

Kako izgleda festival prije nego što počne?

Dva dana prije početka Dana komunikacija u Rovinju sve već izgleda kao da je počelo – samo bez publike.

U hotelu Lone još se ne sjedi u dvorani, ali razgovori su već u tijeku. Timovi slažu zadnje detalje, predavači dolaze, a prostor se polako pretvara u ono zbog čega se ljudi ovdje vraćaju iz godine u godinu: mjesto gdje industrija na nekoliko dana stvarno postane zajednica.

U sljedećim danima Rovinj će ugostiti nekoliko tisuća sudionika iz pet zemalja – ljude koji dolaze zbog istog razloga, ali odlaze s potpuno različitim idejama, kontaktima i pričama. Tijekom tri dana i tri noći festival će se **proširiti na deset lokacija i donijeti više od stotinu programskih sadržaja i aktivnosti**, od velikih predavanja do onih manjih, spontanih trenutaka koji često postanu najvažniji dio iskustva.

Na pozornice i iza njih ove godine dolazi više od **200 predavača i izvođača**, dok će o najboljim radovima odlučivati čak 170 članova žirija i odbora natjecanja. Uz njih stoji i **više od 150 partnera, sponzora i pokrovitelja**, brojke koje ne služe da impresioniraju, nego da pokažu koliko **široka i povezana zajednica stoji iza festivala** i koliko ljudi aktivno sudjeluje u njegovom stvaranju.

I dok se slažu sadržaji, paralelno nastaje i prostor koji će ih nositi. Glavna dvorana ove se godine pretvara u potpuno digitalno okruženje koje briše granice prostora, **sa svim zidovima u ekranima, više od 300 četvornih metara LED površine i novom pozornicom**. No brojke su ovdje manje važne od onoga što omogućuju: da ideje, razgovori i ljudi koji ih donose dobiju pozornicu kakvu zaslužuju.

Dani komunikacija ponosni su na festivalski program, no uvijek su bili više od toga uz susrete između predavanja, **razgovore koji počnu uz kavu, a završe novim projektima**, spontana druženja uz more, ali i formatima koji ove godine idu korak dalje: zajednička iskustva po gradu poput [vođenih tura Rovinjem](#), posebna druženja na plaži uz [Porto Morto](#), [panoramski letovi helikopterom](#), kao i trajnije [uspomene poput tetovaža](#).

Možda je zato svake godine isti scenarij: netko tko nije planirao doći, u zadnji trenutak promijeni planove. Jer lijepo je uključiti se kad vidiš koliko se toga događa na jednom mjestu i koliko je zajednica i struka oko svega involvirana.

Dio tih trenutaka živjet će i nakon festivala. Zahvaljujući partneru **Confivi**, sudionici će imati pristup snimkama predavanja headlinera iz glavne dvorane i dodjelama nagrada najboljima u industriji, da se vrate onome što ih je inspiriralo ili uhvate ono što su propustili.

Najvažnije neće stati u snimke – ljudi zbog kojih se festival događa i zbog kojih svake godine izgleda malo veći, ali još više svoj.

Program potražite na [poveznici](#), a festivalu se pridružite [ovdje](#).

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. Dvanaesto 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 sljedećeg 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: katarina.osmak@hura.hr