

Dani komunikacija: Predstavници 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.

'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 pomoć 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 ['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 predizbornom 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 Frančešević** (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.

IDIK '20'24

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](#).

Kontakt za medije: barbara.tolic@hura.hr

LOWE