

[rebuild.lidermedia.hr](#)



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 **zacrtať put do sigurnog uspjeha**.

- Neću lagati: volim slatki, zamamni okus pobjede. Pobijediti 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 besprijeckome 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 usnjeriti 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 prinijeti 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 Whitakera](#), 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