



 tportal.hr



'U Rovinju ćemo otkriti kako izgledaju 'The New Tribes of Arabia' i kako arapska digitalna generacija oblikuje njihov identitet, kreativno izražavanje i budućnost'

Vizionar digitalnog marketinga i jedan od najboljih predavača međunarodnog festivala Cannes Lions već niz godina inspirira nove generacije arapskih tehnoloških poduzetnika

Yousef Tuqan Tuqan globalni je direktor inovacija Accenture Interactivea – konzultantske tvrtke koja posluje u 120 država i 40 industrija te je jedna od najsnažnijih u pružanju digitalnih, tehnoloških i operativnih usluga top kompanijama poput Nestléa, Microsofta, American Expressa, Visa i brojnih drugih velikih klijenata – a za sebe tvrdi da diktira digitalne trendove budućnosti.

'The New Tribes of Arabia' predavanje je u kojem će govoriti o rastućem arapskom tržištu i digitalnoj povezanosti na Bliskom istoku te načinima na koje mladi Arapi, jedna od najdominantnijih skupina na YouTubeu (s 510 mil. pogleda dnevno!) s velikim prodorom na društvene mreže i sve snažnijom zastupljenosti žena funkcionira u vremenima političkih nemira. Ova generacija, kako tvrdi, ne pripada nikamo, no ujedno pripada svugdje, što je okosnica života digitalnog svijeta uopće – a primjerima kreativnosti koje sve posjetitelje mogu inspirirati, dokazat će da se hrabrost u komunikaciji uvijek isplati, unatoč ograničenjima i preprekama.

Yousefovo iskustvo bivšeg izvršnog direktora inovacija Leo Burnett/Publicis Grupe za Bliski istok i Sjevernu Afriku te strast



za tržišno komuniciranje učinili su njegova predavanja u Cannesu jednim od najpopularnijih, a uz ekspertizu, njegovi su upečatljivi nastupi prepoznati i na Harvardu te nekima od najvećih festivala u našoj industriji: Cannes Lionsu, SXSW-u, Eurobestu i Dubai Lynxu, a sada i na **Danima komunikacija**.

Do sada već imate bogato iskustvo na festivalima, a u Hrvatskoj ste predstavljani kao jedan od najboljih predavača na svijetu. Govorili ste na raznim poznatim festivalima (Cannes Lions, SXSW, Eurobest i Dubai Lynx) i čini se da istinski uživate u držanju predavanja. O čemu ćemo razgovarati u Rovinju i kakva su vaša očekivanja od Hrvatske i festivala općenito?

Moj govor 'The New Tribes of Arabia' usredotočen je na arapsku mladež u kontekstu identiteta i kreativnog izražavanja. Širom regije, tradicionalne granice država su nejasne, pripadnost religijskim i plemenskim sektama je u porastu, a vrijednost arapskog jezika je narušena. 99% svog sadržaja na ovim prostorima prikazano je na raznim jezicima - osim arapskog.

U Rovinju ćemo otkriti kako izgledaju 'The New Tribes of Arabia' i kako arapska digitalna generacija oblikuje njihov identitet, kreativno izražavanje i budućnost.

*Doista sam uzbuđen prisustvovati na **Danima komunikacija** sa svojom zaručnicom Ahd Kamel, glumicom i filmskom redateljicom. Veselim se odličnom programu, upoznavanju novih zanimljivih ljudi i otkrivanju prekrasnog novog grada.*

Govorite mnogo o digitalnim trendovima te razlikama i sličnostima između Istoka i Zapada. Možete li objasniti svoje zaključke i reći nam koji će biti digitalni trendovi budućnosti?

Veliki dio mojih predavanja usredotočen je na koncept identiteta i pripadnosti – naše se vlastite tradicionalne pretpostavke o arapskom identitetu povezuju sa posjedima ili povijesnim plemenima, ali su ih generacije mladih ljudi odraslih na Internetu preoblikovale. Oni su okruženi ljudima različitog porijekla i više ne žive u plemenima ili na posjedima. Mislim da takva razmišljanja nisu rezervirana samo za Arabiju i vjerujem da također postoje jasne paralele u raznolikosti i kod europske mladeži.

Osim što predajete i poučavate mlade ljude, radite u konzultantskoj tvrtki Accenture Interactive koja savjetuje poznate Microsoft, Nestle, American Express i Visa. Koja je uloga glavnog direktora za dizajn i inovacije?

Accenture Interactive svojim klijentima pomaže stvoriti najbolje korisničko iskustvo na svijetu. Kao glavni direktor imam pristup različitim projektima i iskustvima. U tom poslu mi je to ujedno i najdraže. U prvoj godini kada sam započinjao ovaj posao radio sam na strategiji korisničkog iskustva za talijanskog proizvođača luksuznih automobila, marketinške aktivnosti za globalnu britansku farmaceutsku tvrtku i projekt digitalne transformacije za jednog od najvećih britanskih maloprodajnih operatora energetskih mreža.