

## Hvale ga Forbes, Ad Age i Wired: Na **Danima komunikacija** gledamo jednog od vodećih kreativnih stratega

I ove su se godine organizatori potrudili složiti program koji će tijekom tri festivalska dana u hotelu Lone ponuditi nova znanja, razmjenu stavova i sjajnu zabavu – a sudionicima neće biti lako među...



Business Week opisao ga je kao dizajnersko svjetsko čudo – on je prvi grafički dizajner pozvan da govori na Svjetskom ekonomskom forumu u Davosu i jedan od samo pet nositelja titule American Master of Design, koji, povezujući kreativnost i biznis, stvara jedinstvena iskustva brendova koje strateški predvodi do njihovih poslovnih ciljeva. Na **Dane komunikacija**, festival tržišnog komuniciranja koji će se u Rovinju održati od 11. do 14. travnja, stiže Brian Collins! Poslovna je filozofija ovoga stratega svjetske reputacije, ujedno i pokretača prvoga odjela dizajna u Ogilvyju, jednoj od najpoznatijih kreativnih agencija na svijetu, naoko jednostavna: dizajn nisu samo zanimljiva tipografija i lijepi vizuali – riječ je o razumijevanju cjelovitoga identiteta i iskustva brenda. Upravo su dizajn, vizija i budućnost brenda u dugogodišnjem radu bili njegova pobjednička formula, a svoja je znanja naposljetku pretočio u COLLINS, studio koji je Forbes istaknuo kao jednu od kompanija koje transformiraju budućnost izgradnje brenda, dok ga je Ad Age svrstao na nimalo skroman popis 50 tvrtki za koje bi kreativci ubili da rade. Laskave titule same po sebi ništa ne znače – no zato u Collinsovu životopisu, među ostalim postignućima, stoje i Avonov vizualni identitet, Motorolin globalni sustav dizajna i Spotifyev globalni rebranding, koji su Design Week, Wired i Fast Company proglasili jednim od najistaknutijih rebrandinga. „Kad vas jedna od najvećih kreativnih agencijskih mreža na svijetu (koju ste napustili, btw) angažira da napravite rebranding upravo za njih uz desetke tisuća interno zaposlenih dizajnera i art direktora, sigurno imate za reći svašta vrijednog za poslušati i pokazati svašta vrijednog za vidjeti. Prošle sam godine iščekivao Alkemiju Roryja Sutherlanda, ove se veselim Alkemiji Briana Colinsa (i iracionalnosti **Dana Arielyja**) – očekujem praznik za oči i uši!“ poručio je Damir Ciglar, član organizacijskoga odbora **Dana komunikacija**. Usavršivši svoja kreativna osjetila i povezujući ih s briljantnim strategijama, Brian Collins živi u budućnosti, isprobava nove načine da je pretoči u dizajn, a potom se s njim vraća u sadašnjost. U COLLINS-u, pojašnjava, osmišljavaju transformativne budućnosti za svoje klijente, a pokretač je tih



transformacija – ni više ni manje nego prošlost. Kako dizajnom predvidjeti, a potom i izgraditi ranije neistražene predjele? Upravo će o tome sa sudionicima **Dana komunikacija** razgovarati na predavanju naziva Design Alchemy – The Art of Transformation and the Inevitable Future(s). Podsjetimo, već je najavljen niz predavača izuzetnog festivalskog postava – sudionicima će se u Rovinju, uz Collinsa, pridružiti i svjetski poznati bihevioralni ekonomist, psiholog i znanstvenik koji se bavi ljudskim ponašanjem Dan Ariely; kreativni buntovnik iz Azije s više od tisuću priznanja za svoj rad Eugene Cheong; osnivač nekih među prvima viralnim Facebook stranicama i jedan od prvih koji su shvatili koliko društvene mreže mogu biti istinski utjecajne – Alex Partridge; stručnjakinja svjetskoga glasa koja povezuje digitalne inovacije s neuroznanostima Shivvy Jervis; prva odvjetnica specijalizirana za regulacije i autorska prava videoigara koja će nas povesti na putovanje kroz kontroverzni metaverse Micaela Mantegna; vodeći komunikator Googleova AI Laba Deepmind, SpaceX-a i Facebooka Dex Hunter-Torricke – te niz drugih velikih svjetskih imena industrije koja će ponuditi neprocjenjiva iskustva, zavidna znanja i vrhunske uvide. 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](http://www.danikomunikacija.com).