OBJAVA ZA MEDIJE
Zagreb, 23. travnja 2025.

Tko tu koga kupuje? Povjerenje, publicitet, bunt i odgovorno oglašavanje pod reflektorima Dana komunikacija

U vremenu kada emocije prodaju bolje nego ikad, a vrijednosti se mjere algoritmima, veliki festival kreativnosti, digitala i komunikacija otvara teme koje oblikuju odnos između brendova, potrošača i društva.

Kako izgleda bunt u doba brendiranog otpora? Koliko je oglašavanje danas odgovorno – i može li biti dio rješenja u vremenu izazova održivosti? Zašto nam je i dalje teško otvoreno govoriti o novcu? Što danas znači povjerenje potrošača i kako izgleda javna pogreška u digitalno doba – samo su neka od pitanja koja će postaviti jedanaesti **Dani komunikacija**, koji će se **od 15. do 18. svibnja održati u rovinjskom hotelu Lone**.

Festival tržišnih komunikacija donosi niz tema koje na sučelju oglašavanja, kulture i psihologije progovaraju o ključnim točkama suvremenog društva, a razgovori će okupiti **predstavnike brendova, agencija, bankarskog sektora, nezavisne kreativne scene, medija i znanosti** kako bi otvorili iskrene, često i neugodne, ali nužne razgovore o temama koje nas sve oblikuju, bilo da smo potrošači, kreatori, oglašivači – **ili samo ljudi u svijetu koji se stalno mijenja.**

BUY & DIE: BUY MORE! SPEND MORE! DIE MORE QUICKLY! (OR IS CONSUMERISM DRAGGING US STRAIGHT TO HELL?)

Oglašivačka industrija, kao sastavni dio šireg ekonomskog sustava, već desetljećima potiče potrošnju i oblikuje percepciju vrijednosti u društvu. No u vremenu rastuće klimatske krize, postavlja se pitanje može li taj isti sustav biti preusmjeren na održiviji model — ili je ideja oglašavanja koje ne promovira neumjerenu potrošnju tek utopija? Ova kompleksna i važna tema bit će u fokusu rasprave **Karle Andrić** (osnivačica Haiku komunikacija, #EUClimatePact veleposlanica, savjetnica za komunikaciju o održivosti i društvenoj odgovornosti, zagovornica protiv greenwashinga), **Ane Brajković** (direktorica, Circled) i **Vinka Filipića** (direktor, Greencajt) uz moderatora **Damira Ciglara**, člana organizacijskog odbora Dana komunikacija te direktora agencije Imago Ogilvy.

I LOVE TO HATE YOU: THE ANATOMY OF CANCEL CULTURE by WOLF

Što se dogodi kada jedan trenutak sve promijeni? Cancel kultura, nekoć usmjerena na preuzimanje odgovornosti, danas sve više nalikuje sustavu brzih presuda i javnih osuda — bez vremena za provjeru činjenica, prostora za rast ili šanse za povratak. U eri u kojoj oprost nestaje iz javnog diskursa, ključna pitanja postaju: kako se nositi s pogreškom u digitalno doba i postoji li način da se ona umanji? U razgovoru koji će moderirati **Aleksandar Stanković** (novinar), svoja će iskustva i uvide podijeliti **Ella Dvornik** (?), **Ana Čerenšak** (psihologinja, Mental training center) i **Manuela Šola** (direktorica, Komunikacijski laboratorij). Kroz stvarne priče i analizu suvremenih izazova, raspravit će o tome može li se uopće još priuštiti pogreška u svijetu koji presuđuje brzo, javno i bez zadrške.

BEYOND THE CHECKOUT: THE NEW RULES OF CONSUMER TRUST powered by STUDENAC

Pitanje povjerenja u maloprodaju nadilazi same potrošačke navike — ono se tiče temeljnih psiholoških mehanizama ponašanja potrošača i načina na koji se brendovi povezuju sa svojim zajednicama. U vremenu kada je autentičnost ključna, kako ponovno izgraditi povjerenje između trgovaca i potrošača? Na Danima komunikacija ovaj će panel predstaviti znanost o potrošačkom ponašanju, istražujući što osigurava lojalnost, osjećaj pripadnosti i stvarnu povezanost s brendom. O ovoj će temi razgovarati **Tatjana Spajić** (direktorica korporativnih komunikacija, Studenac Market), **Anđela Buljan Šiber** (osnivačica, Izone, članica organizacijskog odbora Dana komunikacija) i **Senka Brajović** (partnerica, Improve Research & Analytics) uz moderatora **Maroja Sabljića** (direktor, B2B GLOBAL).

CAN MONEY TALK BE SEXY? powered by ADDIKO BANK

Iako je novac neizbježan dio svakodnevice, razgovori o financijama i dalje su za mnoge neugodni, pa čak i tabu. Zašto je tomu tako, osobito u društvu u kojem je dijeljenje privatnih informacija postalo gotovo norma? Ovaj panel istražuje kulturološke, društvene i psihološke razloge iza naše nelagode u vezi s financijskim temama, uz poseban fokus na ulogu komunikacijskih stručnjaka, psihologa i financijskih institucija u mijenjanju tog narativa. Svoja će razmišljanja i iskustva podijeliti **Petra Bašić Jantolić** (izvršna direktorica Razvoja poslovanja s klijentima, Addiko Bank), **Davor Bruketa** (kreativni direktor i suvlasnik full-service agencije Bruketa&Žinić&Grey te član organizacijskog odbora Dana komunikacija), **Martina Trboglav Podvorac** (psiholog, terapeut i vlasnik, Privatna psihološka praksa Corium) te **DJ Rea** (Rea Hadžiosmanović, glazbena urednica/glazbena novinarka/glazbena konzultantica, vlasnica kreativnog obrta Puding) u razgovoru koji će moderirati **Petar Tanta** (direktor, CTA komunikacije).

NOTHING IS PUNK ANYMORE

Nekada je bunt imao svoj prepoznatljiv vizualni identitet — poderane traperice, istrošene tenisice i jasan otpor prema svemu korporativnom. Danas isti taj bunt dolazi u limitiranom izdanju s pripadajućom marketinškom kampanjom. Je li svaka kontrakultura već komercijalizirana? Može li išta ostati autentično i izvan tržišnih okvira u svijetu u kojem i protest dolazi uz sponzora? Na ova pitanja pokušat će odgovoriti rasprava koju će moderirati **Marko Šesnić** (suosnivač, Studio Šesnić&Turković, član Uprave HURA-e i IAB-a Croatia), a pridružit će mu se **Ela Barić** (Brand Manager, Radenska Adriatic), **Domagoj Davidović** (kreativni strateg, MinusMinus Agency, član IAB-a Croatia) te **Maro Pitarević** (kreativni direktor, Real grupa).

Uz spomenute teme, mnogi će se programski sadržaji baviti kreativnošću, umjetnom inteligencijom i biznisom, ali i **brojnim raznolikim temama od velikog značaja komunikacijskoj branši**, među kojima su i *PPP: Pitch Me If You Can — Guide to Fair & Smart Agency Selection powered by Ožujsko pivo*, *On Influencer Marketing by IAB Croatia: Is Your Feed a Lie?*, *The Experience Economy: Events as the Frontline of Brand Experience*, *Why Your Business Needs a Gamer's Mindset by Game Changer* i drugi.

Podsjetimo, uz sjajan domaći program, **najavljen je niz vodećih svjetskih lidera** iz područja kreativnosti, digitala, dizajna, pažnje korisnika, pitchiranja, umjetne inteligencije i brojnih drugih tema.

Svi koji žele biti dio ovog posebnog iskustva od 15. do 18. svibnja u Rovinju, informacije o sudjelovanju mogu pronaći na **www.danikomunikacija.com**.

***

O DANIMA KOMUNIKACIJA:

Dani komunikacija prepoznati su kao **jedan od najboljih evenata na svijetu** prema britanskom Association Excellence Awardsu zbog svog *out of the box* pristupa, jedinstvene festivalske ponude, visokokvalitetne produkcije i organizacije. Novo izdanje festivala – koji je poznat po tome da se na njemu okupljaju ključni predstavnici oglašivača, agencija, stručnjaci za odnose s javnošću, predstavnici medija i ostali profesionalci iz komunikacijske industrije ključni za stvaranje i pokretanje promjena – i ovog će proljeća u rovinjskom Loneu dočekati sve one koji komunikacijsku industriju istovremeno mrze i vole, ali prema njoj, zahvaljujući ovom festivalu koji zdušno okuplja komunikacijsku zajednicu, nikako ne mogu biti ravnodušni. Više informacija pročitajte na službenim stranicama festivala www.danikomunikacija.com.

***

O ORGANIZATORIMA:

Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje (HURA) vodeća je strukovna udruga u sektoru tržišnih komunikacija u Hrvatskoj. Članice HURA-e neke su od najboljih i najnagrađivanijih domaćih agencija. HURA organizira nacionalni festival tržišnog komuniciranja Dane komunikacija s pripadajućim natjecanjima Effie, IdejaX, MIXX i Young Lions, marketinšku akademiju HOWtoWOW, regionalnu reviju reklamnih agencija BalCannes, redovne edukacije i mnoge druge projekte. Bori se za poboljšanje tržišnih uvjeta i napredak čitave industrije, što uključuje lobističke aktivnosti, pregovaranje sa zakonodavcem, promociju struke, brojna istraživanja i statistike u industriji, savjetovanje i drugo. Izvan granica djeluje u sklopu svjetskog udruženja agencija VoxComm, EACA-e (Europskog udruženja agencija za tržišno komuniciranje), ekskluzivni je predstavnik organizacija Cannes Lions i Effie Worldwide za Hrvatsku te je kroz Interactive Advertising Bureau (IAB) Croatia dio svjetske mreže IAB Global Network.

Pratite nas na službenim Facebook i LinkedIn stranicama, a više o HURA-i saznajte na www.hura.hr.

Interactive Advertising Bureau (IAB) Croatia kolektivni je predstavnik i ambasador industrije interaktivnog marketinga i velike svjetske organizacije IAB Global Network u Hrvatskoj. Djelovanjem unutar Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e), povezuje najvažnije aktere angažirane u rastu interaktivnog marketinga i inzistira na najvišem standardu, a hrvatsko je tržište ovom akvizicijom postalo bogatije za brojne materijale, specijalizirane edukacije, nagrade, istraživanja, analize i network koji će ekskluzivno biti dostupni kroz IAB Croatia.

Više informacija pronađite na www.iab-croatia.com te na Facebooku i LinkedInu.

Kontakt za medije: barbara.tolic@hura.hr