OBJAVA ZA MEDIJE

Zagreb, 4. travnja 2024.

Komunikatorska perspektiva: Od izbora i uredničkih politika sve do PR-a i native oglašavanja na Danima komunikacija

*Živimo u vremenu nikad većih mogućnosti, ali i nikad većih izazova za komunikatore. Redakcijske odluke, tekstovi koje piše AI, fake news i superizbori samo su neke od tema kojima će se u Rovinju pozabaviti ovaj poznati festival tržišnih komunikacija.*

Je li urednički rad uglavnom određen formatom ili politikom medija? Što tehnološki napredak znači u kontekstu političkih kampanja? Kako u vrijeme umjetne inteligencije rade PR-ovci? Zavarava li native oglašavanje korisnika ili mu pomaže pronaći prilagođenije sadržaje? S kojim se financijskim i tehnološkim preprekama suočavaju mediji u doba hiperprodukcije sadržaja? Ovo su samo neka od pitanja na koja će odgovoriti zanimljivi razgovori Dana komunikacija, koji će se u svom će desetom izdanju u **Rovinju od 11. do 14. travnja** prvi put održati u četiri festivalske dvorane. [**Raspored ovogodišnjeg festivala već je objavljen**](https://danikomunikacija.com/schedule), a neke od sadržaja izdvajamo u nastavku!

**[DK SPOTLIGHT] SECRETS OF THE EDITOR’S PICK**

Želite li doznati tko ili što upravlja uredničkim odlukama, mogu li i koliko biti objektivni – a posebice koliki je utjecaj gledatelja ili čitatelja (čitaj: clickbait-ova), moći će to učiniti na Danima komunikacija. Je li urednički rad uglavnom određen formatom, vlasništvom, politikom ili oglašivačima te zašto nove generacije ne vjeruju medijima (i urednicima)? O ovim (i inim) temama razgovarati će **Damir Ciglar** (designated driver, Imago Ogilvy; član HURA-e i IAB-a Croatia) i **Boris Trupčević** (konzultant, TNT Media Lab) u intrigantnom segmentu [**[DK SPOTLIGHT] Secrets of the Editor’s Pick**](https://danikomunikacija.com/speakers/dk-spotlight-secrets-of-the-editors-pick).

**SUPER ELECTION FEVER BY CROATIAN PUBLIC RELATIONS ASSOCIATION (HUOJ)**

Parlamentarni, europski i predsjednički izbori 2024. godine i lokalni izbori 2025. godine svakako su izazvali [**glasačku groznicu u Hrvatskoj**](https://danikomunikacija.com/speakers/super-election-fever-political-campaigns-and-fact-checking-by-the-croatian-public-relations-association-huoj) i postali glavna tema u medijima i javnosti, a sa sobom donose političke kampanje. Umjetna inteligencija, provjeravanje činjenica, društvene mreže, manipulacija – ovo su samo neki od koncepata s kojima se suočavaju PR stručnjaci, a svoje će iskustvo na panelu HUOJ-a podijeliti **Bojana Božanić** (CEO, Lider Media; članica IAB-a Croatia), **Nina Išek Međugorac** (izvršna direktorica, Val grupa; članica HURA-e i IAB-a Croatia) i moderator **Kristijan Sedak** (HUOJ, poslijedoktorand, Hrvatsko katoličko sveučilište, predavač, Umjetnost komunikacije).

**PURSUIT OF AUTHENTICITY: GOING NATIVE**

Glavna mu je odrednica zanimljiv i relevantan sadržaj koji uspješno privlači pažnju i lojalnost: [**native oglašavanje posljednjih je godina zauzelo važnu poziciju na tržištu**](https://danikomunikacija.com/speakers/pursuit-of-authenticity-going-native). Koja je granica između uredničkog sadržaja i promotivnog materijala, koji može dovesti do zavaravanja potrošača? Iskusni panelisti **Ema Huskić** (voditeljica marketinga, Mastercard; članica IAB-a Croatia), **Dina Hrastović** (voditeljica TG Studija, Telegram Media Grupa) i **Martina Srnec** (direktor Sektora za promociju i oglašavanje Hrvatske turističke zajednice) pod moderatorskim vodstvom **Krešimira Macana** (savjetnik za poslovanje i komunikacije, Manjgura; član HURA-e i IAB-a Croatia)otkrit će kako native oglašavanje zaista utječe na iskustvo potrošača te na koje načine odražava težnju industrije za autentičnošću.

**PR 2030: THE UNRAVELING OF PUBLIC RELATIONS**

Svijet odnosa s javnošću je posljednjih godina preplavljen novim tehnologijama, inovativnim trendovima i progresivnim strategijama, što neminovno dovodi do velikih promjena u ovom dinamičnom području. U razgovoru [**PR 2030: The Unraveling of Public Relations**](https://danikomunikacija.com/speakers/ppp-the-unraveling-of-public-relations-for-2030-powered-by-ozujsko-pivo) moderatorici **Ankici Mamić** (vlasnica, Agencija IMC; članica HURA-e i IAB-a Croatia) pridružit će se **Dunja Bua Maričević** (osnivačica i CEO, Pragma komunikacije; članica HURA-e i IAB-a Croatia), **Vladimir Preselj** (CEO, Millenium promocija; član HURA-e i IAB-a Croatia) i **Sanja Petek Mujačić** (CEO i partnerica, Hauska & Partner; članica HURA-e i IAB-a Croatia), gdje će zajedno zaviriti u budućnost PR-a i otkriti vide li oni virtualne press konferencije, priopćenja koja je napisao AI i influencere kao realnost u 2030. – te hoće li krizno komuniciranje uz pomoć AI-ja ikada zaista zaživjeti.

**DIGITAL DIALECTICS: LOCAL VS. GLOBAL SUBSCRIPTION TRENDS POWERED BY HUDI**

Ključna uloga medija u pružanju pouzdanih informacija prepoznata je u različitim globalnim izazovima, uključujući zabrinutost za ljudska prava, nastavak ratova i ekonomske promjene. Dolazak generativne umjetne inteligencije dodatno je transformirao novinarsku industriju, označivši značajnu promjenu tehnologije. S kojim se financijskim i tehnološkim preprekama suočavaju mediji i **[što za njihovu budućnosti znači uvođenje digitalnih pretplata?](https://danikomunikacija.com/speakers/digital-dialectics-local-vs-global-subscription-trends-powered-by-hudi)** S posebnim naglaskom na digitalnu strategiju, svoje će iskustvo podijeliti predstavnici HUDI-ja **Maja Maldini** (PhD, Senior Manager, Operations and Knowledge Management, WAN-IFRA Women in News, HUDI Digital subscription Taskforce Member) i **Vanja Prahić** (direktor digitalnog razvoja i izvedbe, 24sata, HUDI Digital Subscription Taskforce President), a ulogu moderatora preuzet će **Matej Lončarić** (glavni direktor digitalnog poslovanja, CME Adria, predsjednik HUDI-ja).

Svi **kreativci, marketingaši, digitalci, mediji i drugi komunikatori** koji se i ove godine žele naći **u društvu domaćih i svjetskih tržišnih lidera** informacije o sudjelovanju mogu pronaći na [**www.danikomunikacija.com**](https://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](http://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://web.facebook.com/HURAhr/) i [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/hr-hura/) stranicama, a više o HURA-i saznajte na [www.hura.hr](http://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](https://www.iab-croatia.com/) te na [Facebooku](https://www.facebook.com/IABCroatia/) i [LinkedInu](https://www.linkedin.com/showcase/iab-croatia/).

Kontakt za medije: [barbara.tolic@hura.hr](mailto:barbara.tolic@hura.hr)