

vijesti.hrt.hr



Otvoreno o Barcinj "krađi hrvatskoga identiteta"

Po čemu je Hrvatska prepoznatljiva u svijetu osim po suncu i moru? Kako će nas doživljavati stranci kada izbljude globalni sportski uspjesi? Možemo li iskoristiti predsjedanje Europskom Unijom za brendiranje zemlje?

U emisiji "Otvoreno" koju je vodio Mislav Togonal o brendiranju Hrvatske govorili su predsjednik **HURA-e** Davor Bruketa, bivši izbornik hrvatske nogometne reprezentacije Miroslav Ćiro Blažević, dizajner Boris Ljubičić, filmska producentica Erika Milutin Diller, voditeljica Radne skupine predsjednice za razvoj identiteta i brenda RH Dubravka Sinčić Ćorić te predstojnik Ureda predsjednika Vlade Zvonimir Frka Petešić.

- Bio sam šokiran i revoltiran kada sam vidio da je Barca stavila kockice na svoj dres. Ne znam postoje li neke mogućnosti da mi reagiramo, nadam se da je Šuker napravio stanovitu ogradu oko našeg brenda. Oni su jednostavno kopirali naš dres i netko bi trebao dati objašnjenje oko toga, komentirao je na početku emisije **Miroslav Ćiro Blažević** činjenicu da je nogometni klub Barcelona izbacila novu garnituru dresova na kojima su pruge zamijenili kockicama.

S obzirom da je ista tvrtka dobavljač za Vatrene i za Barcelonu, postavlja se pitanje je li ovo stvar odredbi iz ugovora.

- Oni su uzurpirali marketinško pravo na taj dres, ovdje se radi i o dizajnu, on je u osnovi fizički njihov. Pravila u kopiranju kaže da ako je nešto više od 70 posto slično, onda to više nije original. Ovdje se radi o 90 posto sličnosti. Umjesto bijelih polja došla su tamnoplava, ističe dizajner **Boris Ljubičić**.

Davor Bruketa kaže da bi stvari trebalo okrenuti.

- Oni su se pravno zaštitili, ali ovo je sada opet sjajna prilika da se opet priča o Hrvatskoj, o hrvatskom vizualnom identitetu. Dužnost je HNS-a da reagira. To nije isti dres, ali to vrlo vrlo liči na hrvatski vizualni identitet. Pravni koraci su potpuno sekundarni.

Na umu treba imati da je hrvatska zastava jedina koja ima motiv šahovnice te to treba imati na umu ako krenu pravne procedure u odnosu na dres, ističe predstojnik Ureda predsjednika Vlade **Zvonimir Frka Petešić**.

Voditeljica Radne skupine predsjednice za razvoj identiteta i brenda RH **Dubravka Sinčić Ćorić** kaže da je skupina završila posao.

- Sudjelovala je šarolika grupa ljudi. Žustro smo raspravljali, bilo je ljudi koji imaju vrlo jake osobnosti, uostalom zbog svoga stava i osobnosti su bili i pozvani. Ovo je bio test možemo li se mi dogovoriti što Hrvatsku čini jedinstvenom ili različitom u odnosu na druge zemlje.

Dodaje da je definirano sedam ključnih točaka oko kojih bi se brend trebao razvijati, a sve se vrti oko ljudi.

- Ljudi imaju izražene karakteristike otvorenosti, srčanosti, društvenosti, inovacijskim kapacitetom, znanjem, upomošću kojim postižu uspjehe. Odras našeg karaktera i mentaliteta jest da se klatimo između euforije i depresije. Sve doživljavamo na način koji je ekstreman, a s druge strane imamo vrlo visoku razinu kritičizma i postavljamo se kao da o svemu jako puno znamo.



Filmska producentica **Erika Milutin Diller** govorila je o "Igru prijestolja". Zadnje epizode u SAD-u je gledalo 48 milijuna ljudi, a s onim ilegalnim i legalnim, možda ih je vidjelo i pola milijardi ljudi. Postoje ture jer ljudi žele vidjeti gdje se to snimalo. Kako to iskoristiti?

- Jedan je dio snimljen u Dubrovniku. Priča je počela prije 10 godina te trenutno u Hrvatskoj radi više produkcija. S privlačenjem stranih produkcijskih kuća stvoren je dobar imidž "privlačne produkcijske sredine". Postoje poticaji koji privlači strane tvrtke i to zahvaljujući Ministarstvu kulture i ministrici koja je to i pokrenula. Stvorili smo nešto savršeno za jednu novu industriju.