

Najbolje od zadnjeg dana festivala – donosimo kratki pregled s Dana komunikacija

Posljednji dan ovogodišnjega izdanja festivala još dugo nećemo zaboraviti, a bez sumnje smo učvrstili stav da Dani komunikacija na svoju pozornicu dovode najzanimljivije sugovornike – ali i da okupljaju najbolje od domaće industrije.

„*Sjedećih deset godina znanost će biti usmjerena na istraživanje sjećanja*“, poručio je jedan od vodećih svjetskih **neuroznanstvenika Moran Cerf** powered by Hrvatski Telekom, stručnjak za nesvjesne, ali možda upravo zato ključne bihevioralne procese potrošača, na subotnjem predavanju u sklopu Dana komunikacija, poznatoga komunikacijskog festivala koji se ove godine održao od 11. do 14. travnja u Rovinju. Studije **predvodnika nove generacije marketinških lidera** – tako je ovoga znanstvenika svjetskoga glasa opisao upravo otac modernog marketinga Phil Kotler – domaćim su komunikatorima rasvijetlile naše procese odlučivanja i korake kojima je na njih moguće utjecati, uključujući predviđanje ljudskih interesa i afiniteta.

Na Danima komunikacija nikada nije dosadno – a ovom su prilikom odlučili ispitati i zašto smo, kao društvo, toliko gladni spektakla **osnivača notornoga američkog Fyre Festivala Billyja McFarlanda**, s kojim je razgovarao **Davor Bruketa**. McFarland pokrenuo glazbeni festival 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**. „*Zna se da na ovoj pozornici ne bježimo od neugodnih tema – a upravo je Fyre Festival primjer koji kao studiju slučaja možemo promotriti od spektakularnog početka do kobnog pada. I zato nam je danas na Danima komunikacija poslužio kao skandalozan, ali neizbježan poligon za razgovor o važnosti transparentnosti u marketingu i komunikacijama*“, poručio je Bruketa.

U subotu je okrugla pozornica velike festivalske dvorane ugostila i briljantnoga **Eugenea Cheonga** powered by ENNA s nezaobilaznim predavanjem naziva **Ten Things**, svojom riznicom jedinstvenih misli i spoznaja koje su rezultat njegova životnoga iskustva u kreativnim komunikacijama. „*Naš je posao prenijeti emociju, a ne prezentirati puke činjenice. Kako bismo razgovarali s ljudskim bićima, moramo ovladati jezikom emocija*“, odlučan je bio Cheong, ujedno osvajač tisuće velikih priznanja za svoj kreativni rad, jedan od začetnika Asian Creative Revolutiona i veliko lice Ogilvyja tijekom mnogih godina koji je sudionike Dana komunikacija ostavio bez daha.

Izvršnom programu glavne dvorane trećeg su se dana pridružili i kreativka, edukatorica i stručnjakinja za fluidnu komunikaciju među pojedincima – a naročito brendovima, koje uči kako komunicirati samouvjerenije i inkluzivnije **Ruby Rare** te globalno nagrađivani govornik, autor i komunikacijski trener koji tvrtke, menadžere i lidere pretvara u majstore komunikacije **Marnick Vandebroek**. U tri festivalske dvorane posvećene domaćim stručnjacima govorilo se o brojnim temama – uključujući one digitalne poput **IAB Croatia's PPP: Is AI Tripping?**; o efikasnom

komuniciranju i analitikama na velikim međunarodnim tržištima u *Is Bigger Better? by IAB Croatia*; o hrvatskom digitalnom tržištu u *The Bigger Picture: Insights from IAB Croatia's Online Media AdEx*; sve do regionalnih pregleda kreativnosti *Meet Your Neighbours: The Balkan... Oops, We Mean CEE Markets Snapshot* i niza drugih, a predstavljeni su i IAB-ov novi **Online Media AdEx** te nove smjernice **Attention, now!**

Organizatori su povodom zatvaranja desetog izdanja festivala pozdravili svoju DK zajednicu, zahvalili svim predavačima, panelistima, partnerima i prijateljima festivala i medijima te čestitali pobjednicima natjecanja, zatvorivši festivalska vrata – dogodine. **Anđela Buljan Šiber**, članica Organizacijskog odbora Dana komunikacija, prokomentirala je: „Iza nas su tri nezaboravna dana, a subota je kvalitetom svojih sadržaja bila samo šlag na torti. **Svake godine razmišljamo o tome kako nadmašiti prethodno izdanje – bojim se da nas za 2025. čeka jako težak zadatak jer je ovogodišnji festival bio top.**“

Sve one koji se ove godine nisu mogli pridružiti velikom slavlju komunikacijske industrije razveselit će vijest da su **online kotizacije uz koje je sadržajima glavne dvorane moguće pristupiti i 30 dana nakon završetka festivala** dostupne na 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 puta u rovinjskom Loneu dočekuje 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 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.

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.

IDIK '20'24

Više informacija pronađite na www.iab-croatia.com te na [Facebooku](#) i [LinkedInu](#).

Kontakt za medije: barbara.tolic@hura.hr