



ČETVRTI DANI KOMUNIKACIJA ODRŽAT ĆE SE U ROVINJSKOM HOTELU LONE U OD 14. DO 17. TRAVNJA

Festival oglašavanja u znaku izvoznog potencijala Hrvatske

Ovogodišnji Dani komunikacija nude bogat program, koji uključuje predavanja vrhunskih svjetskih stručnjaka, predstavljanje aktualnih svjetskih trendova, otkrivanje tajni najuspješnijih komunikacijskih kampanja kao i brojne rasprave, radionice te natjecanja

PIŠE Borka PETROVIĆ

ROVINJ - Četvrto izdanje Dana komunikacija, nacionalnog festivala oglašavanja, održat će se od 14. do 17. travnja u rovinjskom hotelu Lone, u organizaciji HURA-e (Hrvatskog udruženja društava za tržišno komuniciranje) i IAB-a, neprofitne udruge za interaktivni marketing. Ovogodišnji Dani komunikacija nude bogat program, koji uključuje predavanja vrhunskih svjetskih stručnjaka, predstavljanje aktualnih svjetskih trendova, otkrivanje tajni najuspješnijih komunikacijskih kampanja kao i brojne rasprave, radionice te natjecanja.

Preko 1.500 sudionika

Posebna novost ovogodišnjih dana je, kako je najavljeno na predstavljanju manifestacije u Zagrebu, platforma Export Stage, u kojoj će investitor i poduzetnik Nenad Bakić razgovarati s predstavnicima hrvatske kreativne industrije, koji su svoje proizvode i usluge uspjeli izvesti izvan granica Hrvatske. Na ovogodišnjim Danima očekuje se, kako je najavljeno, preko 1.500 sudionika iz Hrvatske i regije, za koje su organizatori pripremili mnoštvo popratnih sadržaja, poput koncerata, izložbi i brojnih drugih prilika za neformalna druženja.



S predstavljanja Dana komunikacija 2016.



Yousef Tuqan, jedan od najiskusnijih tehnoloških poduzetnika Bliskog istoka i Sjeverne Afrike

I ove godine svi zainteresirani studenti do 26 godina starosti dobivaju besplatnu kotizaciju uz predočenje indexa.

- Ove godine osim vrhunskih stranih predavača, po čemu su Dani komunikacija regionalno prepoznati, željeli smo ukazati na utje-

caj koji kreativne industrije imaju na hrvatsko gospodarstvo kao i na njihov snažan izvozni potencijal. Studija provedena od strane Ekonomskog instituta u Zagrebu je pokazala da kulturne i kreativne industrije, čiji sastavni dio čini i industrija oglašavanja i tržišnog

Ovaj industrijski sektor izuzetno je otporan na gospodarsku krizu te zapošljava više od 42 tisuće ljudi, odnosno tri posto ukupno zaposlenih u zemlji

komuniciranja, ostvaruju 2,3 posto bruto nacionalnog dohotka.

Ovaj industrijski sektor izuzetno je otporan na gospodarsku krizu te zapošljava više od 42 tisuće ljudi, odnosno tri posto ukupno zaposlenih u zemlji. Istraživanje koje smo proveli među članicama HURA-e je pokazalo da 91 posto naših članica već izvozi svoje usluge i proizvode. S obzirom na navedene podatke, oglašivačka industrija pokazuje velik potencijal da postane snažan izvozni proizvod i to bi svakako trebalo podržati, izjavio je Davor Bruke-

ta, predsjednik Uprave HURA-e i suorganizator Dana komunikacija.

Kako je naglašeno, na Danima komunikacija po prvi put će se održati i natjecanje za mlade agencijske profesionalce pod nazivom Young Lions, koji je dio globalnog natjecanja u sklopu kanskog festivala.

- Ovo natjecanje jedinstvena je prilika za mlade kreativce do 30 godina da se dokažu na nacionalnoj, a potencijalno i svjetskoj razini. 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 četiri pobjednička tima nagradit ćemo putovanjem na CannesLions 2016. Kampanje se kreiraju za neprofitne, humanitarne, ili organizacije civilnog društva, kojima će se producirani materijali dati na korištenje bez naknade, što predstavlja veliku dodatnu vrijednost ovog projekta, izjavio je Jan Jilek, predsjednik IAB-a, suorganizator festivala.

Za mlade profesionalce

Sudionike Dana komunikacija očekuju predavanja vrhunskih komunikacijskih stručnjaka koji dolaze s renomiranih svjetskih festivala Cannes Lions i Eurobest. Među predavačima ističe se Yousef Tuqan Tuqan, jedan od najiskusnijih i najcjeljenijih tehnoloških poduzetnika Bliskog istoka i Sjeverne Afrike. Na svom predavanju Arabs Be Like - vodič kroz moderni Bliski istok pružit će dubinski pogled na život modernog Arapa, kao i na to kako regionalni i globalni brendovi (ne)uspjevaju povezati se sa svojom publikom. Tom Theys, izvršni dopredsjednik globalne strategije agencije FBC i jedan od vodećih stratega marketinške industrije današnjice na predavanju Promjena ponašanja je nova crna (i zlatna) pokazat će da tajna uspjeha kreativnih i efektivnih kampanja leži u promjeni ponašanja potrošača.

Rogier Vijverberg izvršni je kreativni direktor i suosnivač međunarodne agencije SuperHeroes, čija je glavna misija spasiti svijet od dosadnih reklama. Višestruko je nagrađivani digitalni doajen koji je radio za velike svjetske brendove, kao što su LG, Diesel, Converse, ASUS i Coca-Cola. Na Danima komunikacija govorit će o tehnološkim idejama koje spašavaju svijet od dosade i dodaju humanost inovacijama.