

MARKETING IZLOŽBE

ARHITEKTURA SECESIJE U RIJECI

1900.- 1925.

(MODERNA GALERIJA RIJEKA,

11.12.1997. - 28.2.1998.)

Milica Đilas

Moderna galerija Rijeka
Rijeka

Arhitektura secesije u Rijeci 1900.-1925. druga je i od triju izložaba kojima se prezentiraju rezultati velikog projekta Moderne galerije u Rijeci. Tema projekta je graditeljska baština Rijeke nastala u stotinu godina burne političke povijesti i intenzivnog ekonomskog i prostornog razvoja grada, od polovice 19. stoljeća pa sve do 1945. godine.

Ciljevi projekta su mnogostruki: sustavno istražiti graditeljski fond (onaj nastao između dvaju svjetskih ratova bio je gotovo neistražen) i arhivsku dokumentaciju, prezentirati rezultate istraživanja izložbama i katalogima, postaviti temelje valorizacije te senzibilizirati stručnu i širu javnost za vrijednosti i potrebu zaštite baštine. Tako ambiciozno zamišljen projekt svojom složenosti više odgovara nekom drugom tipu ustanove, na primjer institutu za povijest umjetnosti, specijaliziranome muzeju arhitekture ili pak muzeju grada osmišljene i profilirane politike. No, projekt se uklapa u dugoročni program Moderne galerije u Rijeci kojim se valoriziraju i prezentiraju neobrađene teme i autori kraja 19. st. i iz 20. st., te popunjavaju "bijeće mrlje" hrvatske povijesti moderne umjetnosti.

Obrada opsežnog materijala i realizacija tako složenih zadataka okupila je uz kustose Moderne galerije i brojne vanjske suradnike, povjesničare umjetnosti, arhitekte i fotografe. Realizacija projekta odvija se u tri dijela određena stilsko-oblikovnim karakteristikama arhitekture: historicizam druge polovice 19. stoljeća, secesija početka 20. stoljeća te moderna arhitektura između dva svjetska rata. Nadalje, svaki dio projekta prolazi kroz više faza: od terenskog i arhivskog istraživanja, fotografiranja, preko obrade i valorizacije prikupljene građe, pripreme materijala za prezentaciju, do izložbe i kataloga te popratnog programa uz izložbu.

Ciljevi projekta i iskustva stečena tijekom priprema i održavanja prve izložbe, kao i odaziv publike, odredili su opseg marketinga i druge izložbe ovoga projekta, stoga je potrebno osvrnuti se na ta prethodna iskustva.

Izložba Moderna arhitektura Rijeke 1918.-1945. održana je od 28. veljače do 15. travnja 1996. godine u Modernoj galeriji u Rijeci. Najavljivana je pismeno medijima u nekoliko navrata potkraj 1995. godine. Početkom 1996. godine predstavljen je promotivni materijal izložbe: kalendar s motivima riječke moderne arhitek-

ture. U grafičkom oblikovanju autorica Vesna Rožman koristila se fotografijama u boji Damira Fabijanića na sivoj podlozi starih razglednica koje prikazuju isti objekt. Tiskan u ograničenoj nakladi u suizdanju Moderne galerije i privatne tvrtke koja je financirala tiskanje, kalendar je, na žalost, imao ograničen domet i učinak u promoviranju izložbe.

Uoči izložbe opširne su obavijesti poslane svim medijima u zemlji i u susjednoj Sloveniji i Italiji, te brojnim specijaliziranim časopisima. Uoči otvorenja održana je konferencija za novinare na kojoj su sudjelovali suradnici MGR, autori tekstova u katalogu.

Pozivnice za izložbu poslane su, osim na uobičajene adrese, i na niz adresa stručnih udruga i pojedinaca u zemlji i inozemstvu. Srednjim i osnovnim školama upućene su posebne obavijesti o temi izložbe, pozivi za organizirane posjete uz stručno vodstvo muzejskog pedagoga, što je Modernoj galeriji uobičajeno.

Oglašavanje kakvo Moderna galerija provodi prigodom održavanja velikih izložaba tom je prigodom pojačano. Dva transparenta postavljena su na najfrekventnija mjesta u gradu: na Kantridi (zapadni prilaz središtu grada) i na Korzu (pješačka ulica u gradskom središtu). Plakati su lijepljeni u nekoliko navrata tijekom trajanja izložbe. Reklamni radio-spot emitiran je dva puta dnevno na lokalnoj radio-stanici (Radio Rijeka). Nekoliko puta objavljeni su oglasi u dnevnim novinama "Novi list". Tijekom trajanja izložbe, svakog četvrtka u programu Radio Rijeke posvećenom kulturi, vođen je razgovor s jednim od autora projekta.

Grafičko oblikovanje pozivnice, plakata i kataloga izložbe povjereno je mladom dizajnerskom timu Bruketa & Žinić. Efektivno rješenje koje koristi fotografiju Damira Fabijanića odredilo je standard, format i vizualni identitet tiskanog materijala i za buduće dvije izložbe. Odabrani motiv pročelja koje se pojavljuje na pozivnici i plakatu paradigma je stila riječke arhitekture. Naslovnica kataloga komunicira trodijelnost projekta. Od tri niza prozora zgrada nastalih u različitim razdobljima, u boji je samo onaj niz na koji se katalog/izložba odnosi.

Tiskana su i dva kompleta razglednica s motivima riječke moderne arhitekture. Prvi s devet fotografija u boji Damira Fabijanića, a drugi s crno-bijelim presnimcima starih razglednica. Pokazalo se da su publici atraktivni samo neki od reproduciranih motiva koji su se učestalije kupovali. Ostatak naklade iskoristit će se, s odgovarajućim pečatom logotipa izložbe, kao ulaznica izložbe secesijske arhitekture. Kada spominjemo prodaju, treba upozoriti na neatraktivnost prodajnog mjesta/pulta u izložbenom prostoru Moderne galerije. Na žalost, nema prostornih mogućnosti za vođenje muzejske trgovine koja bi poticala posjetitelje na kupnju. Izložba je reprezentirala arhitekturu dvodimenzionalnim materijalom. Izvorna arhivska projektna dokumentacija i presnimci starih razglednica postavljeni su u odnos s velikim povećanjima fotografija u boji Damira Fabijanića. Grada je organizirana s obzirom na funkciju objekata, a artikulacija izložbenog prostora Moderne galerije iskorištena je za njezin razdvajanje i naglašavanje tadašnje podjele grada na talijansku Fiume i hrvatski Sušak. Nakon otvorenja uočeni su nedostaci u dizajnu izložbe. Karte i planovi grada s ucrtanim lokacijama objekata kao i dodatni natpisi

olakšali bi komunikaciju s izloščima. Zbog opsežnosti kataloga i težnje da kvaliteta bude što bolja, tiskanje kataloga dovršeno je nakon otvorenja izložbe (što je izniman slučaj u djelovanju MGR-a). Naknadna prezentacija kataloga iskorištena je za oživljavanje interesa medija za izložbu, kao i za dodatni poziv publici da posjeti izložbu.

Najveća nepoznanica ove izložbe bila je upravo publika. Koja će publika komunicirati s ovakvom izložbom i kako će komunicirati? Hoće li moći odčitati neke od poruka naznačenih ciljevima projekta?

Zanimanje one malobrojnije stručne publike bilo je očekivano jer je izložba prvi put sustavno prezentirala međuratnu arhitekturu grada, od koje je ona u talijanskom dijelu bila do tada gotovo u potpunosti neistražena. Ono je potvrđeno je na stručnom skupu (održanom potkraj izložbe) koji je okupio povjesničare umjetnosti i arhitekte iz Hrvatske, Slovenije i Italije. Potvrđeno je i prijenosom dijela izložbe u zagrebački Muzej arhitekture, kao i na razgovoru u prostorijama Društva arhitekata Zagreba, u brojnim stručnim prikazima.

No, iznenadio je odziv široke publike! Izložba se pokazala iznimno dobrim "proizvodom", zanimljivom i komunikativnom (i unatoč navedenim nedostacima) različitim kategorijama publike, čitljivom na različitim razinama. Javno vodstvo suradnika projekta pružilo je zainteresiranima dodatna tumačenja i interpretaciju građe.

U praksi se pokazao edukativni potencijal izložbe. Vodstvo muzejskog pedagoga bilo je moguće koncipirati u skladu s dobi posjetitelja, predznanjem i u korelaciji s nastavnim programima i predmetima pojedinih škola.

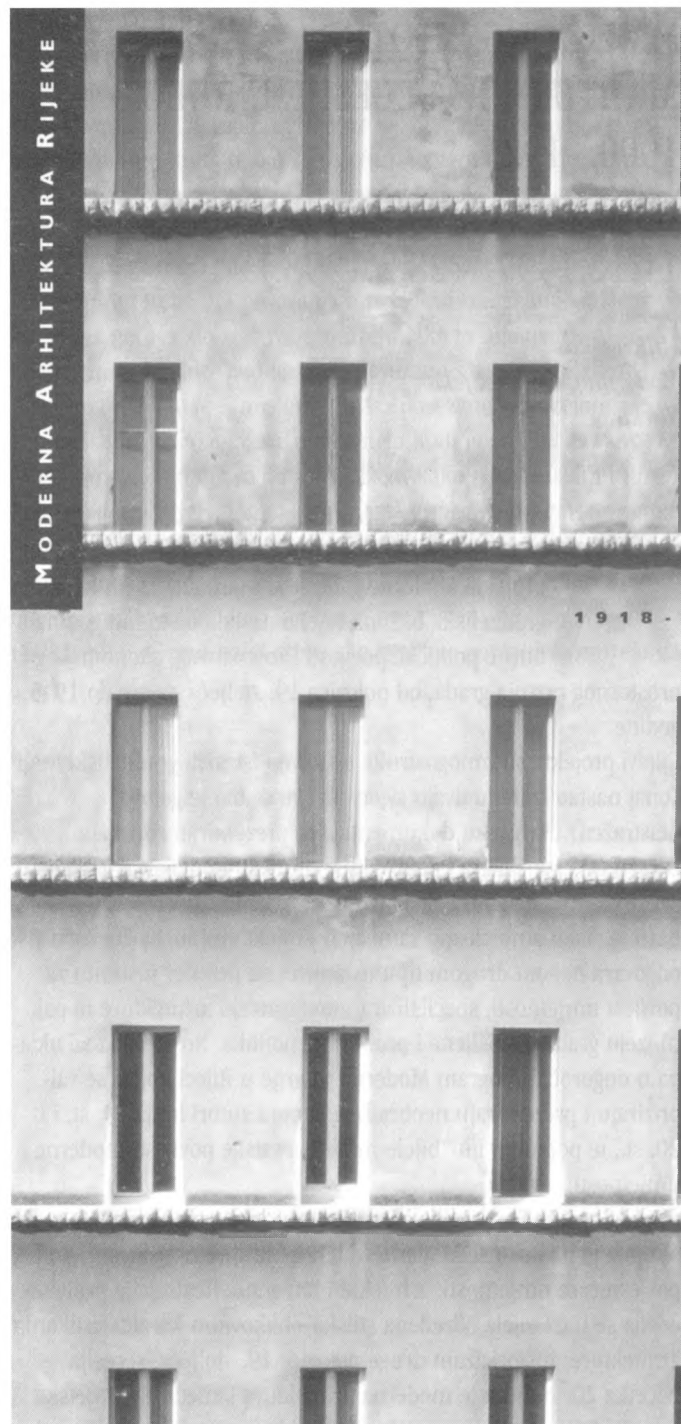
Uza sve navedene oblike oglašavanja i promocije izložbe i njenih sadržaja zasigurno je i "usmena predaja" imala značajnu ulogu u posjetu i odzivu publike. Uostalom, o dobrom i zanimljivom proizvodu se uvijek priča...

Na takvu iskustvu temelji se i strategija promocije druge izložbe, privlačenja publike i povećanja posjeta. Različiti elementi i postupci marketinga koriste se i usmjeravaju određenim kategorijama publike. Izložbu treba popratiti dodatnim programima razrađenim s obzirom na ciljanu publiku. S namjerom da se s izložbom, katalogom i temom izložbe upozna što veći broj potencijalnih posjetitelja, pripremljen je deplijan, sažeta informacija ilustrirana fotografijama u boji.

U stalnom terminu bit će organizirana vodstva po izložbi. Prema posebnom programu odvijat će se razgovori i predavanja suradnika na projektu / autora tekstova u katalogu. Serija njihovih kratkih tekstova objavit će se "Novom listu", razgovori u lokalnim dnevnim novinama "Dnevniku" te jednom tjedno i na Radio Rijeci u emisiji o kulturi. U pripremi je prezentacija izložbe i djelatnosti Moderne galerije na Internetu.

Edukativni potencijal izložbe iskoristit će se za razradu i primjenu "obrazovnog paketa" raznolikog programa primjerenog različitoj dobi. Program je već najavljen na sastanku ravnatelja srednjoškolskih ustanova Primorsko-goranske županije, a bit će ponuđen predškolskim i školskim ustanovama u gradu i okolici.

Stručnoj publici zainteresiranoj za temu, izložbu je najavila



Pozivnica za prošlogodišnju izložbu *Moderna arhitektura Rijeka (1918. - 1945.)*

voditeljica projekta Daina Glavočić, kustos Moderne galerije, na međunarodnom skupu Secesija u Hrvatskoj, održanom u Osijeku, u listopadu 1997.

Također je već dogovoren prijenos i razmjena izložaba. Tema riječke secesijske arhitekture bit će u Rijeci proširena izložbom Aladar Vladimir Baranyai koju je priredila Jasna Galjer, kustos MUO-a iz Zagreba. Muzej za umjetnost i obrt prikazat će izložbu Arhitektura secesije u Rijeci zagrebačkoj publici. Pismena najava i kratka informacija o izložbi bila je dostupna publici u Pokrajinskome muzeju u Celju, gdje se tijekom rujna i listopada održavala Baranyaijeva izložba. Obilježavanje stote obljetnice

osnutka Bečke secesije iskoristit će se u medijskim najavama izložbe riječke secesijske arhitekture. Sve pismene informacije i korespondencija secesijske arhitekture Galerije odvija se na memorandumima i kuvertama s otisnutim logom izložbe (dizajn V. Rožman).

Projekt, odnosno prvi njegov dio (izložba i katalog Moderna arhitektura Rijeke) realiziran je financijskim sredstvima osnivača ustanove - Grada Rijeke (3/4 budžeta). Moderna galerija svojim prihodima i uštedama te Zaklada Otvoreno društvo osigurali su ostatak (po jednu osminu ukupnog budžeta izložbe).

U slučaju druge izložbe bilo je potrebno pronaći, uz sredstva koja osigurava grad Rijeka, dodatne izvore financiranja. Sustavna akcija traženja sponzora/pokrovitelja prvi put je povjerena profesionalnoj agenciji za marketing (Efekt). U traženju potencijalnih sponzora računalo se ponajprije na one tvrtke koje s izložbom imaju nešto zajedničko i konkretno - secesijsku zgradu u kojoj su smještene sjedišta ili poslovnice tvrtki, a koja je obrađena u katalogu i prezentirana na izložbi. Ozbilnost projekta demonstrirana im je reprezentativnim katalogom. Na temelju sponzorske sheme određene su obveze i prava sponzora. Usprkos početnim dvojabama i poteškoćama, sponzori su osigurani, a neki od njih čak zainteresirani za buduću suradnju.

Uz pronalaženje sponzora, agencija je u sklopu marketinške strategije naznačila niz elemenata marketinga koji bi agresivnije promovirali izložbe. Neki od njih, već primjenjivani u praksi Moderne galerije, ovom će prigodom biti pojačani. Uz plakate i transparente (standardnog formata - B1), izložba će prvi put biti reklamirana jumbo-plakatima. Tiskani crno-bijelo, u najmanjoj mogućoj nakladi, besplatno su postavljeni (donatorstvo!) na 4 plakatna mjesta u Istri (2 na cesti Pula-Trst), a od 1. do 31. prosinca bit će postavljeni i na 4 mjesta u Rijeci. Predloženo je tiskanje kalendara, razglednica te prvi puta izrada majica, platnenih torbi, rokovnika i kemijskih olovaka sa znakom i nazivom izložbe.

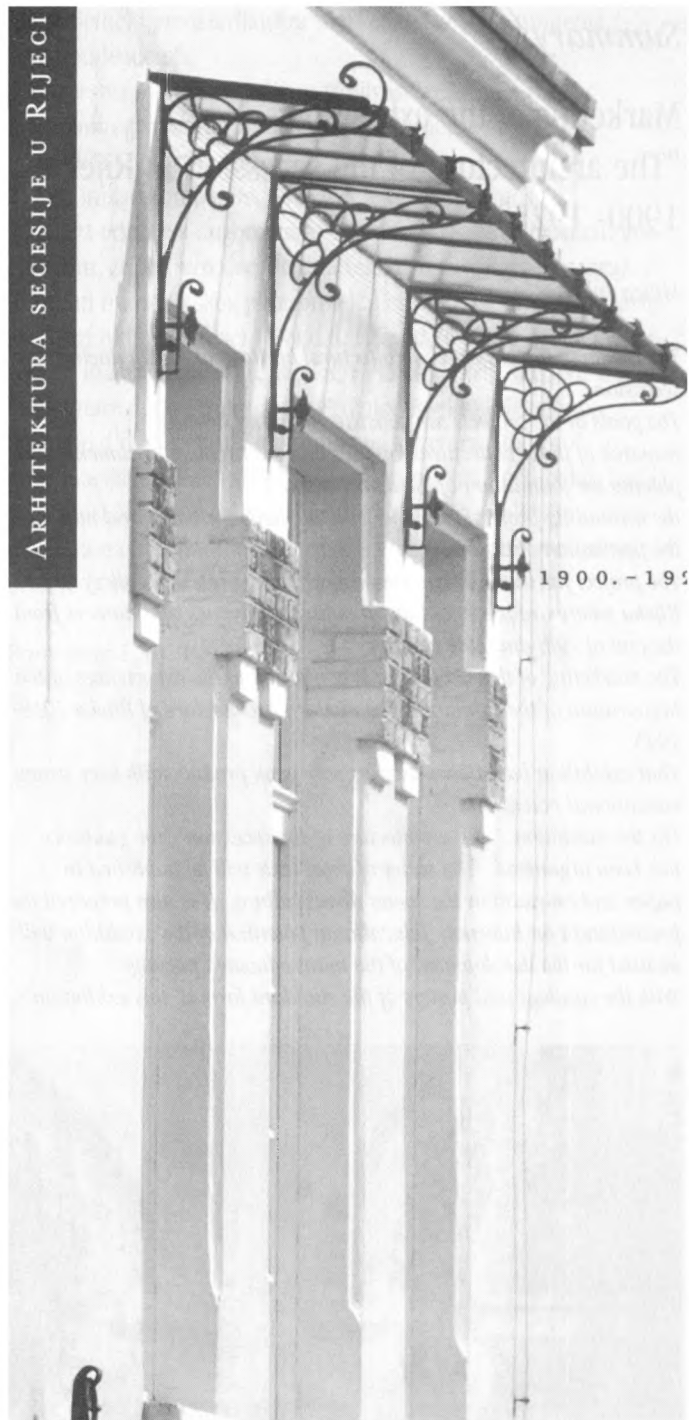
Zajednička iskustva MGR-a i marketinške agencije Efekt, koja se također prvi puta našla u poziciji između ciljeva, zahtjeva i navika muzeja kao neprofitne ustanove i potencijalnih sponzora te publike, mogla bi biti dragocjena za planiranje marketinga budućih velikih izložaba Moderne galerije.

Ovaj prikaz nastaje u vrijeme pripreme izložbe. Preciznije: od otvorenja izložbe Arhitektura secesije u Rijeci dijeli nas (samo) 15 dana.

Dnevni ritam Galerije sve se više zahuktava. Postupno izranjaju prvi konačni oblici: pozivnice, deplijan, plakat, jumbo-plakat. S nestrpljenjem se očekuje završetak tiskanja kataloga. Radi se na postavu i dizajnu izložbe. Potrebno je razraditi programe koji će pratiti izložbu, organizirati njihovu realizaciju.

Do otvorenja predstoje najave izložbe u medijima. Prva novinarska konferencija je održana, druga će biti dan prije otvorenja.

Od nečega se moralo odustati. Za tiskanje kalendara i razglednica nije pronađen financijer. Još je nepoznanica konačna realizacija majica i suvenira. Propušteno u ranijim pripremanja nastoji se nadoknaditi. Uspješnost priprema, omjer planiranoga i očekivanoga i onoga ostvarenoga bit će moguće analizirati tek nakon nekoliko mjeseci.



Pozivnica i jumbo plakat za izložbu "Arhitektura secesije u Rijeci 1900.-1925."

Summary:

Marketing of the exhibition

"The architecture of the secession in Rijeka 1900- 1925"

Milica Đilas

The theme of the project is architectural heritage of Rijeka during the secession.

*The goals of the projects are consisted of many strands:
research of the architectural fondues and the archives documentation
placing the foundation of the valorization
the animating professional and wide publicity for value and need of
the prevention of the heritage*

The project fits in the long term program of the modern gallery in Rijeka where are presented the uncultivated themes and authors from the end of 19th and 20th century.

The marketing of this exhibition is connected to the experiences of the preparation of the exhibition The modern architecture of Rijeka 1918-1945.

That exhibition has shown itself as very good product with very strong educational potential.

For the exhibition "The architecture of the secession" the guidance has been organized. The series of short texts will be published in paper and on radio in the shows about culture. It is also prepared the presentation on Internet. Educational potential of the exhibition will be used for the development of the main educated package.

With the catalogs and posters of the standard format, this exhibition

will be also presented on jumbo posters. It will be printed in black and white technique and published in small edition. It is suggested to print calendars, postcards, T-shirts, bags, notebooks and pens with the logo of the exhibition.

Common experiences of The modern gallery Rijeka and the marketing agency can be very precious for the planning of future marketing big projects of the modern gallery.

Considering that the preparation of this exhibition is still in progress, we will not talk about the results few more months.



Detalj s deplijana, Emilio Ambrosini, Hotel Royal, 1906., (Korzo 9)