

Regionalna struka ponovno na okupu: Predstavljen novi saziv Stručnog savjeta BalCannesa

Ususret novoj natjecateljskoj sezoni okupljen je **Stručni savjet BalCannesa – savjetodavno tijelo koje će djelovati u fazi planiranja i organizacije ovog regionalnog natjecanja komunikacijske industrije**. U Stručnom će se savjetu tako ponovno naći neka od najiskusnijih imena regionalne kreativne scene, spremna razmijeniti perspektive, otvoriti važna pitanja i dati svoj doprinos novoj sezoni BalCannesa. Njegova je ključna uloga **kontinuirano usklađivanje BalCannesa s potrebama industrije i tržišta zemalja sudionica**, Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Sjeverne Makedonije, Slovenije i Srbije.

Stručni savjet BalCannesa činit će **predstavnici najbolje rangiranih agencija iz svake zemlje sudionice natjecanja u tekućoj godini**. U skladu sa sjajnim rezultatima u 2026. godini, činit će ga članovi: **Amna Džambić Branković** (Via Media, BiH), **Brankica Janković** (Aquarius Group, BiH), **Davor Bruketa** (Bruketa&, HR), **Sean Poropat** (Studio Sonda, HR), **Darko Bosnar** (Imago Ogilvy, HR), **Goran Dimovski** (McCann Skopje, MK), **Sofija Semenpeeva** (Effectiva agency, MK), **Jana Savić Rastovac** (McCann Beograd, RS), **Milica Radović** (Friday Finally, RS), **Milja Šijakinić** (Žiška, RS), **Marko Vičić** (Futura DDB, SLO), **Dino Zupančić** (Agencija 101, SLO) i **Dunja Bibianko Marovt** (AV STUDIO, SLO).

Članovi Savjeta **sudjelovat će u oblikovanju ključnih elemenata natjecanja**, od skupina i kategorija do procesa žiriranja i drugih aktivnosti povezanih s razvojem i provedbom natjecanja. Prva sjednica Stručnog savjeta održat će se 16. rujna, kada će Organizacijski odbor predstaviti osvrt na proteklu sezonu i planove za iduću godinu, a članovi Savjeta svojim će prijedlozima, idejama i iskustvom doprinijeti daljnjem razvoju natjecanja.

Uoči nove kreativne sezone, članovi Stručnog savjeta, otkrili su što BalCannes znači za regionalnu kreativnu industriju, zašto je važno prepoznati najbolje ideje i kako im natjecanje otvara prostor za veću vidljivost i izvan granica naših prostora:

„Rad zaslužuje priliku da bude viđen. Nikad ne znate, možda baš on bude iskra za nečiju sljedeću veliku ideju”, poručuje **Amna Džambić Branković** (Via Media).

No ta vidljivost ne završava na granicama pojedinog tržišta. **Davor Bruketa** (Bruketa&) ističe kako *„dobar rad zaslužuje biti viđen izvan granica tržišta za koje je napravljeno. BalCannes je odlično mjesto da svoj rad predstavite klijentima i potencijalnim klijentima, pokažete što možete i vidite kako se pozicionira među najboljim radovima u regiji.”*

„BalCannes nam omogućuje da prijeđemo granice vlastitog tržišta, otkrijemo najbolje radove iz cijele regije, učimo jedni od drugih i međusobno se inspiriramo da svaki sljedeći put budemo još bolji”, ističe **Goran Dimovski** (McCann Skopje).

A upravo ono što tržišta regije povezuje BalCannes pretvara u svoju prednost. **Jana Savić Rastovac** (McCann Beograd): *„Dijelimo isti zrak, jezik i kulturu, pa zašto ne bismo dijelili i radove na koje smo ponosni?”*

Za **Marka Vičića** (Futura DDB) ta razmjena ima još veći potencijal: *„Sjajni radovi ne bi trebali ostati unutar granica jednog tržišta. BalCannes najboljim idejama iz naše regije daje pozornicu*

kakvu zaslužuju i priliku da pokažu kako balkanska kreativnost može više od ravnopravnog natjecanja s najboljima. Ona može postavljati standarde.”

Najbolje regionalne ideje na BalCannesu dobivaju pozornicu koju zaslužuju, a one najbolje među najboljima i zlato, srebro ili broncu. Više informacija o samom natjecanju potražite na [poveznici](#). Prijave se otvaraju uskoro, a pobjednici će biti proglašeni kao i svake godine na [Danima komunikacija](#).