



Dunja Ivana Ballon: Kao programska direktorica **Dana komunikacija** poslušala sam sva predavanja, pa i pored toga u Rovinju neću propustiti nijedno!

This article is also available in: [English](#)

Razgovarao: Ekrem Dupanović

Dunja Ivana Ballon, izvršna direktorica **HURA-e**, na čelu je tima koji radi na organizaciji **Dana komunikacija** što će se od 12. do 15. travnja održati u Rovinju. Dunja je ujedno i programska direktorica DK. Intervju koji je pre vama, nastajao je tokom noći sa nedjelje na ponedjeljak. Vjerovatno zadnja stvar koju je Dunja željela dobiti mailom u nedjelju su pitanja *Media Marketinga*. Hrabro je to podnijela i sa nama podijelila last minute informacije.

Media Marketing: **Dani komunikacija** ove godine rastu po svim parametrima (broj prijavljenih učesnika i broj prijavljenih radova). **Zadovoljni?**

Dunja Ivana Ballon: Da! Zadovoljna, sretna, ponosna i istovremeno uzbuđena, jedva čekam da festival počne! No nije bilo lako... znate kako to ide, kada su rezultati dobri, svi misle da je lagano, ali u fazi planiranja mi nije bilo nimalo svejedno. Prošle godine smo nadmašili rezultat prethodne za 50% pa je samo dostizanje tog rezultata bilo izazovno, pogotovo u kontekstu krize *Agrokora*, činjenice da se ove godine festivali u regiji preklapaju terminom zbog Uskrsa i drugih okolnosti... Sve u svemu, zaista sam jako zadovoljna.

Media Marketing: Sa osmatračnice izvršne direktorice **HURA-e** imate najbolji pregled hrvatske oglašivačke scene. **Kakav je dojam? Raste li i razvija se? I da li je, zapravo, rast Dana komunikacija odraz rasta industrije?**

Dunja Ivana Ballon: Ponovno vlada optimizam. Bit će zanimljivo vidjeti kako će tehnologija utjecati na inovacije u našoj industriji. Pitam se koliko će se ona promijeniti u idućih nekoliko godina, a ovaj pogled u budućnost želimo ponuditi na **Danima komunikacija**.

Media Marketing: Zanimljiv je podatak da je značajno porastao broj prijave za Young Lions. Znači li to da mladi



dolaze, da hrvatsko oglašavanje ne treba brinuti za svoju budućnost?

Dunja Ivana Ballon: Ove godine natječe se 30 timova s čime smo ostvarili 58-postotni porast u odnosu na prošlu godinu. Ovo je treća godina kako organiziramo ovo natjecanje pa smo učili iz iskustva (da ne kažem pogrešaka, i uspjeha), puno smo radili na njegovoj reputaciji, osvježili smo natjecanje uvođenjem kategorije za medijaše, a istovremeno smo ga organizirali u Zagrebu (umjesto u Rovinju). Tim potezom smo zgrabili u vlastiti budžet te ga odlučili investirati u mlade profesionalce i natjecanje. Ovo je samo jedna od inicijativa koje provodimo u želji da podržimo mlade talente u industriji.

Media Marketing: Program je odličan, ima dosta zanimljivih predavača. Koje predavanje vi ne želite propustiti?

Dunja Ivana Ballon: Smijem li reći niti jedno? □ Naime, imam tu privilegiju da mi je kao autoru programa u opisu posla poslušati sva predavanja. Diskutirat ćemo o različitim praksama pa na oglašivačkom festivalu otvaramo dijalog sa, ni više ni manje, nego – *AdBlockom*. Dolaze nam kreativci svjetskog glasa poput jednog od najnagrađivanijih kreativnih direktora na svijetu, donedavno glavnog kreativnog direktora velike agencije *Ogilvy China*, **Graham Fink** i **Morag Myerscough**, koju je *Design Week* proglasio jednom od 10 najboljih dizajnerica u posljednjih 100 godina. **Susan Credle**, jedna je od najutjecajnijih žena u industriji (globalno) koja je osmislila legendarne animirane M&M bombone, a njezino predavanje nikoga neće ostaviti ravnodušnim. **Alemsah Ozturk** govorit će o agencijskoj kulturi, **James Kirkham** (bivši globalni šef Leo Burnetta za social i mobile koji je šest puta za redom predavao u Cannesu!), o sportskom marketingu, **Oliver Kibblewhite** o korištenju virtualne stvarnosti za brendove, a **Steve Lok** koji vodi *MarTech* prestižnog *The Economist* proglasit će rat GDPR-u. Upoznat ćemo *iPhoneovu Siri* (**Susan Bennett** koja je bila originalni glas Siri), a govorit ćemo i o *Aidi*, AI-u kojeg jedna od najvećih skandinavskih banaka koristi za komunikaciju s klijentima. Dolaze nam i neki od najnagrađivanijih stručnjaka za odnose s javnošću, koji su predsjedavali međunarodnim žirijima za PR i osvajali nagrade za najbolje agencije, prema *Holmes reportu* – **Gabriela Lungu** i **Hermes Holm**. Potpuno neuobičajeno predavanje održat će **Mr. Bingo**, vrhunski ilustrator i *troll for hire*. Puno pozornosti privući će i čovjek koji je na najvišoj kreativnoj poziciji u *Twitteru*, **Jayanta Jenkins** te **Kodi Foster**, potpredsjednik za podatkovne strategije šestog najvećeg medijskog konglomerata na svijetu koji stoji iza filmova poput *Iron man*, *Titanic* ili TV kanala poput *MTV-a* i *Comedy Channel-a* – *Viacoma*.

Svako od ovih predavanja jedinstveno je, važno, korisno i inspirativno, no bez premca, ne bih propustila poslušati čovjeka kojeg mogu pitati je li online oglašavanjem donio prevagu na američkim izborima – **Brada Parscalea**. Zbog toga što je bio direktor za digitalne medije **Trumpove** kampanje, želim ga pitati o *Cambridge Analytici* i *Facebooku*, ali isto tako što misli o GDPR-u. Budući da je nedavno imenovan za voditelja **Trumpove** kampanje za 2020. godinu (zbog čega se u jednom trenutku činilo izglednim da će morati otkazati gostovanje, što smo na kraju izbjegli), on će svakako biti najviše high-profile gost festivala s najzapaženijim nastupom.

Osim stranih sadržaja imamo puno domaćih tema – brojne radionice i seminare za studente, naše poznate pive poslije programa (PPP), prezentacije mladih lavova, **Effic** finalista, a od ove godine i pobjednike Grand Prix natjecanja u organizaciji *HUOJ-a* koji će se predstaviti na festivalu. Novi format koji smo uveli su debate, a imat ćemo ih dvije. Uz sve to i nekoliko različitih predavanja, panela i diskusija s domaćim stručnjacima. Navečer ćemo proglasiti najbolje od najboljih u domaćoj industriji – najefikasnije i najkreativnije, online i offline, oglašivače i agencije...

Program se odvija tijekom tri dana u tri dvorane, ali smo se potrudili da u svakom trenutku bude jednako atraktivan te da sudionici mogu na najbolji način iskoristiti svoje vrijeme na festivalu.

Media Marketing: Kome se želiš posebno zahvaliti za podršku ove godine? Spozorima, partnerima, saradnicima?

Dunja Ivana Ballon: Organizacija festivala je slagalica s tisuću dijelova. Zajedno s organizacijskim odborom festivala odredimo okvire. Naš vrijedni tim brine se da besprijekorno posloži sve dijelove, a kvaliteta naravno ovisi i o podršci naših sponzora kojima svi dugujemo veliko hvala što pomažu naš festival i našu industriju. Najradije bih se ovdje raspisala i poimence nabrojala sve koji su nam pomogli u ovom pothvatu pa i budem. Krenut ću od mojih vrijednih djevojaka u HURA-i **Ive Pavelić** i **Silvije Kovačić**, do producenata **Lare Stolnik** i **Damira Stupnišeka**, zatim braće **Matošić** koji brinu za tehniku i setup u Rovinju, uz pomoć **Damjana Gebera** iz *Brigade* te **Kristine Gotovac**, **Igora Živkovića**, **Manje Žutić**, **Luke Maričića**, **Ivane Josipović** i njihovih kolega iz naših agencija članica *BBDO*, *OMD*, *Komunikacijski laboratorij*, *iZone* i *web.burza*, koje su se uhvatile u koštac s komunikacijom i kampanjom festivala. Naše pojačanje posljednjih tjedana su **Jelena Babić** te studenti **Lana Stjepanović** i **Matko Perić**. Nije bilo lako ni kolegama u organizacijskom odboru – **Janu Jileku**, **Damiru Ciglaru**, **Andeli Buljan Šiber**, **Slavenu Fischeru**, **Nikoli Žiniću**, **Andreji Šumanovac**, **Andreji Šimac** te naravno predsjedniku **HURA-e**, **Davoru Bruketi**. Svi smo uložili puno truda u ovaj projekt pa dodite na *Dane komunikacija*, popijte kavu s nama u sunčanom Rovinju, družite se s kolegama i sami prosudite o predavanjima koja smo pripremili za vas. Vidimo se uskoro!