

Od kampanje za Madonnu do kreativnosti koja povezuje svijet: U Rovinj stiže najbolji kreativac dalekog Japana

Kako zadržati autentičnost u predavanju Don't Let 'Purpose' Ruin Our Industry u Rovinju otkrit će Toshihiko Tanabe, jedan od vrhunskih kreativaca današnjice!

Impresivni portfelj njegovih kreativnih kampanja koje obilaze svijet uključuje rad za brendove poput Toyote, Red Bulla, Lexusa i PlayStationa, pa čak i Madonne, a japanski kreativni kolektiv okrunio ga je moćnom titulom **Creative person of the year** – on je **Toshihiko Tanabe** i od 20. do 23. travnja 2023. pridružit će se našoj zajednici komunikacijske industrije na Danima komunikacija u rovinjskom Loneu!

Rođen u Tokiju i odrastao u sedam različitih zemalja diljem svijeta, Tanabe je poznat po izvanrednim projektima. Kao kreativni direktor Dentsua, **pete najveće mreže kreativnih agencija na svijetu**, pokazao je kako osnaživati brendove spektrom metoda kreativnosti, a ujedno i uspješno ostvarivati zacrtani cilj, koji glasi – „**Svojim radom nadiđite puko oglašavanje**“. Tu misiju danas nastavlja u vlastitoj kući **tsuzuku**, koja je strelovitim usponom vrlo brzo postala najnagrađivaniji tim kreativnih direktora u Tokiju!

U današnjem svijetu, kada je doprinos boljem društvu prioritet na popisu brendova koji žele uspjeti, **svrhovitost** je primarni način povezivanja s publikom. Međutim, tvrdi Tanabe, „**Potrošači vrlo lako prozru lažne namjere. Površne kampanje u najboljem se slučaju ignoriraju, a u najgorem slučaju aktivno štete brendu.**“ Stoga će u svom predavanju naziva **Don't Let 'Purpose' Ruin Our Industry** svima prisutnima u Rovinju rasvijetliti **kako zadržati autentičnost i pritom igrati aktivnu ulogu u stvaranju boljeg svijeta** – bez kompromisa kada je riječ o kreativnosti komunikatora.

Za njegov uspjeh uvelike je zaslužan i holistički pristup kreativnom stvaralaštvu: od PR-a preko društvenih mreža i influencer marketinga do filma, **mogućnosti su beskrajne**. Bilo da je riječ o osmišljavanju poslovnih modela za nadolazeće pothvate, stvaranja glazbenog festivala za Red Bull ili dizajniranja slušalica za Bose, koje su bile rasprodane u samo nekoliko dana, ovaj **vrhunski kreativni um** svakim novim projektom pokazuje da s njim uvijek treba – očekivati neočekivano.

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; evanđelista, vizionara i rock-zvijezde tehnološkoga svijeta [Jamesa Whittakera](#), [Munise Can](#), strateške stručnjakinje koja brendovima pomaže zacrtati put do sigurnog uspjeha; te **Toshihika Tanabea**, 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.

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.

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.

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 te na [Facebooku](#) i [LinkedInu](#).