

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

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...



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. foto Maistra **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 umani? U razgovoru koji će moderirati novinar Aleksandar Stanković 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 možem li si uopće još priuštiti pogrešku u svijetu koji presuđuje brzo, javno i bez zadržke. 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 Sablića (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 (psihologinja, terapeutkinja i vlasnica, 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 pridružiti 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 druge. 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.