

www.24sata.hr

DK2024: Predstavnici državnih i europskih tijela razgovarat će s domaćim komunikatorima

Poznati **festival tržišnih komunikacija** u Rovinju će sa svojom zajednicom od 11. do 14. travnja potaknuti razgovor o temama važnima za cijelo društvo – neke od njih izdvajamo u nastavku



Dani komunikacija, festival tržišnih komunikacija, i ove godine okupljaju marketingaše, kreativce, digitalce i sve komunikatore u Rovinju, i to od 11. do 14. travnja. Događanje će u najnovijem izdanju partnerski podržati niz hrvatskih i međunarodnih institucija poput Ministarstva turizma i sporta, Hrvatske gospodarske komore, Europskoga parlamenta i Europske komisije – a neki od njihovih predstavnika festivalu će se pridružiti kako bi sa sudionicima podijelili svoja bogata iskustva. Objavljen je službeni raspored festivala, a brojna DK zajednica i ovoga će se puta moći uključiti u cijeli niz zanimljivih diskusija o temama od velikog značaja za industriju. Neke od ključnih za cijelu industriju, ali i razvoj društva, izdvajamo u nastavku. I'LL BE BACK: EU VS TERMINATOR BY EUROPEAN COMMISSION IN **CROATIA** Što nas može spasiti od moguće propasti zbog umjetne inteligencije? Jesu li nam prijetnja autorskim pravima i online privatnosti dovoljan alarm? Trebamo li uopće pomoći protiv umjetne inteligencije ako smo dosad uglavnom imali posla s chatbotovima i alatima koji nam jednostavno pomažu biti kreativniji i učinkovitiji u poslu, čak i ako ti isti alati koriste tuđi rad? Europska se komisija s ovim problemima suočila u Aktu o umjetnoj inteligenciji, a na panelu I'll Be Back: EU vs Terminator Kristina Laco (suosnivačica Komunikacijskog ureda Colić, Laco i partneri; članica Uprave **HURA**-e i IAB-a **Croatia**) i panelisti Andrea Čović Vidović (Voditeljica Predstavništva, v. d. i voditeljica medijskog tima, Europska komisija, Predstavništvo u Hrvatskoj) i Nikola Vrdoljak (direktor, 404; partner, MYTY Group; član **HURA**-e i IAB-a **Croatia**) razgovor će posvetiti konkretnim koracima za bolje uvjete razvoja i korištenja umjetne inteligencije. HOW TO GET 370 MILLION EUROPEANS ON BOARD POWERED BY EUROPEAN PARLIAMENT, OFFICE IN **CROATIA** Tajna snažne europske demokracije leži u glasačima i njihovoj volji za glasanje, što je od velike važnosti u ovom vremenu sve većih geopolitičkih izazova. Glas nije samo kvačica na glasačkom listiću – glas je važan korak u zajedničkom oblikovanju Europske unije. Na **Danima komunikacija** sudionici će imati priliku poslušati ni više ni manje nego direktora kampanja Europskoga parlamenta – Philippa Schulmeistera u intrigantnom razgovoru naziva How to Get 370 Million Europeans on Board! Moderatorica Dunja Ivana Ballon (izvršna direktorica, **HURA** i IAB **Croatia**; direktorica **Dana komunikacija** i festivalskog programa) postaviti će svojem sugovorniku ključna pitanja tome kako komunicirati u predizbornoj razdoblju, a i o tome kako razvijati političku komunikaciju. GUARDIANS OF THE DIGITAL GALAXY, ASSEMBLE! POWERED BY EUROPEAN COMMISSION IN **CROATIA** Živimo u svijetu u kojem gubimo kontrolu nad svojom privatnošću u digitalnom okruženju – je li vrijeme da damo sve od sebe kako bismo zaštitili svoju internetsku privatnost i digitalna prava? Prosječna osoba nema moć suprotstaviti se kontroli koju digitalne platforme imaju nad nama – a tko onda ima? I kako preuzeti kontrolu koja nam polako izmiče iz ruku i prelazi u ruke digitalnih divova? O tome će raspravljati Carmen Gruber (Team Leader – Communication/Partnerships and Networks, Europska komisija), Alen Delić (Chief Information Security Officer, SpotMe), Andrea Čović Vidović (Voditeljica Predstavništva, v. d. i voditeljica medijskog tima, Europska komisija, Predstavništvo u Hrvatskoj) i Mario Frančesević (osnivač/CEO, SeekandHit; član Uprave



HURA-e i IAB-a **Croatia**), istražujući borbu Europske komisije za regulaciju internetske privatnosti i digitalnih platformi, od samih početka GDPR-a pa sve do Akta o digitalnim tržištima i Akta o digitalnim uslugama. SPOTLIGHT ON CHILDHOOD OBESITY: ADVERTISING TO PLAY A ROLE BY UNICEF Opće je poznata činjenica da oglašavanje ima značajan utjecaj na društvo – oblikuje društvene norme, naše navike, ali tema postaje još ozbiljnija kada su u pitanje dovedena djeca. Budući da društvene mreže postaju važna platforma za oglašavanje, možemo li efektivno ograničiti izlaganje djece štetnim porukama i zaštititi ih od oglasa s nezdravom hranom? U panelu UNICEF-a Hrvatska o ovoj će temi razgovarati moderatorica Martina Prokl Predragović (komunikacijska konzultantica, UNICEF), Maja Lang-Morović (prof. rehabilitator, Hrvatski zavod za javno zdravstvo), Damir Bučević (medijski stručnjak) i Mario Fraculj (član Radne skupine za (samo)regulaciju IAB-a **Croatia**; voditelj katedre za ekonomiju, Algebra; CEO, Digital Talents). Sve informacije o festivalu, kao i sudjelovanju, dostupne su na www.danikomunikacija.com *** 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. Novo 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 ovoga 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.