

Program Creative Europe 2,2 milijarde eura usmjerit će prema kulturnom sektoru i kreativnosti

Jaume Duch Guillot, glasnogovornik i generalni direktor komunikacija Europskoga parlamenta, u razgovoru za Dane komunikacija otkrio je niz zanimljivosti o komunikacijskim strategijama Europskoga parlamenta, a osvrnuo se i na pitanja potpora kreativnom sektoru.

Communicating Europe 2021 naziv je razgovora u kojem su u suradnji Europskoga parlamenta i Dana komunikacija 25. studenog sudjelovali **Jaume Duch Guillot, glasnogovornik i generalni direktor komunikacija Europskoga parlamenta**, i **Kristina Laco**, direktorica Komunikacijskog ureda Colić, Laco i partneri te članica Uprave HURA-e, te se dotakli ključnih pitanja krizne komunikacije, prilagođavanja komunikacijskih strategija te planova za budućnost Europskoga parlamenta.

U dinamičnom razgovoru glasnogovornik i generalni direktor komunikacija Europskoga parlamenta objasnio je način na koji funkcioniraju njihovi komunikacijski kanali koji povezuju zastupnike Europskoga parlamenta i građane diljem Europe, a podsjetio je i na izjavu predsjednika EP-a Davida Sassolija da **pandemija ne može stati na put demokraciji**, što je postao svojevrsni moto Europskoga parlamenta i dodatno istaknuo njihovu veliku odgovornost prema građanima kako u postupcima tako i u komunikaciji.

Jaume Duch Guillot naglasio je da je u prvim mjesecima pandemije – u skladu sa stavom koji su istovremeno isticali predstavnici komunikacijske industrije u Hrvatskoj – bilo **važno sve komunikacijske kanale držati otvorenima** jer su sve oči, u očekivanju, bile usmjerene prema Bruxellesu. Među najvažnijim uvidima iz prilagođavanja komunikacije okolnostima Duch Guillot istaknuo je vrijednost događanja koja su se prije trebala odvijati isključivo uživo, no pretvorila su se u hibridna te na taj način otklonila geografske zapreke za sudjelovanje i uspješno uključila više sudionika.

Na pitanje Kristine Laco o **podršci kreativnoj i komunikacijskoj industriji**, Jaume Duch Guillot istaknuo je da se Europski parlament izborio za **2,2 milijarde eura više za program Kreativna Europa** u sklopu idućeg Višegodišnjeg financijskog okvira EU-a 2021 – 2027. Ovaj je program podrška kreativnom i kulturnom sektoru, a njime je obuhvaćena i komunikacijska industrija. Osim toga, podsjetio je i na paket od **750 milijardi eura** koji će se tijekom sljedeće dvije do tri godine rasporediti u zemljama članicama EU-a radi lakšega nošenja s posljedicama pandemije.

Uz projekt osnaživanja zajednice **#StrongerTogetherEU**, istaknuo je i vrijednost Ureda Europskoga parlamenta u Zagrebu: njihova je komunikacijska važnost, tvrdi, u tome što uspješno komunikaciju Europskoga parlamenta prilagođavaju nacionalnim posebnostima i prioritetima.

Cijeli razgovor i dalje je dostupan na Facebook stranicama [Dana komunikacija](#) i [Europskoga parlamenta](#).

O ORGANIZATORIMA:

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.

Kontakt za medije: Barbara Tolić, barbara.tolic@hura.hr