

Tri dana, pet pozornica, 200 govornika: Počelo najveće izdanje Dana komunikacija dosad

Rekordnih 80+ programskih segmenata i više od 200 govornika na čak 5 festivalskih stageova ove godine, uz preko 130 partnera, više od 730 projekata prijavljenih na natjecanja, 3 dana, 3 noći – i samo jedni, jedinstveni Dani komunikacija.

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 branding, 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](#).

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