

BALCANICA SUPERIOR

ZAŠTO “BALCANICA SUPERIOR” KAO NAZIV REGIONALNOG
BREND A ISTOČNE SRBIJE?

Joint program between Switzerland and
Germany implemented by GIZ



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC



немачка
сарадња
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

UVOD

Izbor bilo kog imena, odnosno naziva, nije jednostavan i brz proces. Izbor naziva nekog proizvoda, odnosno usluge, još je komplikovaniji, jer u sebi mora da objedini niz karakteristika koje taj proizvod ili usluga ima, a istovremeno da prenese poruku kupcima o kvalitetu i karakteristikama tog proizvoda, odnosno usluge. Osim toga, naziv brenda mora biti zvučan, dopadljiv, da se lako izgovara i piše, da budi pozitivne asocijacije, da se može upotrebiti i na drugim jezicima itd. S obzirom da je regionalni brend istočne Srbije, na neki način, novi proizvod, izbor njegovog imena, takođe je bio podložan svim ovim marketinškim izazovima.

Još više, praksa u definisanju imena regionalnih brendova je takva, da oni kao svoje ime, odnosno deo imena, imaju geografski naziv regiona sa kojeg potiču. U slučaju istočne Srbije, to je predstavljalo dodatnu poteškoću. Istočna Srbija nije jedna jedinstvena geografska celina i nema svoj jedinstveni naziv. Jedno od najčešće korišćenih geografskih imena je Timočka krajina, po političkom nazivu regiona iz nekog prethodnog perioda. Međutim, region koji posmatramo, (osam opština Borske i Zaječarske upravne oblasti), ne identifikuje se u potpunosti sa rekom Timok (npr. Sokobanja, Kladovo ili Majdnapek). Na taj način, bilo je nemoguće i neprikladno iskoristiti naziv Timok, odnosno Timočka krajina. Isto se odnosi i na druge veće geografske odrednice, kao što su npr. Dunav ili Stara planina. Da bi se izbegle sve ove zamke, a da bi se omogućilo da brendom budu pokrivena i oblasti koje pripadaju nekoj široj regiji od Borske i Zaječarske upravne oblasti, nametnula se potreba korišćenja naziva Balkan.

OD „BALKAN“ DO „BALCANICA“

Iako je naziv „BALKAN“ mogao da ispunjava neke od preduslova za naziv (odnosno deo naziva) brenda istočne Srbije, jer ukazuje na određeni geografski prostor, ima dovoljno zvučnosti, lako se piše i izgovara na svim jezicima, prepoznatljiv je itd., ipak ni on nije bio idealno rešenje. Osnovni razlog za to je, što zbog političkih i društvenih zbivanja, on ima i neke svoje negativne asocijacije, koristi se često sa pežorativnim prizvukom i vezuje se za nešto što je samo po sebi loše pa čak i primitivno. Imajući to u vidu, a opet, računajući na sve pozitivne aspekte ovog termina, pre svega pogodnost za širenje pokrivenosti teritorije za brendiranje, nametnula se potreba modifikacije ovog naziva. Mogućnosti za modifikaciju kretale su se pre svega ka korišćenju prideva umesto imenice – npr. balkanski ili slično, ali kao dobro rešenje nametnula se latinska modifikacija koja je u nauci iskorišćena za davanje naziva nekim pojmovima, životinjama ili biljkama – balcanicus ili balcanica. Zbog svojeg univerzalnijeg karaktera, i ne toliko tvrdog latinskog prizvuka – izbor je pao na ovaj drugi i došlo se do dobitnog rešenja – BALCANICA. „Balcanica“ je jasna asocijacija na geografsku oblast, zvučna je, lako se piše, lako izgovara, može se koristiti u skoro svim jezicima i dovoljno je drugačija od uvreženog i (neopravdano) negativno konotiranog „Balkan“.

OD „MEZIJA“ DO „SUPERIOR“

Korišćenje latinskog naziva Balcanica uslovalo je da se analizira i mogućnost upotrebe latinskog naziva za prostor na kome se uspostavlja regionalni brend istočne Srbije. Međutim, u vreme Rimskog carstva, kada je latinski jezik bio živ, termin Balkan, pa samim tim i Balcanica bio je nepoznat. Rimljani su, naprotiv, ovaj prostor poznavali pod nazivom Moesia Superior (Gornja Mezija).

Ovakva analiza, uputila je i na drugi deo naziva – SUPERIOR. Ne samo što predstavlja jasnu aluziju na istorijski prostor u kome se sada nalazimo, nego je latinski SUPERIOR, tokom vremena implementiran u mnogim svetskim jezicima i svuda ima isto značenje – superior, odnosno izvedeno – superioran (prema leksikonu stranih reči i izraza Milana Vujaklije: nadmoćan, viši, pretežniji, istaknutiji) što je apsolutno idealna reč za naziv brenda (koristi se u mnogim nazivima i oznakama, prepoznatljiva je, zvučna, lako se piše, izgovara, upućuje na robu, odnosno uslugu naročitog, posebnog kvaliteta itd...).

BALCANICA SUPERIOR – unikatni naziv za regionalni brend istočne Srbije

Na ovaj način, došlo se do konačnog oblika naziva brenda istočne Srbije – BALCANICA SUPERIOR. Ovaj naziv, iako zvuči poznato, a zvuči poznato zbog toga što su reči od kojih je sastavljen poznate i prepoznatljive, u ovakvom obliku nije korišćen u komercijalne svrhe. To ga kvalifikuje i omogućava da bude upotrebljen za naziv brenda, a poruke koje on sobom nosi su sledeće:

- Jasna veza sa geografskom teritorijom, koja može biti uže ili šire posmatrana (šire zbog „Balkan“ u „Balcanica“, a uže zbog „Superior“, što ukazuje na nekadašnju Gornju Meziju)
- Jasna leksička distanciranost od termina „Balkan“, koji može imati i negativne konotacije
- Veza sa Rimskim carstvom i delom njegove teritorije koji je i u to vreme, kao i danas po mnogo čemu specifičan i jedinstven
- Jasna asocijacija na pridev superioran (nadmoćan, viši, pretežniji, istaknutiji), koji ukazuje na poseban kvalitet
- Spajanjem dve reči u jedinstven termin daje se suptilna poruka o geografskoj lokaciji i kvalitetu
- Naziv je upečatljiv, prepoznatljiv, lako se pamti, lako se piše, zvučan je, nije potrebno prevoditi ga na druge jezike i može uvek zadržati svoj izvorni oblik.
- Omogućava „širenje“ regionalnog brenda u budućnosti na druge prostore i teritorije koje se smatraju delom Balkana
- Podjednako dobro pokriva i proizvode i usluge