

## Vodeći kreativci i stratezi u industriji impresionirali sudionike na glavnoj pozornici Dana komunikacija

*Drugi dan festivala okupio je neke od najzanimljivijih svjetskih kreativaca, koji su s domaćim komunikacijskim stručnjacima podijelili tajne svoga uspjeha.*

„**Zona komfora daje nam iluziju kontrole**“, poručio je **Rory Sutherland**, jedan od razloga zašto je rovinjski hotel Lone drugoga festivalskog dana brujao zanimljivim raspravama. Ovom su se poznatom kreativcu u programu Dana komunikacija u petak pridružili Main Monk Media. Monksa, najveće globalne platforme za digitalnu produkciju – **Victor Knaap**; **Munise Can**, strateška stručnjakinja i direktorica Highsnobietyja; najkreativac dalekog Japana **Toshihiko Tanabe**; vodeći futurist za kreativne tehnologije **Ian Beacraft** powered by Hrvatski Telekom; mischief-maker – strateg svjetskoga glasa **Rob Campbell**, kao i nadrealistički redateljski dvojac **Vallée Duhamel**.

Rory Sutherland, jedan **od najoriginalnijih mislilaca** u oglašivačkoj sferi, a i šire, autor TED predavanja s milijunskim pregledima te niza planetarno popularnih bestsellera, na glavnoj rovinjskoj pozornici sa sudionicima je podijelio kako kreirati besprijekornu komunikaciju koja briše granicu između oglašavanja i zabave. Kao **utemeljitelj Ogilvyjeva sofisticirana pristupa bihevioralnoj ekonomiji te umjetnik uvjeravanja kojemu nema ravnog**, prisutnima je ponudio prokušane psihološke tehnike definiranja ljudskog ponašanja. „**Suprotno od dobre ideje još je jedna dobra ideja**“, zaključio je.

O poslovnoj strategiji govorila je i **Munise Can** te poručila 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.*“ Potpredsjednica strategije Highsnobietyja za cijelu Europu, a ranije strateška direktorica VICE-a za Zapadnu Europu, u svom je predavanju simboličnoga naziva *The New Luxury 3.0* govorila o tome kako se razvija percepcija luksuza – i **što brendovi trebaju učiniti kako bi zadržali svoje mjesto za stolom u sve većoj tržišnoj kakofoniji**.

„**Industrijska revolucija mehanizirala je rad, a mi danas digitaliziramo vještine**. Događa nam se **najveća informacijska revolucija**“, rekao je **futurist Ian Beacraft** powered by Hrvatski Telekom, koji je u međunarodnoj zajednici poznat po tome što i **najnapredniju tehnologiju s kojom je šira javnost najmanje upoznata čini razumljivom i monetizirajućom**. Sa zajednicom kreativaca, komunikatora i digitalaca na Danima komunikacija na dinamičnom je predavanju razgovarao o boljoj budućnosti te načinima na koje će se društvo suočiti s velikim napretkom koji ruši ustaljene norme i općeprihvaćene prakse – od umjetničkih pravaca pa do društvenih znanosti.

A o rušenju ustaljenih normi govorio je i jedinstveni redateljski dvojac poznat po eksperimentiranju na granici logike i otvaranju novih dimenzija kreativnosti – **Julien Vallée i Eve Duhamel!** „*Svijet je igralište za naše ideje*“, poručili su, otvarajući sudionicima vrata u svoj stvaralački svijet, **dijeleći detalje umjetničkog procesa, ali i poneku originalnu ideju**.

Nakon uspješna dva dana, sudionike festivala očekuje subota ispunjena vrhunskim predavanjima: na glavnu će se pozornicu popeti još i evanđelist, vizionar i rock-zvijezda tehnološkoga svijeta [James Whittaker](#); pionir oglašavanja sa svrhom [Thomas Kolster](#) powered by ENNA; Oprina IT djevojka i autorica bestsellera koja rasprodaje turneje diljem svijeta [Kristina Kuzmič](#) powered by Priceless.com; [Paul Holmes](#), osnivač The Holmes Reporta, ključnog izvještaja u svjetskoj industriji PR-a, [i drugi](#). Program će ugostiti i vodeća imena regionalne industrije u inspirativnim razgovorima.

Prijave za sudjelovanje uživo ili online i dalje su moguće 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)