

Čuveni Mr. Goodvertising u Zagrebu je postavio fundamentalna pitanja kreativne industrije

Zagrebački su kreativci i komunikatori imali priliku uživati u višesatnom druženju sa stručnjakom Thomasom Kolsterom u prekrasnom ambijentu Rougemarin Parka te u jesen ući s pregršt inspiracije i novih ideja.

Jesen je vrijeme promjene i svježih početaka, stoga je od izrazite važnosti oboruzati se inspiracijom, a nove ideje nudile su se kao na pladnju na radionici **Buffet of Good Ideas – Creativity for Good powered by Mastercard**, koju je stručnjak svjetskoga glasa Thomas Kolster održao u Zagrebu.

Pionir oglašavanja sa svrhom – Mr. Goodvertising – dovodio je u top-formu Fortune 500 kompanije, start-upove, agencije i neprofitne organizacije te svojim inovativnim pristupom potiče promjenu **dugogodišnjom suradnjom s najvećim svjetskim festivalom kreativnosti Cannes Lions**, a zahvaljujući podršci Mastercarda, organizatori iz Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e) doveli su ga u Zagreb. Kotizacije koje su se za ovo dugo iščekivanu radionicu prodavale po ekskluzivnim cijenama putem Mastercardove platforme priceless.com rasprodale su se rekordnom brzinom, što je rezultiralo još jednim nezaboravnim druženjem domaćih komunikatora i kreativaca.

„Najveći nam smisao daju osobna postignuća, a ne materijalne stvari. No brendovi se u svojoj komunikaciji uporno usmjeravaju isključivo na stvari“, naglasio je predavač na samom početku, a sudionici su s njim tijekom radionice razvijali ideje kojima brendovi mogu doprinijeti zajednici te pritom ispričati kvalitetnu priču o sebi, uz napomenu – **u fokusu moraju biti djela**, a riječi dolaze poslije.

Dunja Ivana Ballon, izvršna direktorica HURA-e, poručila je: **„Dosadile su nam deklarativne izjave i pretjerivanja brendova iza kojih ne stoje konkretni postupci, stoga jedva čekamo vidjeti kakvim će plodom uroditi inspiracija koju su naši polaznici ponijeli sa sobom.“**

Oglašavanje sa svrhom na taj je način steklo niz domaćih predstavnika, a izvrsno raspoloženje i razgovori o novim idejama nastavili su se i nakon same radionice. Kolsterov neposredan pristup zasigurno je **dodatni vjetar u leđa kvalitetnim projektima** i izvrsnim brendovima domaće komunikacijske industrije.

Više informacija pronađite na hura.hr/howtowow.

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, MIXX i Young Lions, marketinšku akademiju HOWtoWOW, regionalnu reviju reklamnih agencija BalCannes, redovne edukacije 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 svjetskog udruženja agencija VoxComm, EACA-e (Europskog udruženja agencija za tržišno komuniciranje) te kao ekskluzivni predstavnik organizacija Cannes Lions, IAB i Effie Worldwide za Hrvatsku. Pratite nas na službenim [Facebook](#) i [LinkedIn](#) stranicama, a više o HURA-i saznajte na www.hura.hr.

Kontakt za medije: barbara.tolic@hura.hr