



Od lokalnog do globalnog na **Danima komunikacija**

Kako efikasno povezati biznis i komunikacije, a pritom i uspješno potaknuti rast u oba aspekta? **Dani komunikacija** od **11. do 14. travnja u Rovinju okupit će** marketingaše, komunikatore, digitalce i sve kreativce na festivalu tržišnog oglašavanja koji izlazi iz svih okvira industrije – te u svojoj dobro poznatoj maniri i bez dlake na jeziku pronaći inovativne načine za kvalitetan rast.

Da komunikacijska industrija ne poznaje granice, pokazuje i **nedavno objavljeni raspored ovogodišnjeg festivala**, koji će objединiti globalne i lokalne perspektive prvi put u čak četiri festivalske dvorane: ovoga puta izdvajamo dio projekata, razgovora i studija slučaja.

BANK RUN IN THE DIGITAL AGE — COMMUNICATION FAILURE OR BANK FAILURE? POWERED BY UBIK

Jedan od najgorih scenarija u bankarskoj industriji zasigurno je masovno povlačenje sredstava. Uzrok su najčešće panika i strah klijenata zbog manjka transparentnosti, a to je krajnji trenutak za početak krize komunikacije. Kako ublažiti paniku i **koji su komunikacijski alati najbolji kada do klijenta treba doći brzo i efikasno**? Na ova i mnoga druga pitanja odgovore će ponuditi stručnjaci: **Vlaho Hrdalo** (partner, Hrdalo & Krnic Law Firm, predsjednik, UBIK), **Ana Dorić Škeva** (članica Uprave, Addiko Bank), **Paško Rakić** (Banking supervision, Resolution and Euro Introduction, Hrvatska narodna banka) i **Neven Vidaković** (CEO, Loti Trading LLC i član Uprave, Escont Partners LLC i Trading Club LLC).



DECENTRALIZED DIALOGUES: SPLIT STATE OF MIND POWERED BY SPLIT TECH CITY

Monumentalna arhitektura, nenadmašan pogled na Jadransko more i prepoznatljiva Dioklecijanova palača pozicioniraju Split kao jedan od najvažnijih hrvatskih gradova. A kakva je realnost u gradu i kako na njega utječe centralizacija? Koja je uloga tehnoloških i komunikacijskih stručnjaka u budućnosti Splita? Na ova će pitanja odgovore ponuditi moderatorica **Pinja Poljaković** (trenerica javnog nastupa, javna govornica) u razgovoru s **Lukom Šipićem** (vlasnik/direktor, Vrh komunikacije), **Tonijem Miličevićem** (voditelj marketinga, Locastic) i **Romanom Ban** (content kreatorica i organizatorica evenata, Split Tech City) na panelu [Decentralized Dialogues: Split State of Mind Split Tech Cityja](#).

HOW TO BUILD A GLOCAL BRAND: THE CASE OF ZALANDO

Glocal je riječ koja savršeno opisuje integraciju lokalnog i globalnog, a upravo je to u srži Zalanda, jedne od vodećih e-trgovina u području mode, ljepote i lifestylea kako u Hrvatskoj tako i diljem Europe, koja broji 50 milijuna aktivnih kupaca. Kako marketinški timovi uspijevaju ujediniti međunarodne i lokalizirane kampanje koje odgovaraju potrebama kupaca na svakom tržištu? **Krzysztof Bialkowski** (direktor marketinga, Zalando) otkrit će sve tajne ovog uspješnog i inspirativnog brenda, a govorit će i o suradnji s lokalnim talentima na predavanju [How to Build a Glocal Brand: The Case of Zalando](#).

ENGAGE ANYWHERE: UNVEILING A SEAMLESS OMNICHANNEL EXPERIENCE POWERED BY TEADS

Connected TV (CTV) trenutno je na svome vrhuncu: samo u Americi broji više od 115 milijuna kućanstava. Ovaj prijelaz publike s linearnog TV-a otvara nova vrata oglašivačima da se povežu i lakše privuku svoju publiku. Zahvaljujući spoju videa, digitala i CTV-a, **Sergiu Gruita** (regionalni direktor CEE, Teads), sa sudionicima će podijeliti sve tajne omnichannela u predavanju naziva [Engage Anywhere: Unveiling a Seamless Omnichannel Experience](#).



THE NEW WORKPLACE POWERED BY NATIVE TEAMS

U dinamičnom svijetu tehnologije budućnost je sve više nepredvidiva. Svi su znatiželjni oko toga hoćemo li pobjeći od tradicionalnih granica posla ili smo na rubu otkrivanja nečeg sasvim neočekivanog. Dva će se inovatora i vizionara, **Jack Thorogood** (poduzetnik; osnivač, Modern Fintech Solutions; inovator) i **Jan de Jong** (poduzetnik, zagovornik digitalnog nomadstva), pod moderatorskom palicom **Timotheja Jukića** (regionalni direktor, Native Teams), potruditi na panelu objasniti [sve o posljednjim trendovima i tehnologijama](#) koje će oblikovati budućnost posla i podijeliti savjete o prilagodbi na nove zahtjeve digitalnog doba.

CONNECTING BRANDS TO CONSUMER PASSIONS — COME OUT AND PLAY WITH HAVAS PLAY POWERED BY ASCANIUS MEDIA

Kako kroz svrhu i upečatljive trenutke povezati brendove s njihovom ciljanom publikom? Globalno objavljivanje Havas PLAY-a povećalo je stručnost te mreže u područjima glazbe, sporta, igra i drugim područjima aktiviranja navijača nakon uspješnog uvođenja brenda 'PLAY' u Francuskoj 2021. godine. Ascanius Media u raspravi naziva [Connecting Brands to Consumer Passions — Come Out and Play with Havas Play](#) dovodi u Rovinj **Beatu Magdziarz** (Chief Digital Officer, Havas Media Network Poland), koja će svoje iskustvo na poljskim projektima donijeti i hrvatskom tržištu.



Dani komunikacija na festivalu okupljaju brojne lidere domaće i međunarodne industrije, dajući im priliku da svoju ekspertizu podijele sa strukom, na jednom mjestu tijekom tri dana akumulirajući brojna neprocjenjiva znanja koja će doprinijeti rastu i razvoju – kako struke tako i svih njezinih aktera.

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.