



Dani komunikacija posvećeni svetskim trendovima i izvoznom potencijalu

12 feb



REGION – Četvrto izdanje „Dana komunikacija“, hrvatskog nacionalnog festivala oglašavanja, održaće se od 14. do 17. aprila u rovinjskom hotelu Lone u organizaciji HURA-e i IAB-a.

Ovogodišnji Dani komunikacija nude bogat program koji uključuje predavanja vrhunskih svetskih stručnjaka, predstavljanje aktuelnih svetskih trendova, otkrivanje tajni najuspešnijih komunikacijskih kampanja kao i brojne rasprave, radionice i takmičenja. Posebna novost ovogodišnjih dana komunikacija je platforma „Export Stage“ u kojoj će investitor i preduzetnik Nenad Bakić razgovarati s predstavnicima hrvatske kreativne industrije koji su svoje proizvode i usluge uspeli izvesti izvan granica Hrvatske.

„Ove godine osim vrhunskih stranih predavača po čemu su Dani komunikacija regionalno prepoznati, želeli smo ukazati na uticaj koji kreativne industrije imaju na hrvatsku privredu kao i na njihov snažan izvozni potencijal. Studija sprovedena od strane Ekonomskog instituta u Zagrebu pokazala je da kulturne i kreativne industrije, čiji sastavni deo čini i industrija oglašavanja i tržišnog komuniciranja ostvaruju 2,3 odsto bruto nacionalnog dohotka. Ovaj industrijski sektor izuzetno je otporan na ekonomsku krizu i zapošljava više od 42 hiljade ljudi odnosno 3% ukupno zaposlenih u zemlji. Istraživanje koje smo sproveli među članicama HURA-e pokazalo je da 91% naših članica već izvozi svoje usluge i proizvode. S obzirom na navedene podatke oglašivačka industrija pokazuje veliki potencijal da postane snažan izvozni proizvod i to bi svakako trebalo podržati“, izjavio je Davor Bruketa, predsednik Uprave HURA-e, suorganizator Dana komunikacija.

Na Danima komunikacija po prvi puta će se održati takmičenje za mlade agencijske profesionalce pod nazivom „Young Lions“, koji je deo globalnog takmičenja u sklopu kanskog festivala. „Ovo takmičenje jedinstvena je prilika za mlade kreativce do 30 godina da se dokažu na nacionalnoj, a potencijalno i svetskoj lestvici. Njihov je zadatak da u roku od 24 sata osmisle kampanje u kategorijama print, cyber i design, odnosno 48 sati za kategoriju film. Najbolji od 4 porednička tima nagradićemo putovanjem na CannesLions 2016. Kampanje se kreiraju za neprofitne, humanitarne ili organizacije civilnog društva, kojima će se materijali dati na korištenje bez naknade, što predstavlja veliku dodatnu vrednost ovog projekta.“, izjavio je Jan Jilek, predsednik IAB-a, suorganizator festivala.

Više informacija pročitajte na sajtu HURA-e.