



In conversation
Dunja Ivana Ballon

Izvršna direktorica Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje i IAB-a Croatia te direktorica Dana komunikacija OTKRIVA U ČEMU JE TAJNA USPJEHA jednoga od najkvalitetnijih projekata domaće komunikacijske zajednice



Tema ovog broja Ellea je uspjeh. Kako ga vi definirate?

Kompleksan pojam. Često uspjeh proizlazi iz naše vječne ljudske potrage za odobravanjem i validacijom, bilo bogatstvom, slavom ili medaljama, ali čini mi se da je to zapravo unutarnje ispunjenje koje postižemo kada zadovoljimo vlastite standarde, one koje smo si sami svjesno ili nesvjesno nametnuli. To je neprestana utakmica sa samim sobom. Ali problem je s uspjesima što su često pogrešno kalibrirani – prenisko ili previsoko.

Što prema vašem mišljenju treba imati osoba ili projekt kako bi se smatrao uspješnim?

Trud i upornost, zapravo disciplina, uvijek se isplate, a karakter, sposobnost i hrabrost pojačavaju.

Direktorica ste festivala i programa važnog festivala kreativnosti i tržišnih komunikacija koji postoji već deset godina. Koja je tajna uspjeha tog projekta - Dana komunikacija? Kako svake godine uspijete rušiti rekorde?

Na ovo pitanje imam uvijek isti odgovor. Zaboravite igranje na sigurno, redefinirajte granice, prekržite konvencionalno, okružite se sjajnim i sposobnim ljudima te uživajte u onome što radite. Mi smo pravi festival kreativne industrije koja je uvijek bila nekonvencionalna i drugačija, s čime i sami rezoniramo. Ne bih nikada došla na festival koji nije promislilo kako svako iskustvo mene kao sudionika uvijek i ispočetka dovesti na novu razinu, a vratila bih se uvijek zbog iznimnog programa koji je bez premca te potpuno suludih iskustava u tri sunčana dana na obali koje nigdje drugdje nije moguće pronaći nego na Danima.

Vaša se industrija brzo razvija, a za uspjeh je potrebna posebna vrsta agilnosti i intuicija za sljedeći najveći trend. Često se govori da Dani komunikacija ne prate trendove, nego ih stvaraju. Kako gledate na to, postoji li savršen način da prepoznate nove najveće trendove ili se svakom dogodi da položi nade u nešto što brzo nestane s radara?

Rekla bih da se naša industrija i prebrzo razvija, ali mi jesmo u biznisu ideja. Ideje uvijek donose inovaciju i napredak. Zato volimo da Dani komunikacija budu mjesto gdje se rađaju ideje koje će definirati sutra i koje su nevjerovatan boost svakom biznisu, kao i osobnom rastu svakog sudionika. Biti u tom rovinjskom kreativnom kaosu u kojem vladaju neki drugi zakoni olakšava

pripremu za ono što budućnost nosi. Valjda je onda odgovor biti tamo gdje se sutra događa danas.

Na festivalu dodjeljujete nagrade koje su agencijama i oglašivačima važna platforma za usporedbu kvalitete ne samo na nacionalnoj, nego i na regionalnoj razini. Možete li zamisliti kakvo bi bilo stanje na tržištu da nema vaših Effie, MIXX, IdejaX, BalCannes i Young Lions natjecanja te što bi bilo drugačije?

Natjecanja su potrebna jer promiču zdravu konkurenciju, neprestano pomicanje granica i podizanje kreativne ljestvice industrije. Ako svi igramo na sigurno i ne riskiramo, tržište bi bilo jedno veliko dosadno mjesto. Znam da ne želim takav scenarij gdje tržište ne raste ni približno brzo koliko bi trebalo ili moglo, a sve zbog nedostatka pojma standarda. Mi smo sada došli do razine gdje je hrvatska kreativna u uzlaznoj putanji te je pronašla svoje mjesto na globalnoj mapi zbog neumornog promicanja kvalitete na domaćem terenu, uostalom kroz naša strukovna natjecanja.

Sigurni smo da je na ovo pitanje gotovo nemoguće odgovoriti, ali možete li s nama podijeliti top tri sjećanja s Dana komunikacija tijekom svih godina organiziranja (ili neke od vama najupečatljivijih predavača)?

Kada smo 2018. uveli poznati okrugli stage, što je ideja koja je, naravno, proizašla iz uma Davora Brukete. Kada smo imali svog prvog *bad boy* Petera Sundeaa, osnivača The Pirate Baya. I jedan recentni primjer, kada je jedan od najvećih mislilaca na svijetu Dan Ariely u mraku pio rakiju s publikom na stageu iza ponoći na Q&A segmentu koji smo dogovorili to jutro na doručku.

Što je najvažnije što vas (i nas) je DK2024 naučio?

Povezujući s temom, DK2024 me naučio da je biti u potpunosti svoj, hrabar, eksperimentirati, riskirati i vjerovati svojim instinktima ključ uspjeha u ovom našem kreativnom svijetu. Naučio me da je uspjeh stvaranje nečega toliko uzbudljivog da gdje se danas nalazimo nije ni blizu toliko zanimljivo kao ono gdje ćemo biti sutra. Naposljetku, volim i sama poslati poruku o kreativnosti kao jednoj od najvažnijih ljudskih vještina čija vrijednost u doba hiper tehnologije sve više dobiva na značaju, a i da će možda ostati i jedna od posljednjih samo ljudskih vještina. ■



MATIJA HABIJAK/PKSELL



BORNAJAKŠIĆ/PKSELL



VANA KATANIĆ

“USPJEH JE BITI U POTPUNOSTI SVOJ, HRABAR, EKSPERIMENTIRATI, RISKIRATI I VJEROVATI SVOJIM INSTINKTIMA”