

## Na Danima komunikacija bez filtera o Fyre Festivalu – je li fake news cijena spektakla?

*Tezu da na Danima komunikacija nikada nije dosadno organizatori će još jednom potvrditi u intervjuu koji će do najneugodnijih detalja secirati tamnu stranu marketinga u virtualnom razgovoru s osuđenim organizatorom Fyrea Billyjem McFarlandom.*

Koja je cijena spektakla u današnjem društvu i zašto smo ga, bez obzira na cijenu, toliko gladni? **Jedna je od ključnih premisa marketinga istinitost** – a tamo gdje nestaje istinitost, završava marketing i počinje obmana, što primjeri poput notornoga američkog Fyre Festivala Billyja McFarlanda jasno pokazuju. Ne čudi da se upravo ta **globalno poznata obmana – čijem su raskrinkavanju posvećena čak dva dokumentarca** – na američkim poslovnim fakultetima detaljno analizira kao primjer kako ne poslovati i što marketing ne smije biti. U potrazi za odgovorima na ova pitanja na Danima komunikacija, koji će se u Rovinju održati od 11. do 14. travnja, razgovor s Billyjem McFarlandom, koji će se pridružiti virtualno, vodit će Davor Bruketa.

McFarland je osnivač glazbenoga festivala koji je 2017. grandiozno najavljivan kao jedinstveno luksuzno iskustvo i san svih partijanera instagramske ere, koji su podržale poznate osobe poput Belle Hadid i Kendall Jenner, a na licu mjesta ispostavio se kao **jedna od najvećih prevara današnjice**. Umjesto gurmanskih obroka i luksuznih vila, za koje su posjetitelji festivala platili stotine i tisuće dolara, dočekali su ih samo brojni problemi, a prvotno najavljeni izvođači povukli su se s festivala i prije njegova početka.

Nakon što je zbog prevare odslužio zatvorsku kaznu zaključno s 2022. godinom, The Guardian je opisao McFarlandove postupke poručivši da smo, **koliko ga god mrzili, kao publika ujedno očarani razmjerom njegovih zabluda, a možda i razmjerima vlastite želje da u njih povjerujemo**. Većina nas s vremena na vrijeme želi nečemu pripadati; privlačnosti vodstva bilo koje vrste može biti teško odoljeti – a nema boljeg primjera na kojem se može učiti o važnosti bihevioralnog marketinga u konzumerističkom društvu od Fyre Festivala.

*„Ključno pitanje nije zašto su ulaznice za još jedan Fyre Festival ponovno u prodaji. Pitanje je – zašto su pretprodajne karte već navodno rasprodane? **Je li i to samo još jedan od trikova odnosno prevara na koju neki ljudi možda ponovo nasjedaju ili ljudi zaista i dalje vjeruju McFarlandovu osjećaju za spektakl** – saznat ćemo na glavnoj pozornici Dana komunikacija“, poručio je Davor Bruketa, član organizacijskog odbora Dana komunikacija.*

U komunikacijskom biznisu brojni su primjeri pomoću kojih možemo kritički promotriti svijet oko sebe, a potom i preispitati sve što znamo – što je vještina koju Dani komunikacija zajedno sa svojom zajednicom kontinuirano uvježbavaju, ne bježeći od teških tema industrije. **Je li McFarland, kako je samoga sebe nazvao, kreator turbulencija ili jednostavno – ustrajni prevarant?** U intervjuu naziva **The Secret to Going Viral**, koji će voditi Davor Bruketa, Dani komunikacija pokazat će i drugu stranu medalje **u studiji slučaja brenda koji je iz krivih razloga postao jedan od najprepoznatljivijih na svijetu**, suočiti se s njom otvorenih očiju i secirati je do najneugodnijih detalja.

Podsjetimo, već je [objavljen festivalski raspored](#) te najavljen niz predavača izuzetnog postava tipično-netipičnih Dana komunikacija – sudionicima će se u Rovinju 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](#) powered by ENNA; futuristica i stručnjakinja svjetskoga glasa koja znanošću dekonstruira stres i motivaciju [Shivvy Jervis](#); vodeći komunikator Googleova AI Laba Deepmind, SpaceX-a i Facebooka [Dex Hunter-Torricke](#) powered by Google; prva odvjetnica specijalizirana za regulacije i autorska prava videoigara koja će nas povesti na putovanje kroz kontroverzni metaverse [Micaela Mantegna](#); neuroznanstvenik svjetskoga glasa i predvodnik nove generacije marketinških lidera [Moran Cerf](#) powered by Hrvatski Telekom; osnivač viralnih Facebook stranica UNILAD i LADbible i jedan od prvih koji su shvatili koliko društvene mreže mogu biti istinski utjecajne [Alex Partridge](#) powered by Konzum; najveći prankster današnjice u još jednoj proslavljenoj ulozi [Oobah Butler](#); brend-strateg svjetske reputacije koji stvara jedinstvena iskustva brendova, predvodeći ih do njihovih poslovnih ciljeva [Brian Collins](#); proslavljeni umjetnik, dizajner, ilustrator, muralist i autor koji je dizajnirao i naslovnice Timea [Timothy Goodman](#); globalno nagrađivani govornik, autor i komunikacijski trener koji tvrtke, menadžere i lidere pretvara u majstore komunikacije [Marnick Vandebroek](#); marketinška stručnjakinja specijalizirana za rast brendova te autorica bestsellera *The Laws of Brand Storytelling* [Jessica Gioglio](#) – 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).

\*\*\*

## O DANIMA KOMUNIKACIJA:

Dani komunikacija prepoznati su kao **jedan od najboljih evenata na svijetu** prema britanskom Association Excellence Awardsu 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 ovoga 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.

# IDIK '20'24

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)

LOWE