



Poslovni dnevnik | IVICA PROFACA/VLM



Kako je Split postao cijela Dalmacija

Brendiranje Splitsko-dalmatinske županije zbunjuje jer se pod imenom Dalmacije predstavlja područje županije bez spominjanja Zadra, Šibenika ili Dubrovnika

Splitsko-dalmatinska županija je napravila ono što do sad tako ozbiljno nije napravila ni jedna druga, projekt vlastitog brendiranja, povjerivši posao iskusnim igračima poput McCann Ericksona, makar i na natječaju koji malo tko vidio. I sad valja čekati, doći će na red – kao i uvijek kad se nešto, dobro ili loše, pokušava provesti u Splitu – kontroverze. Napisat će se kilometri tekstova o tome što je u projektu trebalo napraviti ili što je valjalo izbjeći. Među potencijalnim kapitalnim propustima sasvim sigurno će se spominjati činjenica da u projektu brendiranja nema ni riječi o sportu.

Potpisniku ovoga komentara poklopilo se, međutim, da je dovršetak projekta dočekao u međunarodnom društvu, što se pokazalo kao zgodan način za testiranje svega što su autori brendiranja pokušali objasniti, ali i svih uobičajenih predodžbi koje Dalmatinci imaju sami o sebi i o vlastitoj regiji. I dojmovi su dvojaki. Recimo, motiv suhozida koji su u McCann Ericksonu uzeli kao temelj budućega vizualnog identiteta je likovno atraktivan i vrlo simboličan, a ovom komentatoru i iznimno privlačan kao simbol ustrajnosti. No koliko je uopće objašnjiv nekome tko je nekoliko dana uživao u graditeljskim čarolijama dalmatinskih gradova i kome su u oči i srce upali tako očiti simboli poput Dioklecijana, njegove palače, Trogira, hvarskog teatra ili bolskog Zlatnog rata? A iz ovoga nasumičnog nabrojavanja atrakcija proizlazi možda i najveći problem.

Iznimno je zbunjujuće, naime, koju se to regiju ovim projektom uopće "prodaje" jer "kupac" ne mora baš znati za hrvatski upravni vic zvan 20 županija. Naručitelj je Splitsko-dalmatinska županija i sve što u planu piše odnosi se samo na njezino područje, povijest i budućnost. I onda se ona predstavlja kao Dalmacija, u svim sloganima i vizualima se spominje samo Dalmacija, što će sigurno izazvati upitnike nad glavama stanovnika ostalih dalmatinskih županija, ali će dodatno zbuniti i "potrošače". Pokušajte strancu objasniti da mu pokušavate ponuditi Dalmaciju (ili "Dalmaciju") iz koje ste "izbacili" Zadar, Šibenik ili Dubrovnik. A oni skloniji teorijama urote mogli bi naći i dubljih problema, sve do dekonstrukcije jedne regije započete Tuđmanovom podjelom na četiri županije južne Hrvatske. ♦