

G

grazia.hr

□

Zašto najveći brendovi slušaju baš Johana Ronnestama?

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, adidas, 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 Cannes 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.

□

Foto: Matija Habljak, Borna Jakšić/PIXSELL