



U ROVINJU PREKSINOĆ OTVORENI 4. DANI KOMUNIKACIJA

Rekordan broj posjetitelja

Brojke četvrtog festivalskog izdanja govore da iz godine u godinu rastemo i potvrđujemo reputaciju vodećeg nacionalnog komunikacijskog festivala, rekao je Davor Bruketa

ROVINJ - Ovogodišnje, četvrto izdanje nacionalnog Festivala oglašavanja, koje se odvija pod nazivom "Razotkrivanje industrijske emocije" privuklo je rekordan broj posjetitelja iz Hrvatske i regije, rekao je na jučerašnjoj konferenciji za novinare član organizacijskog festivala Davor Bruketa iz HURA-e, dodajući da su Dani komunikacija u Rovinj doveli čak 1.600 posjetitelja. Po mišljenju Brukete, nije riječ o slučajnosti, već o činjenici da su iz godine u godinu sve bolji i atraktivniji.

Miks najboljih svjetskih trendova

- Izrazito mi je drago vidjeti da je ovogodišnji program koji predstavlja miks najboljih svjetskih trendova te diskusija o izvoznom potencijalu hrvatske kreativne industrije privukao ovoliki interes struke. Uz ostvarenje rekordanog broja posjetitelja naši napori u okupljanju svjetske predavačke elite te dijeljenju najnovijih industrijskih trendova i ove su godine urodili plodom. Brojke četvrtog festivalskog izdanja govore da iz godine u godinu rastemo i potvrđujemo reputaciju vodećeg nacionalnog komunikacijskog festivala, rekao je Davor Bruketa. Također, govoreći o promjenama u odnosu na prošle festivalске edicije, istaknuo je da je



Ivan Pols, Jan Jilek, Davor Bruketa i moderatorica Antonia Mandić



Goran ŠEBELIĆ/CRONIX

O tome koliko kratki reklamni film može koštati, i s kojim budžetom raspolažu neki od njihovih kreatora, Ivan Pols nasmijao je prisutne

najveća promjena u tome što su hrvatske agencije počele izvoziti svoje usluge, a vezano za tu činjenicu na festival su i pozvane osobe kojima je to pošlo za rukom/poslom da svoja iskustva, spoznaje i načine kako su to učinili prenesu i drugima.

Više riječi o "zabavnom" programu podastro je drugi član organizacijskog odbora Jan Jilek iz IAB-a, koji je uz spominjanje istaknutih svjetskih predavača kao što su Lisom Larsson, Rogijer Vijeberg ili Ramses Digenouts, naglasio da je Festival poznat i po glazbenim događanjima, a ove godine to su uz networking program "Piva poslije programa" i "Fun(k)tastični koncert" Ante Gelo Banda, a potom i Lollobrigide.

Nezaboravne božićne reklame

Na presici se organizatorima Festivala pridružio i svjetski priznati kreativni direktor iz agencije adam&eveDDB Ivan Pols, čijim je predavanjem na temu nezaboravnih božićnih reklama za kompaniju Johna Lewisa poseban uspjeh zabilježila "ManOnTheMoon" iz 2015. godine (op.a. vrlo emotivna i doista fantastična reklama u kojoj djedica sjedi sam i tužan za bogatim blagdanskim stolom iščekujući dolazaka (pre)zaposlene djece), otvoren i službeni dio festivala. O tome koliko kratki reklamni film može koštati, i s kojim budžetom raspolažu neki od njihovih kreatora, Ivan Pols nasmijao je prisutne. Jednom riječju - samo je nebo granica.

N. ORLOVIĆ RADIĆ