

Ponovno okupljeni neki od najboljih regionalnih komunikacijskih stručnjaka: Ovo je novi saziv Stručnoga savjeta BalCannesa

Ususret novoj natjecateljskoj sezoni okupljen je **Stručni savjet BalCannesa – savjetodavno tijelo koje će djelovati u fazi planiranja i organizacije ovoga regionalnog natjecanja komunikacijske industrije**, a primarna mu je zadaća sudjelovanje u kontinuiranom usklađivanju BalCannesa s potrebama industrije i tržišta zemalja sudionica (Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Sjeverna Makedonija, Slovenija i Srbija).

Sastav Stručnog savjeta natjecanja formirat će **predstavnici najbolje rangiranih agencija u svakoj državi natjecateljici BaCannesa u tekućoj godini**. U skladu sa sjajnim rezultatima u 2025. godini, čine ga sljedeći članovi: **Brankica Janković** (Aquarius Group, BiH), **Amna Džambić Branković** (Via Media, BiH), **Ejub Kučuk** (MITA Group, BiH), **Davor Bruketa** (Bruketa&Žinić&Grey, HR), **Darko Bosnar** (Imago Ogilvy, HR), **Luka Duboković** (BBDO Zagreb, HR), **Nataša Bojanić** (Leo Burnett Belgrade, SRB), **Žarko Veljković** (Jazavac i Utorak, SRB), **Maja Radak** (Fullhouse Ogilvy, SRB), **Marko Vičić** (Futura DDB, SLO), **Vanja Kmet Žižmond** (Povem, SLO), **Žiga Anžlovar** (McCann Ljubljana, SLO), **Sofija Semenpeeva** (Effectiva agency, MKD), **Bojan Kočovski** (McCann Skopje, MKD), **Jelena Ivanovic** (New Moment Skopje, MKD) i **Dejan Spirkoski** (Saatchi&Saatchi Skopje, MKD).

Članovi Savjeta **uključit će se u razgovore o sljedećim temama:** skupinama i kategorijama unutar natjecanja, žiriranju, kao i drugim aktivnostima vezanima uz osmišljavanje i provedbu natjecanja. Krajem listopada slijedi i prva sjednica Stručnog savjeta, na kojoj će članovi Organizacijskog odbora predstaviti presjek prošlogodišnje sezone i planove za iduću godinu, a članovi Stručnog savjeta dati svoje vrijedne povratne informacije, prijedloge i ideje za daljnji rad BalCannesa.

Uoči nove kreativne sezone, predstavnici agencija koje su prošle godine zauzele prvo mjesto u svojim državama te ujedno članovi Savjeta otkrivaju zašto je BalCannes mjesto na kojem se mjeri stvarna vrijednost ideja, gdje se postavljaju standardi i širi vidljivost daleko izvan granica regije:

„Kreativnost je navika, način života. Nепrestano smo u potrazi za inspiracijom i prilikama kako bismo održali kreativnost kao naviku. BallCannes je izvrsno mjesto za njegovanje te naše sjajne navike“, pojasnila je **Brankica Janković**, Aquarius Group (Bosna i Hercegovina).

„Balcannes je pozornica veća od naše lokalne, ali ne toliko velika da bi se na njoj dobre ideje izgubile“, poručio je **Davor Bruketa**. Bruketa&Žinić&Grey (Hrvatska).

„Riječ je o pridruživanju većem kreativnom krugu, dijeljenju ideja, davanju inspiracije i donošenju te inspiracije kući“, rekla je **Nataša Bojanić**, Leo Burnett Belgrade (Srbija).

Podsjetimo, nakon proglašenja pobjednika na svečanoj rovinjskoj pozornici na Danima komunikacija uslijedila je i objava BalCannes Reporta. Novo izdanje godišnjega izvještaja naziva [BALCANNES MOZAIK KREATIVNOSTI](#) obuhvatio je **niz regionalnih ljestvica** s podacima o najboljim projektima, oglašivačima i agencijama u regiji, ali i unutar natjecateljskih zemalja.

„BalCannes slavi kreativni puls naše regije – mjesto je gdje se ponajbolje ideje Slovenije susreću s najoštrijim talentom regije. To nije samo pozornica, nego i ogledalo toga koliko daleko naša kreativnost može dosegnuti“, rekao je **Marko Vičič**, Futura DDB (Slovenija).

„BalCannes je puno više od festivala – to je pozornica na kojoj doista vidiš ‘gdje stojiš’, ali i mjesto gdje dobiješ onaj tračak inspiracije da budeš hrabriji, luđi i kreativniji svaki dan“, poručila je **Sofija Semenpeeva**, Effectiva agency (Sjeverna Makedonija).

„Makedonija je malo oglašivačko tržište, ali kreativnost ne poznaje granice, a BalCannes je savršeno mjesto za testiranje naših posebnih lokalnih uvida. To je vrlo važno natjecanje jer ističe lokalne kampanje koje mogu postići regionalno, a kasnije i globalno priznanje“, pojasnio je **Bojan Kočovski**, McCann Skopje (Sjeverna Makedonija).

Više informacija o natjecanju – na kojemu će na novom izdanju još jednom biti moguće **osvojiti zlatnu, srebrnu ili brončanu nagradu** i regiji pokazati kvalitetu vlastitih projekata – potražite na [poveznici](#). Prijave se otvaraju najesen, a pobjednici će biti proglašeni na Danima komunikacija, koji će se održati od 7. do 10. svibnja/maja 2026.

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