

Popularni Dani komunikacija obaraju vlastite rekorde, petak i subota bogati su sjajnim sadržajima

Nekoliko tisuća sudionika iz cijele regije, 600 projekata u izboru za nagrade struke, 125 predavača i izvođača, 105 kompanija, tvrtki i udruga partnera, pokrovitelja i prijatelja festivala, 3 dana, 3 dvorane, 3 partija – i samo jedni, jedinstveni Dani komunikacija.

Svoja je vrata kreativcima, digitalcima, komunikatorima, dizajnerima i svim zaljubljenicima u kreativnost i tržišne komunikacije 20. travnja otvorio veliki festival tržišnih komunikacija, koji će u svom devetom izdanju **tijekom tri festivalska dana rovinjskom hotelu Lone** okupiti veliku međunarodnu komunikacijsku zajednicu.

„Ovogodišnji je fokus Dana komunikacija na skaliranju kreativnosti i tehnologijama koje nas svakim danom zadivljuju i zastrašuju“, poručila je direktorica festivala Dunja Ivana Ballon.

Uz predavače glavne dvorane, sudionici se u još dvije festivalske dvorane **moгу uključiti u cijeli niz zanimljivih diskusija o temama od velikog značaja za industriju**, od digitalnih tema i kriptovaluta pa sve do kreativnosti i odnosa s javnošću. Domaćim stručnjacima u tim će se razgovorima pridružiti i regionalni, čime će biti ponuđen kvalitetan pregled kreativne i komunikacijske scene. Osim dnevnoga programa, tijekom sve tri festivalske večeri dodjeljuju se i nagrade najkvalitetnijim ostvarenjima struke.

Andela Buljan Šiber, predsjednica uprave HURA-e i IAB-a Croatia te članica Organizacijskog odbora festivala, otkrila je: *„Ove godine imali smo sjajne rezultate na natjecanjima, oborili smo puno vlastitih rekorda. Ponosni smo što se na pet natjecanja okupilo **600 projekata u izboru za nagrade, a na odabiru najboljih radilo je čak 98 članova žirija i odbora natjecanja**. Natjecanja ukazuju na rast zajednice, i, što je možda još važnije, daju nam priliku da vidimo što je moglo bolje, a u čemu smo sjajni, što je odlična smjernica za daljnje razvijanje kvalitete rada.“*

Podsjećamo, prvi dan festivala zabilježio je velik interes publike, a glavna festivalska dvorana već je u svom prvom terminu postala mjesto zanimljivih razgovora, koje je pokrenuo domaći filozof svjetskoga glasa **Srećko Horvat**, prvo u svom predavanju o implikacijama promišljanja o kataklizmičkom završetku svijeta, a potom mu se videolinkom na ekranima glavne pozornice pridružio **Edward Snowden, održavši predavanje na temu Restoring Trust – How To Solve The Next Generation of Privacy & Security Dilemmas**. Nakon predavanja uslijedila su britka Horvatova pitanja o privatnosti, koja su ključna za budućnost interneta i digitalnog komuniciranja, a u postavljanju pitanja pridružili su se i sudionici festivala.

„Do 2013. mislili smo da je internet veliki tamni prostor, nismo ga razumjeli kao fizički predmet – da su naša računala povezana sa središnjim sustavom pomoću nekog signala koji i drugi mogu čuti.“

Tada su skupljali podatke, ali nisu mogli povezati sve baze, a danas znamo da će se saznati sve što se može saznati. Iz perspektive sigurnosti, cilj je postaviti limite na institucionalnu moć. Budućnost nosi bolje zakone o privatnosti, a tek kad budu jasne posljedice njihovih kršenja, pitanje privatnosti shvaćat će se ozbiljnije“, poručio je Snowden nakon što je iz publike stigao upit o povezanosti privatnosti, marketinga i oglašavanja te o tome što nam nosi budućnost u kontekstu ovih industrija, što je ovo predavanje učinilo važnom prilikom da gledatelji preispitaju sve što su dosad znali i kritički donesu vlastite zaključke. „Nada je ono što imamo – i ono što trebamo. Mi imamo moć promjene, za to ne trebamo vlasti.“

Nakon uzbudljivoga prvog festivalskoga dana, sudionike u petak, 21. travnja očekuju predavanja Main Monka Media.Monksa, najveće globalne platforme za digitalnu produkciju, [Victoria Knaapa](#); [Munise Can](#), strateške stručnjakinje i direktorice Highsnobietyja koja brendovima pomaže zacrtati put do sigurnog uspjeha; vodećeg kreativca dalekog Japana [Toshihika Tanabea](#); vodećeg futurista za kreativne tehnologije [Iana Beacrafta](#) powered by Hrvatski Telekom; mischief-maker – stratega svjetskoga glasa [Roba Campbella](#); nadrealističkog redateljskog dvojca [Vallée Duhamel](#); [Roryja Sutherlanda](#), jednoga od najoriginalnijih mislilaca u oglašivačkoj sferi, a i šire, te globalnog kreativnog direktora Ogilvyja.

Prijave za sudjelovanje uživo ili online i dalje su moguće 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](#).

Kontakt za medije: barbara.tolic@hura.hr