



DIRECT STORY
15 YEARS Acts & Facts



0



PODIJELI

0



SVIDA MI SE

BOJAN HADŽIHALILOVIĆ: DANAŠNJI ADVERTISING JE PREDVIDLJIV, USPOREN, NIJE UZBUDLJIV

P R I J E N T E R M I J N U O D A N A

Top 25 **BalCannes** se mora promjeniti, inače će izgubiti svoj izazov

Razgovarao: Ekrem Dupanović

Na nedavno održanom *SoMo Borac* natječaju koji prepoznaje najbolje regionalne radove iz digitalnog svijeta, priznanje *Viralni blockbuster* otišlo je sarajevskoj agenciji *Fabrika*.

Njihov rad *Free.mp3*, urađen za bend *Dubioza Kolektiv*, postao je hit u regiji, ali i šire. Ovako zabavan, privlačan i drzak spot svakako zaslužuje svu pažnju i priznanja koja dobija, pa ne iznenađuje da je i u Rovinju prepoznat njegov kvalitet. Ali željeli smo saznati i malo više o projektu, nagradi, natječaju, kreativnoj sceni... pa smo stoga razgovarali sa **Bojanom Hadžihalilovićem**, partnerom i kreativnim direktorom agencije *Fabrika*.

Media Marketing: Nagrada SoMo Borac za najbolje digitalne uratke ove godine i Fabrici, koja je do sada bila uglavnom prepoznatljiva po vrhunskom dizajnu i sjajnim video spotovima za svoje klijente. Trebamo biti iznenađeni, ili nismo dovoljno bili posvećeni praćenju vaših digitalnih radova?

Bojan Hadžihalilović: Prvo moram reći da smo privilegovani što imamo *Dubiozu* kao klijenta. Radimo zajedno skoro 10 godina. *Dubioza* nije samo BEND nego i veliki BREND. Kada kreiramo sa njima osjećamo se kao dio benda – osjećaš njihove ideje i energiju koju bi poželio da imamo sa svakim klijentom sa kojim radimo.

Pojekat *Free mp3* imao je za cilj etablirati filozofiju *Dubioze* kroz viralni svijet i kreativno-produkcijski progovoriti o slobodi pristupa informacijama, besplatnom *skidanju* muzike sa interneta, ukratko „osloboditi internet“. Rekao bih na neki tipično Sarajevski način, kreirala se zapravo posveta *ThePirateBay*-u, a **Kim DotCom** je postavio pjesmu i na svoj *Twitter* profil, sa komentarom „*The Pirate Bay song, did I hear my name?*“.

Spot *Free Mp3* danas ima preko 6.000.000 pregleda.

Media Marketing: Koliko digital, kao komunikacijski kanal, zauzima prostora u vašim kampanjama?

Bojan Hadžihalilović: Svaka kampanja je zapakovana i u digitalnu komunikaciju. Često klijentima koji još nemaju taj koncept sami vršimo preraspodjelu budžeta na digitalu, te ih uvodimo u svijet u kojem klasični mediji više nisu osnova komuniciranja.

Em je zabavnije, em je učinkovitije.

Media Marketing: Pogledali ste sve nagrađene kampanje na SoMo Borcu. Preuzima li kreativa prednost u odnosu na tehnologije obzirom da su donedavno agencije klijentima uglavnom prodavale tehnološka postignuća interneta i društvenih medija?

Bojan Hadžihalilović: Tehnologija je danas nešto što klijenta i ne zanima. Njima je normalno da funkcionišeš na svim platformama koje se nude i koje su in.

Tako da se esencijalna kreativnost na jedan cool način vratila u prvi plan. Sada smo ponovo na početku – kada imaš BIG IDEA, moraš je aplicirati i voditi kroz čarobni digitalni svijet komuniciranja. Naravno, ključ je i u ljudima

iz digitalnog odjela koji moraju biti kreativni u tehnološko-taktičkom upumpavanju informacija na pravo mjesto u pravo vrijeme.

Nama u *Fabrici* je zabavnije nego ikada po tom pitanju. Prešli smo na FABRIKA2.0 brže nego što smo se nadali.

Media Marketing: Prisustvovali ste i prezentaciji Top 25 BalCannes kampanja. Kakvi su utisci, kakva nam je kreativna?

Bojan Hadžihalilović: Čast izuzecima, ali moram reći da se publika dosađivala... Samo se potvrdilo da je današnji advertising predvidljiv, usporen, nije uzbudljiv...

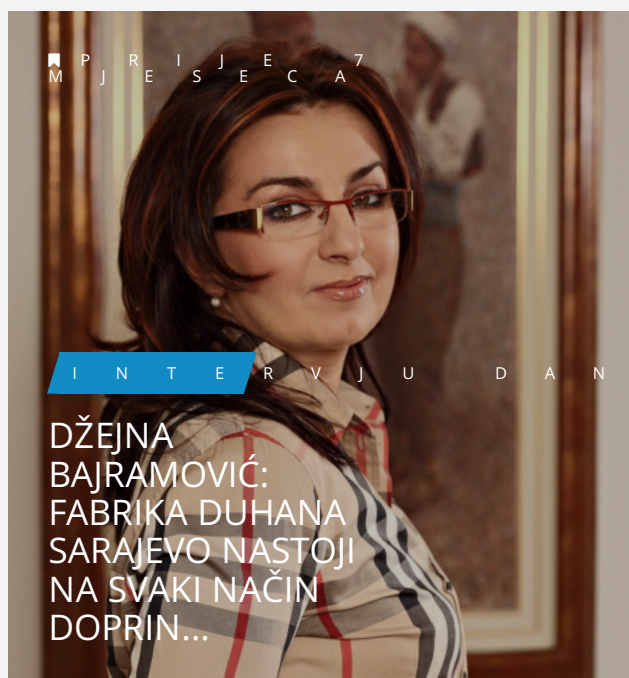
Mislim da se *Top 25 BalCannes* mora promjeniti, inače će izgubiti svoj izazov.

Media Marketing: Kada se osvrnemo na program Weekend Media Festivala, ko je na vas ostavio naj snažniji utisak, da li vas je neko posebno iznenadio?

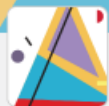
Bojan Hadžihalilović: Kao prvo, mislim da je bio najbolji *WMF* do sada. Preovladavala je inovativnost, nove tehnologije... **Bane Brkljač** sa klincima je bio zaista posebno iznenađenje, a **Lazar Džamić** je majstorski zakucao posljednje predavanje.

O Z B A L B O J A N I N T E R V J U D A N I Č L A N K I

P O V E Z A N I Č L A N K I



**SKINITE BESPLATNO
APLIKACIJU**



msu ART

**I UŽIVAJTE U UMETNIČKIM DELIMA
IZ MUZEJA SAVREMENE UMETNOSTI!**

**PRIJAVE ZA
SEMPLER
SU OTVORENE
DO 7. NOVEMBRA.
IZBOR NAJBOLJE MEDIJSKE
STRATEGIJE GODINE.**

**Ako Bruketa može
biti kreativan,
može svatko.**

- Nikola Žinić

design thinking.hr

content
experience

Prva content i digital marketing
konferencija u Srbiji

3-4.

oktobar 2016.

Metropol Palace, Beograd,
Bulevar Kralja Aleksandra 69

**CANNES
LIONS
WINNER**



Imago[®]

in co-operation with **Ogilvy & Mather**

PRIJAVI SE

How!
Wow!
5. SEZONA

omogućila
hura!

TO : DAVID DROGA



S E D M I C

A

M J E S E C

S V E V R I J



Na BalCannesu proglašeni najbolji projekti i agencije u regiji



Zagrebački BBDO i Brigada napravili najbolji komad namještaja za pivopije



24 Sata: B&Ž Zagreb zapošljava; Iva Đurković na čelu LUNA\TBWA Beograd; Facebook se izvinio...

Media Marketing

Svaki dan nastojimo pažljivo odabrati bitne vijesti iz svijeta komunikacija i održati Vaš poslovni duh svježim.



NEWSLETTER