

Beč, Balkan i biznis

Euroforum 2007



Advertising agencije iz Bosne i Hercegovine, Hrvatske i Srbije ove su godine u centru pažnje najvećeg austrijskog marketing eventa, "Euroforum: communication", koji će se pod motom "connecting communications" održati 8. novembra 2007.

Piše: Muhamed Mešić

Balkan je, kažu, oduvijek počinjao u Beču. Mnogi "naši" kreativci već su godinama uveliko zaslužni za dobar dio uspjeha u privrednom i kulturnom svijetu glavnog grada Austrije. Poslije burnog i tragičnog viška historije prošle decenije, austrijskoj smo privredi zanimljiviji nego ikada. Čak i dobar dio uspješnih preduzeća iz drugih zemalja svojim prisustvom na tržištima Balkana upravlja putem poslovnica u Austriji. I sa jednim i sa drugima dolaze advertising agencije i drugi akteri u lancu marketinga. I dok se one velike snađu brzo i bez poteškoća, "srednjim" i malim agencijama potrebno je za uspješan nastup na tržištu da imaju lokalno znanje i odgovarajuće partnere na cilnom tržištu do kojih, bez znanja jezika i uslova na licu mjesta, nije lako doći. Problem su često pare i vrijeme koji nedostaju. I kako se šanse za dobit otvaraju svima – austrijskim preduzećima, austrijskim agencijama, našim agencijama, našim preduzećima – tako je potreba za organizovanjem manifestacije kakav je *Euroforum: communication* jasnija.

Koncept *Euroforum: communication*, ideje Konrada Marića (rekli bi po prezimenu: "opet naš!"), bio je napredak odbijanjem bilo kakvih granica – na kartama i u glavama. Koncept je od ove godine, međutim, nešto drugačiji, jer je u potpunosti posvećen umrežavanju i ostvarivanju šansi u "novo(otkriveno)m komšiluku". Balkan je u Austriji "seksi" i cilj je do maksimuma povećati učinak tako nastalog momentuma na advertising industriju s obje strane granica koje su ekonomski ionako dio prošlosti, a i politički rok trajanja im se bliži kraju. Garant učinkovitosti je iskustvo kompanije *Brainswork*, koja je ove godine "glavni krivac" za održavanje *Euroforuma*, a čija je ponuda konsultantskih usluga u oblasti umrežavanja specijalizovana s jedne strane na Balkan, a s druge na kreativnu industriju – a u njoj, naravno, na advertising. Organizatorica ovogodišnjeg *Euroforuma*, Selma Prodanović, je dobrih petnaest godina svog radnog vijeka provela upravo probijajući tržišne granice zapadnoevropskim advertising gigantima poput Ogilvy&Mathera po istočnoj i srednjoj Evropi.

Jacques Ségéla je jednom kazao da "Evropi treba napredak u komunikacijama i kreativnosti, da bi se ideja



atraktivne nove Evrope pretvorila u stvarnost". To važi i za advertising: "Komunikacijska industrija ne može po svojoj prirodi ni po koju cijenu odbiti umrežavanje, a kako njen uspjeh zavisi od onoga koga ona komunicira, ona hitno mora uhvatiti korak s *mainstream* ekonomijom i krenuti istim onim putevima kojima ona ide", kaže Lidia Goldenstein, brazilska (!) ekspertica austrijsko-hrvatskog porijekla. I dok su veliki tek utabali put poslovne saradnje na najrazličitijim poljima – u Sarajevu skoro da nema banke koja nije austrijska; austrijski Mobilkom (čiji je direktor Boris Nemšić, Sarajlija) kupuje lokalne telekome jedan po jedan; bosansko-austrijski film Grbavica sjajne Jasmile Žbanić odnese zlatnog medvjeda iz Berlina – prava kulminacija austrijsko-balkanske veze tek treba da dođe. Andreas Schulz, bečki ekspert za balkansku privredu, kaže da je sasvim realna prognoza da će prisustvo srednjih i malih austrijskih preduzeća na tržištima Hrvatske, BiH i Srbije porasti za 430-450% do kraja 2009. u odnosu na kraj 2006. Resursi (itekako privlačni!) su, dakle, tu, a *Euroforum* je sjajna platforma da se za iskorištenje tih resursa napravi odgovarajuća advertising infrastruktura koja će i ovom sektora osigurati dio kolača.

Samo odvijanje *Euroforuma* je jednostavno: brzo, inovativno i "to the point", gdje će u prvom dijelu tema biti "tehnički" dio uvezivanja "našeg i njihovog" advertisinga, uz prezentacije i predavanja stručnjaka iz austrijske Vanjskotrgovinske Komore. *Keynote* predavanje – onaj "kreativni" dio uvezivanja – održat će Mirko Ilić, njujorški Bosanac kojeg ne treba posebno predstavljati, dokazane kreativnosti i poslovne genijalnosti.

Dakle: 8. novembra nemojte zaboraviti rezervirati kartu za Beč i doći na *Euroforum: communication 2007*, kako ne bi propustili ugrabiti mjesto na ekspresnom vozu evropske advertising budućnosti našeg regiona. Sve informacije možete naći na www.euroforum2007.at ■