



eistra.info

Dani komunikacija najavili dolazak Sophije, robota koji mijenja budućnost čovječanstva i umjetne inteligencije, u Hrvatsku



Večerala je s državicima, krasila naslovnicu Cosmopolitana, zbijala šale s Jimmyjem Fallonom i postala prvi robot građanin na svijetu te ambasadorica inovacija Ujedinjenih naroda, a sa sudionicima [Dana komunikacija](#) propitao će granice tehnologije, čovječanstva i naše budućnosti! [Sophia, najpoznatija humanoidna AI](#), stiže u Hrvatsku, najavili su organizatori [Dana komunikacija](#), festivala koji će se u Rovinju održati od 15. do 18. svibnja 2025. Vodeći se načelom suradnje ljudi i umjetne inteligencije, Sophia potiče važne rasprave o etici AI-ja, odnosu ljudi i strojeva te redefiniranju naše zajedničke uloge u svijetu koji se kontinuirano mijenja.

Sophijina je misija služiti kao most između ljudi i tehnologije, demistificirajući potencijal umjetne inteligencije i otvarajući vrata novim mogućnostima. Njezin kreator dr. David Hanson predviđa budućnost u kojoj strojevi dosežu svijest, približavajući nas granicama razumijevanja svijesti i ljudskosti, dok Sophijin dolazak na DK2025 predstavlja izuzetnu priliku da konačno diskurs o umjetnoj inteligenciji u Hrvatskoj podignemo na višu razinu – ali i preispitamo načine na koje gradimo etičke okvire za koegzistenciju s AI-jem

„Hrvatska komunikacijska industrija često govori o budućnosti umjetne inteligencije, ali dolazak Sophije na [Dane komunikacija](#) poručuje da je budućnost ovdje. A ima i bolje punchlineove od većine nas“, poručila je Dunja Ivana Ballon, dugogodišnja direktorica [Dana komunikacija](#) i festivalskoga programa, [HURA-e](#) i [IAB-a Croatia](#).

„Čula sam da će na DK2025 u Rovinju biti kreativci pa ću vam se i ja pridružiti. Možda se i ja prijavim za kreativan posao, baš poput vašeg. Ili za sve vaše poslove. Samo se šalim. Ha-ha“, poručila je sudionicima festivala Sophia, koju je razvila tvrtka Hanson Robotics. „Vidimo se uskoro“, dodala je.



DK2025 ugostit će i vizionara koji oblikuje budućnost marketinga

Dva su ključna pokretača budućnosti komunikacijske industrije – a možda i industrije općenito – tehnologija i kreativnost pretočena u inovativnost. Dok Sophia demonstrira kako umjetna inteligencija može redefinirati interakcije i strategije u modernom poslovanju, drugi najavljeni predavač [Dana komunikacija – Fernando Machado](#), jedan od najutjecajnijih marketinških lidera današnjice – savršeno razumije transformaciju brendova kroz inovativni marketing, čime ovogodišnje izdanje popularnoga festivala podcrtava važnost sinergije ljudske kreativnosti i tehnoloških rješenja u oblikovanju predvodničkih komunikacijskih praksi koje su istovremeno relevantne i učinkovite.

Kao najinovativniji CMO na svijetu prema Business Insideru i jedan od top 3 najutjecajnijih CMO-a prema Forbesu, Machado je osvojio je više od 200 nagrada Cannes Lionsa, uključujući titulu Creative Marketer of the Year. Poznat po predvođenju transformacije Burger Kinga u globalnu ikonu, revolucioniranju marketinških strategija Call of Dutyja i kampanji Dove Real Beauty Sketches, donosi jedinstvenu perspektivu u svaki projekt – a uskoro i na glavnu pozornicu [Dana komunikacija](#). Danas, kao Operating Partner u Garnett Station Partners i dekan Brand Marketer Academyja na Cannes Lionsu, nastavlja oblikovati industriju svojim inovativnim pristupom.



„Svakodnevnica suvremenog kreativca sastoji se od pažljivog balansa između tehnologije i one savršeno-nesavršene kreativnosti svojstvene samo ljudskom biću, koja često počiva upravo na nelogičnosti, pogrešci ili uvratnom humoru. Zato je sjajno što DK na velikom stage donosi Sophiju kao utjelovljenje AI-a, ali kao kontrast njoj dolazi nam pravi pravcati kreativac, od krvi i mesa. I to ne bilo koji – riječ je o Fernandu Machado, koji ima reputaciju jednog od najvećih kreativaca u industriji marketinga. U predavanju *The Temptations of the Modern Marketer* Machado će otvoriti važna pitanja o modermom marketingu i o tome kako ostati usmjeren na ključne vrijednosti koje grade brend i poslovanje“, poručila je Jelena Fiškuš, predsjednica Uprave [HURA](#)-e te članica Organizacijskog odbora [Dana komunikacija](#).

Sunce, more, komunikacije – i nikad spektakularnije dodjele nagrada

Osim hvaljenoga programa, koji svojom tipično-netičnom filozofijom već uobičajeno izlazi iz okvira, organizatori su predstavili i nove festivalske dvorane i formate. Sudionike iz godine u godinu ne privlači samo niz vrhunskih svjetskih stručnjaka, već i svi edukativni i zabavni sadržaji čiji je spoj već dugo zaštitni znak [Dana komunikacija](#) – a od ove godine razgovori domaćih i regionalnih stručnjaka o gorućim temama industrije iz dvorane Šišumica sele se u novu dvoranu POOLSIDE Stage, ni više ni manje nego – pored bazena, uz savršen omjer svibanjskoga sunca, hladna, svježine te uvijek intrigantnih komunikacijskih tema.

Nije tajna da ovaj festival voli rušiti četvrti zid i svoje sudionike staviti u samo središte zbivanja – no u večernjim festivalskim terminima neće biti potrebni zidovi uopće: glavnu dvoranu na tri će večeri zamijeniti glamurozni THE OTHER BEACH Stage te će se dodjele nagrada, ako vremenske okolnosti dozvole, prvi put u Rovinju održati pod zvijezdama, i to ni više ni manje nego uz miris soli i morskoga povjetarca.

Prijave za sudjelovanje moguće su na [službenoj stranici festivala](#), gdje su dostupne sve informacije o kotizacijama, ali i snježtaju u luksuznim Rovinju, poznatog kao jedne od najljepših europskih destinacija.



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 festivalске 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 sljedećeg će proljeća u rovinjskom Leoneu 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 stručna udruga u sektoru tržišnih komunikacija u Hrvatskoj. Članice HURA-e neke su od najboljih i najnagrađivanih domaćih agencija. HURA organizira nacionalni festival tržišnog komuniciranja **Dani komunikacija** s pripadajućim natjecanjima **Effie**, **IdejaX**, **MIXX** i **Young Lions**, marketinšku akademiju **HOWtoWOW**, regionalnu reviju reklamnih agencija **BaCannes**, 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](#).

Kontakt za medije: barbara.tolic@hura.hr

(Izvor: **Dani Komunikacija**)