



Objava: 11.3.2016 | 10:30

**Rat protiv dosade**

## Izvoz nam je prilika za rast

Davor Bruketa, predsjednik uprave HURA-e, govori o novitetima na Danima komunikacija, o ovogodišnjim ciljevima i što očekuje posjetitelje

7 pregleda



Foto: Slavko Midzor/PIXSELL

Autor:

[Marta Duić/PD](#)

**Davor Bruketa**, predsjednik uprave HURA-e, govori o novitetima na **Danima komunikacija**, objašnjava ovogodišnje ciljeve, što posjetitelje očekuje i predavanja koja se posebno ističu. Lani je Dane komunikacija posjetilo više od 1500 posjetitelja iz cijele regije, a ove godine kroz tri dana festivala moći će se čuti 12 predavača iz svijeta i iz regije te će posjetitelji imati priliku upoznati se s novostima oglašivačkog svijeta.

***Možete li usporediti lanjske 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 zadnjih godina zbog kvalitete predavanja dolazi sve više posjetitelja iz susjednih zemalja.

***Koja vam je bila glavna misao vodilja za ovogodišnje Dane komunikacija?***

Potreba je domaće industrije da pronade puteve za izvoz na strana tržišta, gdje vidimo prostor za rast. Godina 2015. bila je godina rasta industrije u Hrvatskoj i već je sada Hrvatska 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.

***Koji su ovogodišnji noviteti i što sve posjetitelje ove godine očekuje na Danima komunikacije?***

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

***Koje su brojke obilježile prošlogodišnje Dane komunikacija?***

Izdanje Dana komunikacija lani bilo je najuspješnije dosad. Više od 1500 posjetitelja iz cijele regije u tri dana festivala slušalo je predavanja 15 svjetskih i domaćih stručnjaka. Ostvarena je suradnja s festivalima Cannes Lions i Eurobest, s kojom se nastavlja. I ove godine imat ćemo raznolik program, u kojem će svatko pronaći temu za sebe. U tri dana festivala više od 12 predavača iz svijeta i regije upoznat će nas s novostima oglašivačkog svijeta.

***Što nas očekuje na ovogodišnjem Effieu?***

Za sedmo hrvatsko izdanje prestižnog marketinškog natjecanja Effie, koje nagrađuje najznačajnija postignuća u tržišnim komunikacijama u segmentima učinkovitosti i strateškog promišljanja marketinških kampanja, ove godine bori se 35 agencija i 25 oglašivača. Konkurencija je najveća u kategorijama «Telekomunikacijskih usluga» i «Pića» gdje je prijavljen najveći broj projekata po kategoriji, ukupno devet, a slijede kategorije «Financije i osiguravajuće usluge» i «Hrana», s po pet prijavljenih projekata.

>> [Za ovogodišnju nagradu Effie bori se 35 agencija i 25 oglašivača](#)

>> [Dani komunikacija 2016. posvećeni svjetskim trendovima i izvoznom potencijalu hrvatske kreativne industrije](#)

**Koja su predavanja posebno važna?**

Među predavačima ističe se Yousef Tuqan Tuqan, jedan od najiskusnijih i najcjenjenijih tehnoloških poduzetnika Bliskog istoka i sjeverne Afrike. Na svom predavanju «Arabs Be Like – vodič kroz moderni Bliski istok». Zatim Francesco Urso, Brand Manager P&G-a koji u svom portfoliju ima brendove poput Lenora, Pampersa, Ariela i Pantena. Francescovo predavanje pod naslovom «Sharing the dream» objasnit će kako dvoje ljudi koje dijele isti san mogu biti nevjerovatno kreativni. Tu je i Ramses Dingenouts, Heinekenov Senior Packaging

Evidencijski broj / Article ID: 16469723  
Vrsta novine / Frequency: Dnevna  
Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska  
Rubrika / Section:

---



**& Identity Design Manager, zaslužan za dizajn nagrađivane ambalaže za premium brendove FMCG-a, uključujući Heineken. Istaknuo bih još i Rogiera Vijverberga, izvršnog kreativnog direktora i suosnivača agencije SuperHeroes čija je glavna misija spasiti svijet od dosadnih reklama.**