

## Kako brendovi mogu zakoračiti u nikad primamljiviji glamurozni svijet luksuza – saznajte na Danima komunikacija

*Luksuz kao stil života znak je prestiža brenda te je ujedno težnja urbanih generacija, a upravo će o tome na Danima komunikacija govoriti Munise Can, strateška stručnjakinja čija je misija izgradnja brendova koji se samouvjereno kreću ni manje ni više nego – brzinom zajednice.*

U svijetu velikih kulturoloških promjena koji je pod stalnim povećalom kritičkoga oka javnosti i u kojemu je sve teže ostati relevantan – na Dane komunikacija, koji će se **od 20. do 23. travnja 2023.** godine održati u rovinjskom hotelu Lone, dolazi [Munise Can](#), koja je mnogim brendovima pomogla **zacrutati put do sigurnog uspjeha.**

*„Neću lagati: volim slatki, zamamni okus pobjede. Pobjediti znači očarati, oduševiti ili – isprovocirati“*, jednom je prilikom poručila ova potpredsjednica strategije Highsnobietyja za cijelu Europu, a ranije strateška direktorica VICE-a za Zapadnu Europu, koja besprijekorne rezultate u kreativnoj industriji ostvaruje usmjeravajući se primarno na prepletanje kulture, tehnologije i komunikacija.

Kada je riječ o poslovnoj strategiji, tvrdi da je **ključ uspjeha** ne usmjeriti se na ego – brenda ili vlastiti – nego na **transformativnu moć kolektiva**: *„Uvijek morate svijet promatrati iz jedinstvene perspektive koju ljudi ne mogu pronaći drugdje.“* Motiv je to koji se može primijeniti i na filozofiju **Highsnobietyja – globalnoga multimedijalnog brenda** usmjerenog na inovativnost u modi, dizajnu, glazbi i drugim umjetnostima koje oblikuju svijet.

Otkako je 2005. lansiran, Highsnobiety kao globalni modni i lifestyle medij s berlinskim sjedištem **predvodi kulturu vječne mladosti**. Od popularizacije *street stylea* do njegove infiltracije u **nikad primamljiviji svijet glamura visoke mode**, nastavljaju rušiti tradicionalne okvire kada je riječ o nosivoj umjetnosti. Upravo će zato na Danima komunikacija Munise otkriti uvide njihove *bijele knjige* simboličnoga naziva **The New Luxury 3.0** o tome kako se razvija percepcija luksuza – i **što brendovi trebaju učiniti kako bi zadržali svoje mjesto za stolom u sve većoj tržišnoj kakofoniji.**

Poznati po **postavljanju nekonvencionalnih pitanja** i potrazi za nesvakidašnjim odgovorima, Dani komunikacija, festival tržišnoga komuniciranja i kreativnosti koji okuplja nekoliko tisuća sudionika, **svake godine pružaju neponovljiva iskustva** i okupljaju najzanimljiviju zajednicu tržišnih komunikacija. Nakon [Edwarda Snowdena](#), koji će se sudionicima festivala pridružiti videolinkom; kao i evanđelista, vizionara i rock-zvijezde tehnološkoga svijeta [Jamesa Whittakera](#), te [Munise Can](#), uslijedit će najave brojnih drugih zanimljivih sudionika.

Svi **kreativci, marketingaši, digitalci, mediji i drugi komunikatori** koji se i ove godine žele naći u društvu domaćih i svjetskih tržišnih lidera informacije o sudjelovanju mogu pronaći na [www.danikomunikacija.com](http://www.danikomunikacija.com).

## O DANIMA KOMUNIKACIJA:

Dani komunikacija prepoznati su kao **jedan od najboljih evenata na svijetu** prema Association Excellence Awardsu, uz čak dvostruku nominaciju ove britanske organizacije, zbog svog *out of the box* pristupa, jedinstvene festivalske ponude, visokokvalitetne produkcije i organizacije. Novo izdanje festivala – koji je poznat po tome da se na njemu okupljaju ključni predstavnici oglašivača, agencija, stručnjaci za odnose s javnošću, predstavnici medija i ostali profesionalci iz komunikacijske industrije ključni za stvaranje i pokretanje promjena – i ovog će proljeća u rovinjskom Loneu dočekati sve one koji komunikacijsku industriju istovremeno mrze i vole, ali prema njoj, zahvaljujući ovom festivalu koji zdušno okuplja komunikacijsku zajednicu, nikako ne mogu biti ravnodušni. Više informacija pročitajte na službenim stranicama festivala [www.danikomunikacija.com](http://www.danikomunikacija.com).

\*\*\*

## 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, 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), ekskluzivni je predstavnik organizacija Cannes Lions i Effie Worldwide za Hrvatsku te je kroz Interactive Advertising Bureau (IAB) Croatia dio svjetske mreže IAB Global Network.

Pratite nas na službenim [Facebook](#) i [LinkedIn](#) stranicama, a više o HURA-i saznajte na [www.hura.hr](http://www.hura.hr).

**Interactive Advertising Bureau (IAB) Croatia** kolektivni je predstavnik i ambasador industrije interaktivnog marketinga i velike svjetske organizacije IAB Global Network u Hrvatskoj. Djelovanjem unutar Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e), povezuje najvažnije aktere angažirane u rastu interaktivnog marketinga i inzistira na najvišem standardu, a hrvatsko je tržište ovom akvizicijom postalo bogatije za brojne materijale, specijalizirane edukacije, nagrade, istraživanja, analize i network koji će ekskluzivno biti dostupni kroz IAB Croatia.

Više informacija pronađite na [www.iab-croatia.com](http://www.iab-croatia.com) te na [Facebooku](#) i [LinkedInu](#).

---

Kontakt za medije: [barbara.tolic@hura.hr](mailto:barbara.tolic@hura.hr)