



Ubiti građanina Kejna

Robert Čoban o krizi u medijskoj industriji

U hotelu *Splendid* u Bečićima (u Crnoj Gori), od 22. do 25. aprila trajao je *PRO PR kongres* koji je, kao i svake godine, okupio stručnjake iz oblasti marketinga, pi-ara i komunikacija iz celog regiona. Među brojnim predavačima iz zemalja bivše Jugoslavije, ali i iz Portugalije, Rumunije i Bugarske, prezentaciju je održao i *Robert Čoban*, predsednik *Color Press Group*.

Tema prezentacije *Ubiti građanina Kejna* bila je kriza u medijskoj industriji u regionu ali i u celom svetu. Na kongresu je većina predavača istakla činjenicu da, u vremenima krize, kompanije koje žele da sačuvaju svoj udeo na tržištu treba da nastave marketinške i pi-ar aktivnosti jer im se, u suprotnom, može dogoditi da ih posle recesije potisnu firme koje su nastavile da ulažu u ove oblasti.

Britanske agencije moraju da sarađuju

Marketinške agencije u Velikoj Britaniji moraju raditi zajedno ako žele da demonstriraju jedinstvene vrednosti koje nude klijentima i tako ra-

de na razvijanju industrije, izjavio je *Rori Saterlend*, novi predsednik *IPA* (britanskog instituta marketinških poslenika) u svom pozdravnom govoru.

Poruka *Rorija Saterlenda*, potpredsednika agencije *Ogilvy Group* u Velikoj Britaniji, došla je u trenutku kada se na ovom tržištu zaostava podeljenost i suprotstavljenost među agencijama koje se bave tradicionalnim oglašavanjem i onih koje su specijalizovane za nove, digitalne komunikacije. Objasnjavajući ovaj trend, *Saterlend* je istakao da nije nikakva novost da se ove agencije ponašaju kao da su direktna konkurencija jedne drugima, a ne kao komplementarne, kao i da nije nikakva retkost da odvrćaju klijente od drugih oblika komunikacije, različitih od onih koje one nude. Zbog toga *Saterlend* predlaže uspostavljanje kooperativnijeg odnosa među agencijama i napuštanje uvreženog stanovišta da nove tehnologije oglašavanja automatski znače gubitak klijenata agencija koje se bave pružanjem usluga u domenu tradicionalnog oglašavanja.

Beogradska premijera

Jedna od najnagrađivanijih kreativnih agencija u ovom delu Evrope, *Bruketa & Žinić^{OM}* iz Zagreba, predstaviće od 4. do 22. maja svoje dizajnerske projekte beogradske publici.



U zgradi predratnog Trgovinskog društva u Beogradu (*Geozavod*, Karadorđeva 48) održaće se izložba pod nazivom *Bruketa & Žinić^{OM} / Dizajn / Proces*. Zagrebačka agencija koja je za svoj rad nagrađena nekim od najprestižnijih nagrada u Americi, Evropi i Japanu, prvi put će na taj način predstaviti svoj rad u Srbiji. S ciljem da se pokrene regionalna kulturna razmena i iz potrebe da se naglasi važnost ideja u kulturnom, ali i u ekonomskom životu zajednice, izložbu suorganizuje *Kulturni front Beograd* u saradnji s institutom *Geozavod*, beogradskom opštinom *Savski venac* i uz podršku *RTV B92*.

Nakon prve nedelje izložbe, organizovaće se okrugli sto na kome će učestvovati eminentne ličnosti dizajnersko-marketinške scene u zemlji.



Baš, baš, sveže!

Agencija *Buzz Advertising* kreirala je kampanju za *efes draft* točeno pivo. Klijent je *United Serbian Breweries*, a kampanju prate TV spot i štampana oglasna rešenja. *Efes draft*, prvo točeno pivo u boci na našem tržištu, napravljeno je po recepturi točenog piva. Baš zbog toga, *efes draft* pruža slobodu da se u neobičnim situacijama uživa u svežini točenog piva.

Efes draft. Sveže pivo. Sveže ideje ▶