

ПРЕДЫСТОРИЯ



Каждая известная **Кухня** в мире является уникальным экономическим драйвером для своей родной страны или региона происхождения. Наиболее популярные из них известны тем, что обеспечивают существенный доход для огромного числа малых, средних и крупных предприятий, таких как рестораны, street-food вендоры, продовольственные и винные розничные магазины, производители продуктов питания, производители кулинарного оборудования, гостиницы, фермы, рыболовные предприятия, пекарни и сыродельни, винодельческие предприятия, логистические и торговые компании, туроператоры, компании по аренде автомобилей, авиакомпании, круизные компании и т.д.

Великая Кухня обеспечивает своему месту происхождения всемирную узнаваемость, повышает ВВП за счет экспорта местных продуктов питания и напитков за границу, привлекает устойчивые потоки въездных туристов.

**Кухня ... является уникальным экономическим драйвером ...
обеспечивает существенный доход ... повышает ВВП**

Исследование, проведенное нашими экспертами в 2016-2017 годах, показало, что ни одна страна в Черноморском бассейне не попадает в топ-30... 50 рейтингов лучших в мире Кухонь. Кроме того, исследование показало, что Черноморская кухня как название хоть и существует в сознании большинства потребителей, но респонденты не смогли точно сказать, какие блюда она включает и каковы ее основные характеристики.

Было очевидно, что только международное сотрудничество и консолидация усилий вокруг концепции одного всеобъемлющего общего бренда Черноморской кухни могут стать ключом к экономическому успеху во всем регионе.

**концепция одного ...
общего бренда Черноморской кухни**

Для достижения статуса отдельной и совершенной категории Черноморскую кухню необходимо переструктурировать в сознании потребителей и описать в концептуальных документах. Требовалось четкое позиционирование Бренда Черноморской кухни и был необходим стратегический подход к его продвижению.

Для этого мы разработали и запустили Программу развития и продвижения Черноморской кухни, первый шаг которой был направлен на создание общей базы данных блюд и продуктов, характерных для черноморской береговой линии.

**создание общей базы данных
блюд и продуктов**

Для реализации Программы в 2018 году был создан Международный Исполнительный Транспобережный Комитет с представительствами в Болгарии, Грузии, России, Турции и Украине. Каждый из руководителей нашей команды обладает международными деловыми навыками и управленческим опытом. Все наши эксперты соединяют в себе культурные и образовательные традиции.

СТРАТЕГИЯ



Наша миссия заключается в разработке и предложении конечным потребителям, а также вовлеченным малым, средним и крупным предприятиям отчетливого и совершенного Бренда - Black Sea Cuisine - и превращении его в хорошо узнаваемый и предпочитаемый во всем мире.

разработка и предложение... отчетливого и совершенного Бренда

По оценкам, международная потенциальная целевая аудитория Бренда превышает 500 миллионов конечных потребителей.

Наша стратегия брендинга Черноморской кухни основана не на составлении широкого списка блюд, а наоборот, направлена на тщательный маркетинговый отбор нескольких из них, имеющих шансы на международный успех.

Стратегия брендинга ... тщательный маркетинговый отбор нескольких

Общая цель состоит в том, чтобы посредством интенсивных усилий по продвижению, достичь позиции Бренда Черноморской кухни в ТОП-12... 15 самых узнаваемых кухонь мира к концу 2025 года.

Текущая цель состоит в том, чтобы к концу 2020 года, закончить отбор наиболее маркетингового пригодных блюд из общей базы данных и сформировать краткое интегрированное меню (SIM), как бесспорное ядро Бренда Black Sea Cuisine.

Краткое интегрированное меню... как бесспорное ядро Бренда

Наше широкое исследование, завершенное в марте 2020 года, позволило собрать в Единую Базу Данных все типичные блюда и региональные продукты Черноморского побережья. Эта База Данных содержит более 650 наименований и охватывает всю прибрежную зону всех береговых стран: Болгарии, России, Турции, Украины, Грузии, Молдавии и Румынии.

База Данных содержит более 650 наименований

Исследование подтвердило, что для потребителей будет невозможно распознать и запомнить сотни наименований, собранных в Базе Данных. Анализ результатов исследования показал, что Бренд должен включать в себя не более 50 блюд и 25 региональных продуктов.

для потребителей ... невозможно распознать и запомнить ... не более 50 блюд и 25 региональных продуктов.



ПОСЛЕДУЮЩИЕ ШАГИ

Очевидно, что решающим для успеха процесса брендинга Черноморской кухни будет реализация следующих трех этапов:

1. Сокращение общей базы данных до наиболее маркетинговых пригодных блюд для формирования Краткого Интегрированного Меню (SIM) и выделение среди них Символов Бренда. Создание Рецептурного Справочника в качестве руководства с подсказками для профессиональных шеф-поваров и кулинарных энтузиастов. Даже на этом раннем этапе, Бренд уже может обеспечить выгоды для заинтересованных сторон, таких как франчайзинговых ресторанов Черноморской кухни, street-food вендоров, производителей продуктов питания, винных и продовольственных розничных магазинов, и т.д.

формирования Краткого Интегрированного Меню ... выделение Символов Бренда

2. Развитие Международного Кластера Черноморской кухни с широким кругом заинтересованных сторон рынка, таких как: рестораны, гостиницы, фермы, производители региональных продуктов, рыболовные предприятия, пекарни и сыродельни, винодельни, логистические и торговые компании, образовательные и учебные заведения, туроператоры, авиакомпании, компании по аренде автомобилей, и т.д.

Членство в Кластере открыто для заинтересованных сторон не только из приморских стран - Болгарии, Грузии, Молдавии, Румынии, России, Турции и Украины, но и других государств, при условии, что они разделяют философию и цели проекта.

Международный кластер черноморской кухни ... членство открыто для ...

3. Проведение общего мероприятия - Гала-Ужина Черноморской кухни, с трансляцией онлайн через социальные медиа, в 100 ресторанах по всей прибрежной зоне и в столицах приморских стран, как официальное начало кампании по продвижению и мероприятий, таких как фестивали, ярмарки, гала-ужины, мастер-классы, дегустации и т.д., направленных на формирование узнаваемости Бренда на международном уровне.

Общее мероприятие ... Гала-Ужина Черноморской кухни ... официальное начало кампании по продвижению

