



“ **Davor Bruketa**, predsjednik Uprave HURA-e, najavljuje Dane komunikacija koji okupljaju oglašivačku kremu regije

Misija nam je pronalazak za izvoz, tu se skriva prilika

MARTA DUIĆ
 marta.duic@poslovni.hr

U tri dana trajanja festivala, više od 12 predavača iz svijeta i regije upoznat će nas s novostima oglašivačkog svijeta

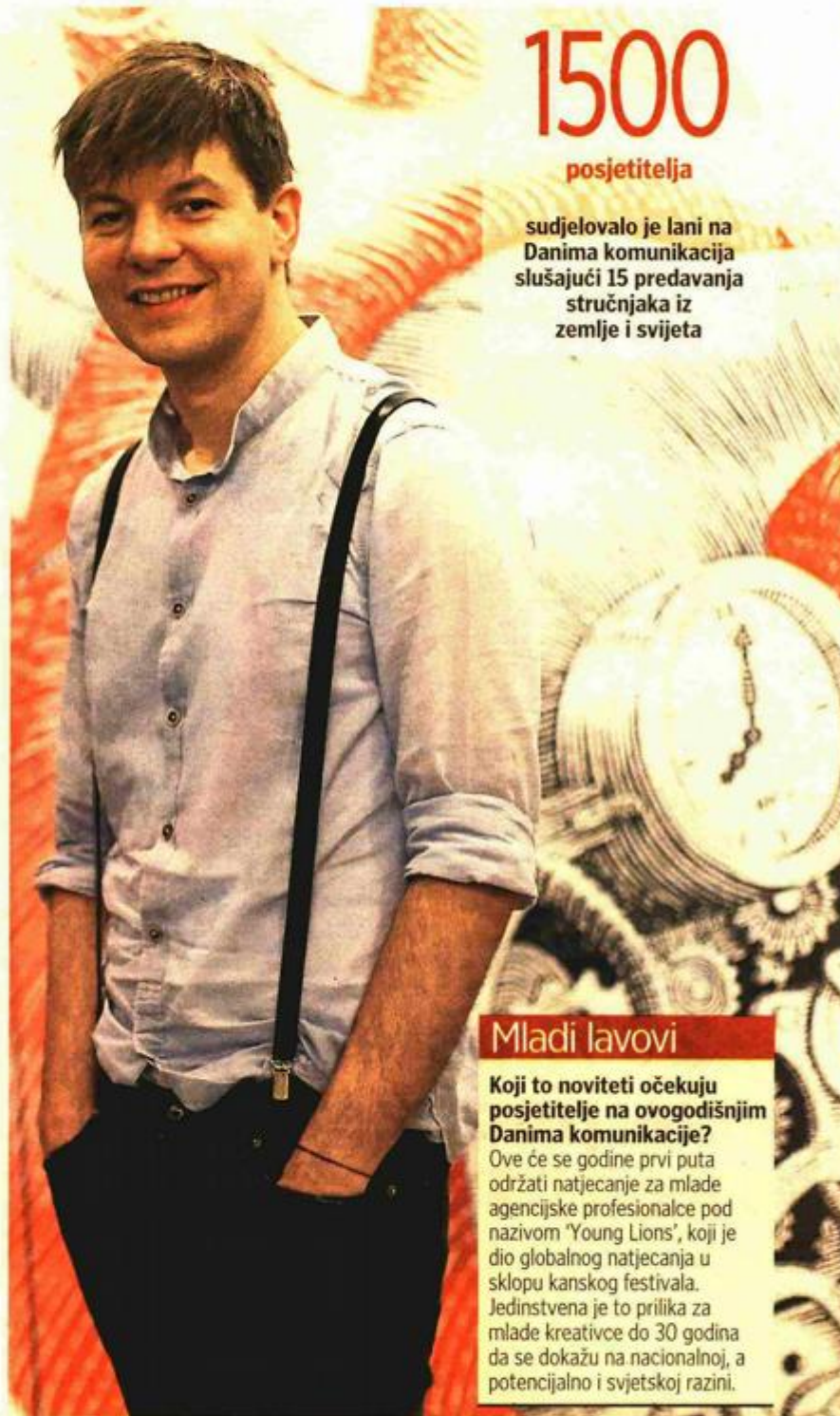
Davor Bruketa, predsjednik Uprave Hrvatskog udruženja društava za tržišno komuniciranje (HURA) govori, o novitetima na Danima komunikacija, objašnjava koji su im ovogodišnji ciljevi, što posjetitelje očekuje i koja se predavanja posebno ističu. Prošlogodišnje Dane komunikacija posjetilo je više od 1500 posjetitelja iz cijele regije, a ove godine kroz tri dana festivala moći će se poslušati 12 predavača iz svijeta i regije te će posjetitelji imati priliku upoznati se s novostima oglašivačkog svijeta.

Možete li usporediti prošlogodišnje Dane komunikacije s ovogodišnjima? Ovogodišnji Dani komunikacija nastavljaju tradiciju dosadašnjih kroz kvalitetu predavača. Obišli smo najvažnije svjetske festivale tržišnih komunikacija poput Cannes Lionsa i Eurobesta te selektirali neke od relevantnijih predavača. Oni će donijeti vijesti iz globalne oglašivačke industrije u Rovinj.

Primjećujemo da posljednjih godina zbog kvalitete predavanja dolazi sve više posjetitelja iz susjednih zemalja.

Koja vam je bila glavna misao vodilja za ovogodišnje Dane komunikacija? Potreba domaće industrije je da prođe puteve za izvoz na inozemna tržišta, gdje vidimo prostor za rast. Godina 2015. je bila godina rasta industrije u Hrvatskoj i već sada je ona najjača u regiji prema brojkama. Dijelit ćemo znanja i iskustva onih koji izvoze kako bi cijela branša više izvozila i pridonijela razvoju zajednice u kojoj djelujemo. Organizirat ćemo takozvani 'Export Stage' na kojemu će Nenad Bakić razgovarati s agencijama koje su pronašle modele za funkcioniranje na vanjskim tržištima.

Koja su predavanja na Danima komunikacija posebno važna i zašto? Među predavačima na ovogodišnjim Danima komunikacija ističe se Yousef Tuqan Tuqan, jedan od najiskusnijih i najcjepjenijih tehnoloških poduzetnika Bliskog Istoka i Sjeverne Afrike. Na svom predavanju 'Arabs Be Like –



1500
 posjetitelja

sudjelovalo je lani na Danima komunikacija slušajući 15 predavanja stručnjaka iz zemlje i svijeta

Mladi lavovi

Koji to noviteti očekuju posjetitelje na ovogodišnjim Danima komunikacije?

Ove će se godine prvi puta održati natjecanje za mlade agencijske profesionalce pod nazivom 'Young Lions', koji je dio globalnog natjecanja u sklopu kanskog festivala. Jedinstvena je to prilika za mlade kreativce do 30 godina da se dokažu na nacionalnoj, a potencijalno i svjetskoj razini.

vodič kroz moderni Bliski istok' pružit će dubinski pogled na život modernog Arapa, kao i na to kako regionalni i globalni brendovi uspijevaju, odnosno ne uspijevaju povezati se sa svojom publikom. Zatim Francesco Urso, Brand Manager P&G-a, svjetski renomirane firme, koja o svom portfoliju ima

mного poznatih brendova, poput Lenora, Pampersa, Ariela, Pantena i mnogih drugih. Francescovo predavanje pod naslovom 'Sharing the dream' objasniti će nam kako dvoje ljudi koje dijele isti san mogu biti nevjerojatno kreativni. Doći će i Ramses Dingenouts, Heinekenov Senior



puteva ka za rast

Packaging & Identity Design Manager, zaslužan za dizajn nagrađivanih inovativnih koncepata ambalaže za premium brendove FMCG-a, uključujući Heineken. Među ostalim, bio je dio tima koji je razvio novu Heinekenovu ikoničku obitelj ambalaže krajem prošlog desetljeća. Održat će predavanje o dizajnu koji je dio Heinekenove DNK i inovaciji koja je dio Heinekenove tradicije.

Istaknuo bih i Rogiera Vijverberga, izvršnog kreativnog direktora i suosnivača 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



DOLAZI NAM I ROGIER VIJVERBERG, IZVRŠNI KREATIVNI DIREKTOR I SUOSNIVAČ AGENCIJE

SUPERHEROES KOJA SPAŠAVA SVIJET OD DOSADNIH REKLAMA. VIŠESTRUKO JE NAGRAĐIVANI DIGITALNI DOAJEN KOJI JE RADIO ZA LG, DIESEL, CONVERSE, ASUS I COCA COLU

Coca Cola. Na Danima komunikacija govorit će o tehnološkim idejama koje spašavaju svijet od dosade i dodaju humanost inovacijama.

Koje su brojke obilježile prošlogodišnje Dane komunikacija, a koje su važne za ovogodišnje izdanje festivala?

Prošlogodišnje izdanje Dana komunikacija bilo je najuspješnije dosad. Preko 1500 posjetitelja iz cijele regije kroz tri je dana festivala slušalo predavanja 15 svjetskih i domaćih stručnjaka. Ostvarena je suradnja s poznatim europskim festivalima Cannes Lions i Eurobest, s kojom se nastavlja i ove godine. Tako ćemo ove godine ponovno imati raznolik program, u kojem će svatko pronaći temu za sebe.

U tri dana trajanja festivala, više od 12 predavača iz svijeta i regije upoznat će nas s novostima oglašivačkog svijeta.

Koja su vaša očekivanja od ovogodišnjeg festivala?

Osim da ću puno korisnoga naučiti, očekujem da će Dani komunikacija biti kao i svake godine ultimativno mjesto za zabavu od 14. do 17. travnja. ♦