

Od ravnopravnosti, dječjih prava i informiranja do poboljšanja turizma – kako komuniciranjem doprinijeti zajednici?

Objavljen je raspored popularnog festivala kreativnosti i komunikacija – a velike državne i europske institucije pridružuju se zajednici domaćih komunikatora kako bi zajedno potaknuli razgovor o aktualnim temama bitnim za cijelo društvo.

Dupkom pune festivalske dvorane, kvalitetne i aktualne teme, globalni lideri te punjenje kreativnih baterija u proljetnom ambijentu rovinjskoga hotela Lone među domaćim liderima iz svijeta tržišnih komunikacija – u punom su jeku pripreme za nove Dane komunikacija, koji će u svom devetom izdanju **od 20. do 23. travnja** okupiti nekoliko tisuća sudionika. [Objavljen je službeni raspored festivala](#); sudionici se i ovoga puta **mogu uključiti u cijeli niz zanimljivih diskusija o temama od velikog značaja za industriju**, kao i za društvo u cjelini, a neke od njih izdvajamo u nastavku.

EUROPE, FOREIGN INTERFERENCE AND INFORMATION MANIPULATION

Prije početka 21. stoljeća bilo je nezamislivo da ćemo imati informacija u tolikoj mjeri da ćemo postati dezinformirani – na opasnost od dezinformacija u Europskoj uniji i njihov utjecaj na javno mišljenje i demokraciju utječu i strani akteri koji lažnim informacijama napadaju EU te, naravno, društvene mreže kao izvori niza neistinitih podataka. No Europska komisija u Hrvatskoj smatra da je moguće izaći kao pobjednik iz te borbe, što je upravo tema njihova panela: [Europe, Foreign Interference and Information Manipulation](#). Domaćin razgovora bit će **Ognian Zlatev** (voditelj predstavništva Europske komisije u Hrvatskoj), a pridružit će mu se **Jasna Jelisić** (voditeljica, Western Balkans Task Force, European External Action Service) te će u razgovoru sa sudionicima zajedno naglasak staviti na suradnju u borbi protiv dezinformacija.

SUGAR RUSH

Prekomjerna težina u ranom djetinjstvu može imati značajan utjecaj na fizičko i mentalno zdravlje djece, kvalitetu njihova života, a povećava rizik od pretilosti i drugih kroničnih nezaraznih bolesti u odrasloj dobi. Brojni su uzroci, ali jedan je od značajnijih taj što su djeca izložena oglašavanju prehrambenih proizvoda s visokim udjelom masti, soli i šećera (HFSS). UNICEF Hrvatska na panelu [Sugar Rush: Examining the Effects of Advertising HFSS to Children](#) upozorit će na taj rastući problem i dati savjet kako odgovornijim marketingom možemo stvoriti okruženje koje promiče pravilne prehrambene izbore. Domaćin panela bit će **Martina Prokl Predragović** (komunikacijska konzultantica, UNICEF Croatia), a u razgovoru o suradnji različitih sektora pridružit će joj se **Anđela Buljan Šiber** (predsjednica uprave, HURA i IAB Croatia / Izone), **Maja Lang-Morović** (prof. rehabilitator, Hrvatski zavod za javno zdravstvo) i **Lidija Gamulin** (voditeljica partnerstava, UNICEF Hrvatska).

EUROPE OF EQUALITY

Način rada mijenja se pri uvođenju novog zakona – nekad su te razlike jedva primjetne, a nekad one mogu potaknuti korjenitu promjenu. Primjer je takve revolucionarne promjene Direktiva o ženama na čelnim pozicijama, koja zahtijeva povećanje udjela žena na vodećim pozicijama do 2026. godine. Ovaj korak prema rodno osviještenoj politici, boljoj ravnoteži poslovnog i privatnog života i uklanjanju rodni razlika na tržištu rada bit će tema panela [Europe of Equality by European Commission in Croatia](#), koji će voditi **Andrea Čović Vidović** (zamjenica voditelja Ureda Europske komisije u Hrvatskoj te voditeljica odnosa s javnošću EK u Hrvatskoj), a u razgovoru sa sudionicima festivala pridružit će joj se **Marina Burazer** (direktorica marketinga, Fortenova grupa).

SHOW ME THE MONEY!

Hrvatska je česta destinacija velikih produkcija i filmskih ekipa: neki su od najpoznatijih primjera nezaobilazna *Igra prijestolja* snimana u Dubrovniku ili hrvatski otok Vis, koji je glumio Grčku u filmu *Mamma Mia: Here We Go Again*. Sve su to bile odlične prilike da se Hrvatska progura u svijetu showbiza, ali kada će napokon zaista glumiti Hrvatsku? Kada ćemo se distancirati od imidža *jeftine destinacije za snimanje filmova* i potruditi se da naša prekrasna turistička odredišta postanu prepoznatljiva u svijetu? Hrvatska gospodarska komora panelom [Show Me the Money! Film Productiona for a Good Job in Croatia](#) uz predstavnicu **Jagodu Divić** (samostalna savjetnica, Hrvatska gospodarska komora) i sugovornika **Dalibora Matanića**, hvaljenoga scenarista i filmskoga redatelja, na Danima komunikacija skrenut će pažnju na brendiranje Hrvatske kroz film iz poslovne perspektive, što može pomoći ne samo lokalnim filmašima – već i cijeloj turističkoj branši.

COMMUNICATING EUROPE IN TIMES OF POLYCRISIS

Recentna događanja na svjetskom planu suočavaju kako građane tako i kreatore politika s dubokim izazovima. Ipak, poslužila su i kao katalizator za nova rješenja i politike u raznim područjima, od digitalne i zelene tranzicije pa sve do sigurnosti. Jedan je od primjera i *EU Artificial Intelligence Act*, koji predstavlja prvu horizontalnu regulaciju umjetne inteligencije na svijetu, stavljajući Europu na čelo u postavljanju globalnih standarda. Upravo će to biti jedna od tema razgovora Ureda Europskoga parlamenta u Hrvatskoj [Communicating Europe in times of polycrisis](#), u kojemu će sudjelovati **Maja Ljubić Kutnjak** (Odnosi s medijima, Ured Europskog parlamenta u Hrvatskoj) i **Milly Doolan** (generalna direktorica, Euronavigator).

I ranije prepoznati po **jedinstvenoj festivalskoj ponudi** koja iskače iz uobičajenoga i potiče na promjenu, Dani komunikacija svojim **netipičnim pristupom** žele nastaviti osvajati srca svih željnih kritičkog razmišljanja, novih pristupa i inovativnih tehnologija. Prijave za sudjelovanje na **jednom od najboljih svjetskih evenata** prema dvostrukoj nominaciji britanskoga Association Excellence Awardsa moguće su na www.danikomunikacija.com.

O DANIMA KOMUNIKACIJA:

Dani komunikacija prepoznati su kao **jedan od najboljih evenata na svijetu** prema Association Excellence Awardsu, uz čak dvostruku nominaciju ove britanske organizacije, 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 ovog 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](https://www.facebook.com/hura.hr) i [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/hura.hr) 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](https://www.facebook.com/iab-croatia) i [LinkedInu](https://www.linkedin.com/company/iab-croatia).

Kontakt za medije: barbara.tolic@hura.hr