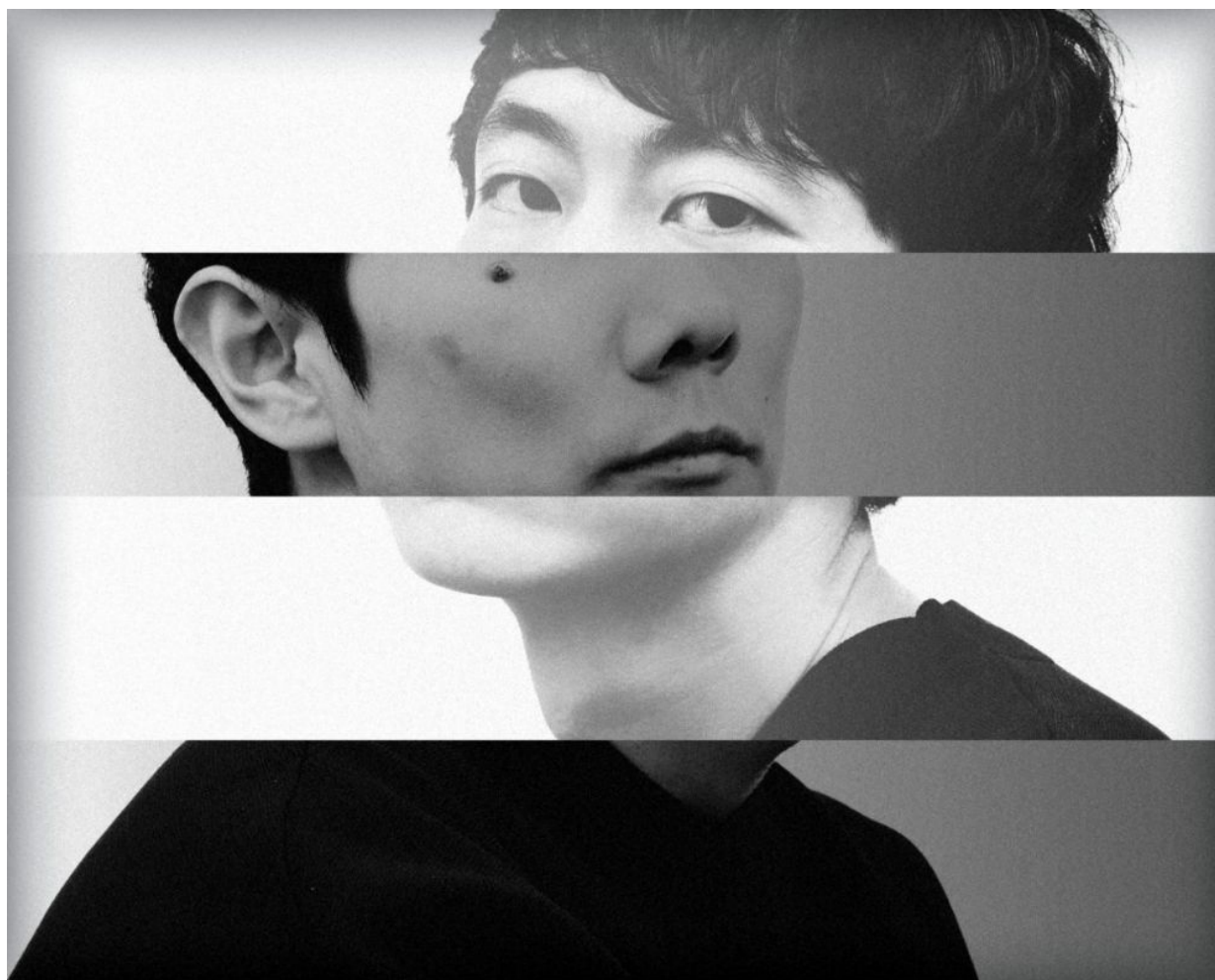


U Rovinj stiže najbolji kreativac dalekog Japana

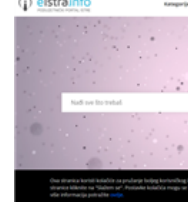


Kako zadržati autentičnost u predavanju Don't Let 'Purpose' Ruin Our Industry u Rovinju otkrit će Toshihiko Tanabe, jedan od vrhunskih kreativaca današnjice!

Impresivni portfelj njegovih kreativnih kampanjakoje obilaze svijet uključuje rad za brendove poput Toyote, Red Bulla, Lexusa i PlayStationa, pa čak i Madonne, a japanski kreativni kolektiv okrunio ga je moćnom titulom Creative person of the year – on je Toshihiko Tanabe i od 20. do 23. travnja 2023. pridružit će se našoj zajednici komunikacijske industrije na [Danima komunikacija](#) u rovinjskom Loneu!

Rođen u Tokiju i odrastao u sedam različitih zemalja diljem svijeta, Tanabe je poznat po izvanrednim projektima. Kao kreativni direktor Dentsua, pete najveće mreže kreativnih agencija na svijetu, pokazao je kako osnaživati brendove spektrom metoda kreativnosti, a ujedno i uspješno ostvarivati zacrtani cilj, koji glasi – „Svojim radom nadidite puko oglašavanje". Tu misiju danas nastavlja u vlastitoj kući tsuzuku, koja je strelovitim usponom vrlo brzo postala najnagrađivaniji tim kreativnih direktora u Tokiju!

U današnjem svijetu, kada je doprinos boljem društvu prioritet na popisu brendova koji žele uspjeti, svrhovitost je primarni način povezivanja s publikom. Međutim, tvrdi Tanabe, „Potrošači vrlo lako prozru lažne nanjere'. Površne kampanje u najboljem se slučaju ignoriraju, a u najgorem slučaju aktivno štete brendu." Stoga će u svom predavanju naziva Don't Let 'Purpose' Ruin Our Industry svima prisutnima u Rovinju rasvijetliti kako zadržati autentičnost i pritom igrati aktivnu ulogu u stvaranju boljeg svijeta – bez kompromisa kada je riječ o kreativnosti komunikatora.



Za njegov uspjeh uvelike je zaslužan i holistički pristup kreativnom stvaralaštvu: od PR-a preko društvenih mreža i influencer marketinga do filma, mogućnosti su beskrajne. Bilo da je riječ o osmišljavanju poslovnih modela za nadolazeće pothvate, stvaranja glazbenog festivala za Red Bull ili dizajniranja slušalica za Bose, koje su bile rasprodane u samo nekoliko dana, ovaj vrhunski kreativni um svakim novim projektom pokazuje da s njim uvijek treba – očekivati neočekivano.

Poznati po postavljanju nekonvencionalnih pitanja i potrazi za nesvakidašnjim odgovorima, **Dani komunikacija**, festival tržišnoga komuniciranja i kreativnosti koji okuplja nekoliko tisuća sudionika, svake godine pružaju neponovljiva iskustva i okupljaju najzanimljiviju zajednicu tržišnih komunikacija. Nakon [Edwarda Snowdena](#), koji će se sudionicima festivala pridružiti videolinkom, evanđelista, vizionara i rock-zvijezde tehnološkoga svijeta [Jamesa Whitakera](#), [Munise Can](#), strateške stručnjakinje koja brendovima pomaže zacrtati put do sigurnog uspjeha; te Toshihika Tanabea, uslijedit će najave brojnih drugih zanimljivih sudionika.

Svi kreativci, marketingaši, digitalci, mediji i drugi komunikatori koji se i ove godine žele naći u društvu domaćih i svjetskih tržišnih lidera informacije o sudjelovanju mogu pronaći na www.danikomunikacija.com

(I: **Dani Komunikacija**)