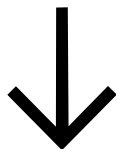


Zašto brendovi poput Nikea, Volva, adidasa i IKEA-e slušaju baš njega? Johan Ronnestam stiže na DK - After5

Snažni vizuali, kreativni tehnološki pomoci, dinamične animacije i impresivni zvučni elementi – nagrađivani brend-stručnjak Johan Ronnestam na DK





12.03.2025. | AUTOR: After5

Život prije 5 | Novosti
#promo

*Snažni vizuali, kreativni tehnološki pomoci, 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 sv

null