



hedonist-magazin.com



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

Snažni vizuali, kreativni tehnološki pomoci, dinamične animacije i impresivni zvučni elementi – nagrađivani brend-stručnjak Johan Ronnestam stiže na glavnu festivalsku pozornicu **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 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 komunikacije](#) 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.



12.04.2024., Rovinj – Atmosfera drugog dana na 10. [Danima komunikacija](#) 2024. koji se održavaju u Rovinju.

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 Cannes Lionsa [Fernandu Machadu](#), [Karen Nelson-Field](#), vodećoj svjetskoj ekspertici za ekonomiju pažnje i najobjavljanijoj autorici na WARC-u, [Blairu Ensu](#), najvećem svjetskom autoritetu za prodaju i *pricing* kreativnih usluga, [Michaelu Corcoranu](#), *Internet's Savviest Trollu* i bivšem voditelju društvenih mreža Ryanaira; kao i [Marishi Lakhani](#), stručnjakinja 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