

Zagreb, 23. siječnja 2020.

ELITA INDUSTRIJE NA DANIMA KOMUNIKACIJA – STIŽU NAJUTJECAJNIJI OGLAŠIVAČ SVIJETA I POZNATI BIHEVIORALNI STRATEG

Poznata su prva imena festivala – **Keith Weed**, kojeg Forbes već treću godinu u nizu proglašava najvećim i **najutjecajnijim svjetskim marketingašem**, potvrdio je dolazak u Hrvatsku na Dane komunikacija, a najavljen je i **Rory Sutherland**, britki **strateški um**, autor i **ekscentrični govornik s milijunima pregleda na TED Talku**.

Najutjecajnji direktor marketinga na svijetu 2017., 2018. i 2019. prema Forbesu i stručnjak koji stoji iza jedne od najvećih promjena u marketinškoj industriji u posljednjem desetljeću – zaokreta prema **marketingu sa svrhom** koji ima moć promijeniti društvo, a ne samo prodati proizvod – dolazi na **Dane komunikacija**. Legendarni **Keith Weed**, donedavni dugogodišnji direktor marketinga **Unilevera** – drugog najvećeg oglašivača na svijetu, kojeg ćemo **od 2. do 5. travnja** u Rovinju imati priliku poslušati uživo, svoj je profesionalni život posvetio neprestanom inoviranju komunikacijske industrije. Utjecaj koji ostvaruje na brendove te društvo u cjelini donio mu je 2018. i nagradu za **životno djelo**.

A koje su skrivene prilike u ponašanju potrošača? Zašto će oglašavanje uvijek biti jedna od najvažnijih sastavnica komunikacijske sfere? Odgovore će nam dati ni više ni manje nego dopredsjednik **Ogilvyja**, velike oglašivačke agencije sa **132 ureda u 83 zemlje** diljem svijeta, i jedan od najfascinantnijih, najutjecajnijih komunikacijskih stratega današnjice **Rory Sutherland!** Zabavan i pomalo ekscentričan Sutherland, koji za sebe tvrdi da živi u bivšem domu Napoleona III., ali, nažalost, na tavanu, postavio je temelje **bihevioralne ekonomije** Ogilvyja te korištenja psiholoških i **marketinških tehnika u definiranju ljudskog ponašanja**. Sutherland će u Rovinju govoriti upravo o persuzivnim tehnikama koje brišu granice između oglasa i zabave.

„Iz godine u godinu Dani komunikacija pomiču vlastite granice i uspijevaju dovesti najbolje svjetske stručnjake. Kada oni, ujedno **globalni predvodnici industrije, o nama svijetom šire dobar glas, znamo da radimo nešto stvarno pozitivno za struku**“, izjavila je predsjednica Uprave HURA-e **Andela Buljan Šiber**.

Dunja Ivana Ballon, direktorica festivala i programa, nadovezala se: „**Obišli smo svijet te na Dane komunikacija doveli 20 imena koja su izdominirala tržištem i učinila marketinšku industriju jednom od najzanimljivijih na svijetu.**“

Na konferenciji za medije povodom novog izdanja festivala Ballon je dodala kako su upravo najavljeni **Weed i Sutherland – najutjecajnji oglašivač svijeta i jedan od najutjecajnijih agencijaša svijeta** – samo dvojica od dvadeset svjetskih lidera iz raznih sfera industrije koji će se pridružiti festivalu te kako će upravo zato Rovinj tijekom Dana komunikacija biti vjerojatno **jedina prilika u životu** da ih upoznamo, a pritom se i odlično zabavimo na ovom ne tako tipičnom festivalu.

Prijave za sudjelovanje na Danima komunikacija, [jednom od najboljih svjetskih evenata](#) prema britanskom Association Excellence Awardsu, moguće su na [službenoj stranici festivala](#). Interes za osme Dane komunikacija već je sad nadmašio lanjske brojke i očekivanja, stoga organizatori pozivaju na ranije prijave i rezervaciju smještaja.

Kontakt za medije: Ivana Jeleč, ivana.jelec@komunikacijskilaboratorij.com, 098 184 17 38

O ORGANIZATORIMA FESTIVALA:

Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje (HURA) vodeća je strukovna udruga u sektoru tržišnih komunikacija u Hrvatskoj. Članice HURA-e neke su od najboljih i najnagrađivanijih domaćih agencija. HURA organizira nacionalni festival tržišnog komuniciranja Dane komunikacija s pripadajućim natjecanjima Effie, IdejaX i Young Lions, marketinšku akademiju HOWtoWOW, regionalnu reviju reklamnih agencija BalCannes i mnoge druge projekte. Bori se za poboljšanje tržišnih uvjeta i napredak čitave industrije, što uključuje lobističke aktivnosti, pregovaranje sa zakonodavcem, promociju struke, brojna istraživanja i statistike u industriji, savjetovanje i drugo. Izvan granica djeluje u sklopu EACA-e (Europskog udruženja agencija za tržišno komuniciranje) te kao ekskluzivni predstavnik organizacija Cannes Lions i Effie Worldwide za Hrvatsku. Više o HURA-i na www.hura.hr.

IAB Hrvatska neprofitna je udruga posvećena interaktivnom marketingu, osnovana s ciljem da stimuliranjem i usmjeravanjem industrije potpomogne razvitak interaktivnih marketinških komunikacija u Hrvatskoj. IAB Hrvatska zamišljen je kao forum profesionalca interaktivnog marketinga s ciljem razvoja tržišta interaktivnog marketinga na način da kontinuirano dokazuje njegovu efikasnost, promovira ga i štiti, te to čini udruživanjem industrije, kreiranjem standarda, istraživanjima, savjetovanjem i edukacijom, kako industrije u cijelosti tako i njezinih članova. IAB Hrvatska osnivač je Europske udruge IAB Europe i dio globalne mreže IAB udruga.