

Zašto brendovi poput Nikea, Volva, adidasa i IKEA-e slušaju baš njega? Johan Ronnestam stiže na **Dane komunikacija**

Veliki budžeti i razvikana produkcijska imena ne jamče nužno sjajne ideje – a **Dani komunikacija**, inspirativni **festival tržišnih komunikacija**, ponovno će okupiti vodeće svjetske i domaće stručnjake iz...



Snažni vizuali, kreativni tehnološki pomaci, dinamične animacije i impresivni zvučni elementi – nagrađivani brend-stručnjak Johan Ronnestam stiže na glavnu festivalsku pozornicu **Dana komunikacija**. Veliki budžeti i razvikana produkcijska imena ne jamče nužno sjajne ideje – a **Dani komunikacija**, inspirativni **festival tržišnih komunikacija**, ponovno će okupiti vodeće svjetske i domaće stručnjake iz industrije kako bi raspravljali o inovacijama, kreativnosti i budućnosti brendiranja. Ovogodišnje izdanje održat će se od 15. do 18. svibnja u Rovinju, a moć kreativnosti opet će biti jedna od nezaobilaznih tema festivala. Svoju će perspektivu sa sudionicima podijeliti i Johan Ronnestam, globalni stručnjak za branding, serijski poduzetnik i kreativni vizionar iza kampanja za brendove poput Volva, adidasa, IKEA-e, MTV-a i Nikea, koji će se popeti na

glavnu festivalsku pozornicu. Ovaj bivši profesionalni snowboarder (jedan od rijetkih ljudi na svijetu koji su postigli okret od 1440°) i surfer uspješno strast pretvara u inovaciju te dobro zna kako iskoristiti inspiraciju iz svakodnevice za uspješna kreativna rješenja nekih od najvećih brendova. Ronnestamova filozofija stvaranja ne oslanja se na velike budžete i produkcijske kuće, već na moć briljantnih ideja i talentiranih pojedinaca, a njegov su inovativni rad prepoznali i nagradili brojni prestižni festivali, među kojima su Cannes Lions, D&AD, Epica i Clio. Na **Danima komunikacija** održat će predavanje The Frontier of Awesome – The Future of Brand Building in AI-Driven World, koje istražuje kako umjetna inteligencija, društvene mreže, održivost i privatnost mijenjaju pravila igre u svijetu brendiranja. Sudionici će imati priliku uroniti u vizualno bogatu prezentaciju punu kreativnih tehnoloških rješenja, animacija i zvučnih efekata koji će dočarati novu eru komunikacije i razvoja proizvoda. Ronnestam će u svom predavanju publici pokazati kako inovacije i kreativna hrabrost mogu redefinirati brendove u doba umjetne inteligencije, potrošačke privatnosti i održivosti. Ronnestam će se na glavnoj festivalskoj pozornici pridružiti slavnoj humanoidnoj umjetnoj inteligenciji Sophiji; najinovativnijem CMO-u na svijetu prema Business Insideru i osvajaču više od 200 nagrada Cannesa Lionsa Fernandu Machadu; Karen Nelson-Field, vodećoj svjetskoj ekspertici za ekonomiju pažnje i najobjavljivanijoj autorici na WARC-u; Blairu Ennsu, najvećem svjetskom autoritetu za prodaju i pricing kreativnih usluga; Michaelu Corcoranu, Internet's Savviest Trollu i bivšem voditelju društvenih mreža Ryanaira; kao i Marishi Lakhiani, stručnjakinji za umjetnu inteligenciju i automatizaciju za rast brendova te maksimizaciju povrata na ulaganje u oglašavanje (ROAS). Organizatori su najavili moćan line-up s liderima iz Hrvatske i svijeta koji će gostovati u programu jednog od najvažnijih događaja na ovim prostorima za sve koji se bave kreativnošću i komunikacijama. Svi koji žele biti dio ovog posebnog iskustva od 15. do 18. svibnja u Rovinju, informacije o sudjelovanju mogu pronaći na www.danikomunikacija.com.