

# BRENDIRANJE

*lokalne i zavičajne baštine*

U DJELATNOSTI OGRANAKA  
MATICE HRVATSKE

Zavičajni muzej Ozalj  
23 - 24. rujna 2022.



**180** maticahrvatska  
1842-2022.

Ogranak Matice hrvatske u Ozlju  
i Matica hrvatska  
uz potporu Grada Ozlja

## **Petak, 23. rujna 2022.**

---

14.00 sati – dolazak u Ozalj

14.30 sati – Otvaranje skupa i pozdravne riječi

predsjednik Matice hrvatske Miro Gavran

predsjednik Ogranka MH u Ozlju Stjepan Bezjak

gradonačelnica Grada Ozlja Lidija Bošnjak

Prezentacije ogranaka MH

15.00 Ogranak MH u Zaprešiću

15.20 Ogranak MH u Zaboku

15.40 Ogranak MH u Velikoj Gorici

16.00 Ogranak MH u Čakovcu

16.20 Ogranak MH u Virovitici

16.40 Ogranak MH u Kaštelima

17.00 Ogranak MH u Požegi

17.20 Ogranak MH u Splitu

17.40 Stanka za kavu

18.00 dr. sc. Božo Skoko i dr. sc. Dejan Gluvačević: *Mogućnosti i načini brendiranja manifestacija, osoba i projekata u lokalnim sredinama*

19.00 dr. sc. Danijel Labaš: *Strategije medijske prezentacije vlastitog djelovanja: od dobrog priopćenja do konferencije za medije*

20.00 Večera u OPG-u Čulig

**Subota, 24. rujna 2022.**

---

9.30 Predstavljanje zbirke *Gartlic ljubavi* i nagrađenih priča na natječaju *Moje drago serce* Ogranka MH u Ozlju

10.30 Izlet na lokacije povezane s pričama – mjesta na kojima su nastajali akvareli Slave Raškaj i Pavlinski samostan i župa Rođenja B. D. Marije u Sveticama kod Ozlja

13.30 Ručak u OPG-u Kovač



*Plavokosa slikarica zatrpana ogromnim lopočima, podiže veliki kist s kojeg kaplje cinober crvena boja. Kupa se pjenu u tisuću plavih, zelenih i bijelih nijansi pa se ruši prema meni u očitoj namjeri da me zauvijek proguta. Zastrašujući tornado boja i zvukova koji me odnosi u neki daleki Oz...*



*Dunja Tokić : Ljubavna priča u akvarelu*

*1. nagrada „Stjepko Težak“  
na Međunarodnom književnom natječaju  
Moje drago serce 2021.*

dr. sc. Božo Skoko i dr. sc. Dejan Gluvačević

## ***Mogućnosti i načini brendiranja manifestacija, osoba i projekata u lokalnim sredinama***

Brendiranje je proces u kojemu se definira što neki projekt, povijesna osoba, destinacija ili manifestacija jesu, po čemu su posebni i zašto bi mogli (trebali) biti značajni nekome, što ih razlikuje od sličnih te zašto bi morali postati poznatiji, prihvaćeniji i poštovaniji na razini cijele Hrvatske. Brendiranje je ujedno i cjelokupni strateški pristup komuniciranju i promociji, bez kojega je danas nezamislivo zadržati pozornost medija i javnosti, privući publiku i sponzore te promovirati hrvatski identitet. Ova disciplina iziskuje poznavanje strateškog komuniciranja, ali i kreativnost. U kontekstu djelatnosti ogranaka Matice hrvatske iziskuje poznavanje vrijednosti i poslanja Matice hrvatske, ali i suvremenih marketinških trendova.

Stoga će se na skupu *Brendiranje lokalne i zavičajne baštine u djelatnosti ogranaka Matice hrvatske* govoriti o mogućnostima i načinima brendiranja Matičinih ogranaka kako bi se lakše izborili za pozornost, poradili na vlastitoj prepoznatljivosti, istaknuli prednosti i vrednote zajednice u kojoj djeluju te se u utrci s konkurencijom izborili za poštovanje, publicitet i blagonaklonost javnosti i institucija.

Promocija i brendiranje destinacija nekada su bili luksuz ili dodatna vrijednost u korporativnom sektoru, no taj proces posljednjih godina postaje nužnost i u kulturi. Zato će se sudionicima skupa omogućiti upoznavanje svrhe, načina, strategija i taktika brendiranja u kulturi, s posebnim naglaskom na manifestacije i povijesne osobe.