

TIEDOTUSVÄLINEILLE
13.6.2005

Mainontapäivä 2006 pohtii suomalaisen brändin voimaa

Mainostajien Liiton Mainontapäivä 2006 pidetään 15.9.2005 Helsingin Messukeskuksessa. Teemana on tänä vuonna ”Suomalaisen brändin voima avoimessa maailmassa.” Suomalaisen markkinointiväen osaamista päivittävät kansainväliset ja kotimaiset esiintyjät. Aiheet käsittelevät mm. suomalaisen brändin rakentamisen mahdollisuuksia tutkijan silmin, globaalin ja paikallisen mainonnan suhdetta ja vähittäiskaupan näkökulmaa brändin rakennuksessa.

– Mainontapäivä alan ykköstapahtumana kokoaa edelleen markkinointiviestinnän ammattilaiset kehittämään osaamistaan ja verkostoitumaan, sanoo Mainostajien Liiton toimitusjohtaja Ritva Hanski-Pitkäkoski. Paikalle odotetaan jälleen 600 osallistujaa.

Mainontapäivä 2006:n ohjelma yhdistää kansainvälisen ja suomalaisen näkökulman omien alojensa huippuasiantuntijoiden voimin. Aamun keskusteluun suomalaisen brändin voimasta osallistuvat Artekin **Mirkku Kullberg**, Nokian **Pekka Rantala** ja Valion **Harry Salonaho**. Keskustelua kommentoi ministeri, suurlähettiläs **Pertti Salolainen**. Kansainvälistä bränd-näkökulmaa valottaa IKEAn **Niclas Anderek**. Mainostoimisto JWT:n **Richard Block** kertoo globaalin mainonnan tulevaisuudennäkymistä. **Katja Lindroos** ja **Göte Nyman** puhuvat suomalaisen brändin rakentamisen mahdollisuuksista tutkijan silmin – uudesta näkökulmasta. **Campbell Rigg** auttaa ymmärtämään, mikä on brändin merkitys kuluttajalle vähittäiskaupassa.

Suhdannenäkymiä peilataan Mainostajien Liiton Mainosbarometrissa, jonka tuoreet tulokset jokainen osallistuja saa mukaansa.

Lisätietoja:

Mainostajien Liitto:

*Toimitusjohtaja Ritva Hanski-Pitkäkoski, puh. (09) 6860 8417, 040 508 0607
ritva.hanski-pitkakoski@mainostajat.fi*

*Koulutuspäällikkö Anneli Seitsonen-Ceder, puh. (09) 6860 8415, 040 535 3949
anneli.seitsonen-ceder@mainostajat.fi*

www.mainontapaiva.com