

мации потенцијалните инвеститори ќе се запознаат на посебен телефон во Агенцијата за странски инвестиции, кој ќе биде отворен од 8 до 22 часот секој работен ден. Рекламирањето на бизнис можностите на Македонија ќе биде на првите 4 страници од весниците, во големина од половина или четвртина страница. Во оваа прилика премиерот Груевски потенцираше дека конечно е назначен и новиот директор на Агенцијата, Виктор Мазо, македонски иселеник во САД, кој докторирал на "Кембриџ".

БИЗНИС ПОСЕТИ

Освен за кампањата, Груевски информираше дека неговите "емисари" за странски инвестиции, Глигор Ташковиќ и Веле Самак, во наредниот период ќе имаат поинаква задача и ќе посетуваат по 10 држави во Европа и во светот. Таму ќе контактираат најмалку со по 15 компании на кои ќе им ги презентираат можностите за инвестирање во Македонија. Барем некоја од нив ќе се заин-

тересира за почнување бизнис во Македонија, смета Владата. Македонската Влада не се надева дека оваа кампања за инвестиции ќе даде брзи резултати, бидејќи на странските компании им е потребна најмалку една година да донесат одлука за инвестирање. Покрај тоа, на дел од инвеститорите им се познати транзиционите проблеми со кои се соочува Македонија, па затоа, според премиерот, додека дојдат првите инвестиции ќе треба да се побрза со реформите во Катастарот и во судството, пред сè, за да се подобрат состојбите за непречен влез на инвестициите.

Владата веќе објави и тендер за склучување договори со 20 странски консултантски куќи чија задача ќе биде да ја промовираат Македонија кај фирмите од нивните земји.

"Консултантските куќи ќе склучат договор со Владата, а во согласност со него секои три месеци ќе треба да изготвуваат програма за својата работа. Тие се фактички истурени играчи, специјализирани за привлекување странски инвеститори и ако покажат конкретни резултати ќе бидат наградени", рече Груевски.



Success is question
of choice!



www.marili.com.mk

e-mail:marili@marili.com.mk

MARKETING & PUBLISHING AGENCY

blvd. Goca Delcev, 11 DTC Mavrovka, Skopje, Macedonia; phone/fax ++ 389 2 3128 155