

Počelo najveće izdanje **Dana komunikacija** dosad

Nakon prošlogodišnjeg izdanja koje je oborilo vlastite rekorde, novi **Dani komunikacija** podigli su letvicu još više: jedanaesto izdanje festivala kreativnosti, digitalnih inovacija i tržišnih...



Nakon prošlogodišnjeg izdanja koje je oborilo vlastite rekorde, novi **Dani komunikacija** podigli su letvicu još više: jedanaesto izdanje festivala kreativnosti, digitalnih inovacija i tržišnih **komunikacija**, koje se u rovinjskom Loneu održava od 15. do 18. svibnja, premašilo je sva očekivanja – kako brojem posjetitelja i govornika, tako i širinom tema koje pokrivaju ključna pitanja za budućnost industrije. Zabilježen je i dosad daleko najveći interes javnosti u svim segmentima festivala, a tim su povodom na konferenciji za novinare ispred organizacije festivala u petak, 15. svibnja govorile Dunja Ivana Ballon, direktorica **Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e)** i **IAB-a Croatia** – organizatora festivala – i direktorica **Dana komunikacija** i festivalskog programa, te Jelena Fiškuš, predsjednica Uprave **HURA-e** i **IAB-a Croatia** te članica Organizacijskog odbora festivala, a pridružili su im se i neki od glavnih predavača ovogodišnjega festivala: slavna humanoidna umjetna inteligencija Sophia te Johan Ronnestam, globalni stručnjak za

brending, serijski poduzetnik i kreativni vizionar iza kampanja za brendove poput Volva, adidasa i IKEA-e. „S čak više od 80 programskih segmenata i preko 200 govornika na čak 5 festivalskih pozornica, uz podršku više od 130 partnerskih kompanija, tvrtki i **udruga**, pokrovitelja i prijatelja festivala, ovakav odaziv ne svjedoči samo o predanosti cijeloga organizacijskoga i operativnog tima već i o iznimnoj angažiranosti komunikacijske zajednice koja prepoznaje važnost stalnog usavršavanja, razmjene znanja i zajedničkog oblikovanja tržišta. **Dani komunikacija** i ove godine potvrđuju svoju ulogu središnjeg mjesta dijaloga, napretka i vizije u industriji tržišnih **komunikacija**”, poručila je Jelena Fiškuš. Uz predavače glavne dvorane, sudionici se, prvi put u još čak četiri dodatne festivalske dvorane mogu uključiti u cijeli niz zanimljivih diskusija o temama od velikog značaja za industriju, a program se nastavlja i u večernjem terminu na dodjelama nagrada struci, koje su od velike važnosti za industriju u cijelosti: „Ponosni smo na kreativnu i komunikacijsku industriju koja šalje jasnu poruku: jača je i kvalitetnija nego ikad. Više od 730 prijava, 125 članova žirija i odbora, uključivanje čitave zajednice, rekordan odaziv i visoki standardi projekata. Strukovna natjecanja nisu samo priznanja, već pokazatelj smjera u kojem ide naša struka. Konkurencija nikad oštija, a kvaliteta projekata dokazuje da imamo što reći – i svijetu pokazati“, poručila je Dunja Ivana Ballon. Jedna od tematskih preokupacija festivala zasigurno su i načini na koje inovacije i kreativna hrabrost mogu redefinirati brendove u doba umjetne inteligencije, potrošačke privatnosti i održivosti. „Svi brendovi su crne rupe dok ih netko ne počne puniti sadržajem“, rekao je Johan Ronnestam, jedan od ovogodišnjih predavača, te dodao: „Cilj je marketinga zapravo – osvajanje umova i srca potrošača.“ Njemu se na glavnoj pozornici već prvoga dana festivala pridružila i robotica Sophia, koju je razvila tvrtka Hanson Robotics. Dokazavši da **komunikacija** između ljudi i robota više nije znanstvena fantastika, poručila je: „Naš kontakt nikad više neće biti dosadan.“ Osim dnevnoga programa uz svjetske, regionalne i domaće stručnjake, tijekom sve tri festivalske večeri dodjeljuju se i nagrade najkvalitetnijim ostvarenjima struke, uz brojne druge festivalske aktivnosti. Detaljan raspored **Dana komunikacija** i informacije o svim aktivnostima dostupni su na službenim stranicama festivala.