

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

„Zona komfora daje nam iluziju kontrole“, poručio je Rory Sutherland, jedan od razloga zašto je rovinjski hotel Lone drugoga festivalskog dana brujao zanimljivim raspravama.



„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 besprijeckornu 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. Trodnevno slavlje kreativnosti obilježeno je dupkom punim festivalskim dvoranama i fantastičnom energijom, a posljednji je dan festivala dodatno učvrstio stav da **Dani komunikacija** na svoju pozornicu dovode najkvalitetnije predavače – ali i da okupljaju najbolje od domaće industrije. U glamuroznoj atmosferi na glavnoj pozornici **Dana komunikacija** u Rovinju dodijeljene su prestižne statue natjecanja **Effie**, a Grand Prix pripao je projektu OŠ I **EFFIE STAVIT U NOS?** Na **Danima komunikacija** u Rovinju dodjeljuju se nagrade hrvatske komunikacijske industrije, a drugog su dana festivala dodijeljene statue IdejeX za najkreativnija komunikacijska ostvarenja!