

J

jutarnji.hr



Jutarnji list - Od naslovnice časopisa Time i dizajna Nike tenisica do Dana komunikacija – Timothy Goodman dolazi u Hrvatsku

Nije mu stran ni soboslikarski rad, a ni naslovnica magazina Time – put do uspjeha često je neuobičajen, a nitko o tome ne zna više od [Timothyja Goodmana](#), novoga gosta pozornice ovogodišnjih [Dana komunikacija!](#) Festival tržišnih komunikacija koji će od 11. do 14. travnja u Rovinju okupiti kreativnu, komunikacijsku i digitalnu industriju posvećen je tipično-netipičnoj kreativnosti koja izlazi iz granica racionalnosti i slijedi isključivo vlastita pravila, a upravo će to pokazati predavanje *You Gotta Make a Lot of Stuff Before You Can Make Stuff Like Yourself* ovoga proslavljenoga umjetnika, dizajnera, ilustratora, muralista i autora.

Timothy Goodman ima jedan cilj u životu – izraziti se autentično i u cijelosti. A da društvo to i prepoznaje, pokazuje činjenica da danas njegov portfolio krase ne samo prekrasni dizajni na zidovima u Williamsburgu, već i suradnja s globalnim brendovima kao što su [Apple](#), [Google](#), [Museum of Modern Art](#) i [Yves Saint Laurent](#). On je umjetnik u pravom značenju te riječi, a njegove ilustracije imaju važnu zadaću: one pokreću značajne dijaloge o životu i kreativnosti.

Kontinuirano pronalazi nove načine za razgovor o važnim temama, bilo to ukrašavanje košarkaškog terena u školi u Brooklynu ili [dizajniranje tenisica za Nike](#). Poznati kamioni za odvoz smeća iz New Yorka ukrašeni crtežima, ali ukrasi na zidovima *trendy* hotela u New Yorku – sve je to djelo ovog kreativnog genijalca koji ne prihvaća granice i svoju umjetnost ne ograničava lokacijom i formatom, stoga se ona nalazi čak i na majicama popularnog branda Uniqlo. Međutim, [Goodmanova se umjetnost ne ističe samo svojom raznovrsnošću, već i snažnim utjecajem koji ima na društvo.](#)

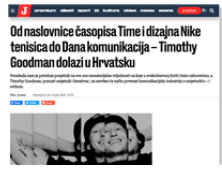
„Uz nevjerojatan kreativni izričaj, posebnost je Goodmanova rada u tome što su [mentalno zdravlje, politika i ljubav samo neke od tema koje stavlja u fokus u svom stvaranju](#). Na [Dane komunikacija dolazi s vrlo osobnom zadaćom – želi se, u društvu sudionika festivala, vratiti na sami početak i ponuditi svoj odgovor na vječno pitanje za industriju, ali i izvan nje: kako definirati značenje? Nestrpljivi smo sve saznati u Rovinju](#)“, poručila je [Anđela Buljan Šiber](#), članica organizacijskog odbora festivala.



21.04.2023., Rovinj - 9. [Dani komunikacija](#) 2023. u Rovinju. Don't Let 'Purpose' Ruin Our Industry, Toshihiko Tanabe.

Matija Habljak/pixsell/Pixsell

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 znanost dekonstruira stres i motivaciju [Shivvy Jervis](#); vodeći komunikator Googleova AI Laba Deepmind, SpaceX-a i Facebooka [Dex Hunter-Torrice](#) 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, predvođeni ih do njihovih poslovnih ciljeva [Brian Collins](#); 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 Goglio](#) – te niz drugih velikih svjetskih imena industrije koja će ponuditi [neprocjenjiva iskustva, zavidna znanja i vrhunske uvide](#).



Svi kreativci, marketinški, 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.



02.04.2022., Rovinj, 8. dani komunikacija održavaju se u Rovinju. Atmosfera POSJETITELJA

Emica Elvedji/pixsell/Pixsell

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.

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 BaCannes, 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](#).