OBJAVA ZA MEDIJE
Zagreb, 17. travnja 2025.

Kada AI i biznis komuniciraju: tko je kreativan, tko precizan, a tko samo glasan? Istražite na Danima komunikacija

Umjetna inteligencija više nije tema budućnosti – Dani komunikacija stoga će otvoriti prostor za razgovore o stvarnim učincima tehnologije i AI-ja na biznis, brendove i društvo; s konkretnim primjerima i glasovima struke.

Umjetna inteligencija i nove tehnologije sve snažnije utječu na način na koji poslujemo, komuniciramo i donosimo odluke — mijenjaju se pravila igre u gotovo svakoj industriji. Upravo će se zato na **Danima komunikacija, koji se održavaju od 15. do 18. svibnja u Rovinju**, kroz niz razgovora, diskusija i predavanja raspravljati o stvarnim učincima i granicama tih tehnologija: od robotice Sophije preko kiborg-antropologinje u glavnoj dvorani, sve do niza stručnjaka domaće industrije koji će pokušati odgovoriti na pitanja koja više nisu futuristička, nego dio naše svakodnevice. Izdvajamo neke od tema:

IAB CROATIA'S PPP: THE DECADE WE LEARNED THERE IS NO SUCH THING AS ONLINE PRIVACY powered by OŽUJSKO PIVO

Sjećate li se vremena kad smo mislili da su naši podaci privatni? Kako nam razvoj alata umjetne inteligencije mijenja percepciju privatnosti – i jesmo li jednostavno prihvatili da je nadzor cijena koju plaćamo za sve *besplatne* sadržaje u kojima uživamo? Upravo o promjeni shvaćanja privatnosti u digitalnom dobu razgovarat će se u neformalnoj i opuštenoj raspravi bez filtera, a razgovor će predvoditi **Mario Frančešević** (Osnivač/CEO, SeekandHit), **Saša Milinović** (direktor digitala, OMD), **Marko Mikeš** (Client Solution Manager Lead, Aleph), **Sonja Stahor Gašpar** (direktorica digitalnog poslovanja, JGL), **Tihana Ana Reljić** (odvjetnica-partnerica, REZIME, odvjetničko društvo) i **Zoran Savin** (CEO, IAB Slovenija).

WILL AI ACTUALLY PAY OFF? AI MEETS ROI — powered by RAIFFEISEN HRVATSKA

Umjetna inteligencija obećava sve — od povećanja profita i operativne učinkovitosti do redefiniranja tržišnih pravila. No, pitanje koje se sve češće pojavljuje je: donosi li AI stvarnu vrijednost ili samo uljepšane prezentacije? Gdje je stvarni povrat ulaganja — u inovaciji, optimizaciji ili možda samo u pametnom brendiranju budućnosti? Na to će pitanje pokušati odgovoriti **Dalibor Kovačević** (direktor IT odjela, Raiffeisen Hrvatska), **Roni Kert** (direktor prodaje i marketinga, Bugatti Rimac) i **Hajdi Ćenan** (Community Ambassador, AG2) u razgovoru koji će moderirati **Roko Kalafatić** (voditelj videosadržaja i voditelj podcasta, Lider Media), te fokus držati na onom najvažnijem — konkretnim rezultatima, a ne samo najglasnijim buzzwordima.

VOX POPULI: PREDICTIONS & TRENDSPOTTING

Bez uljepšavanja i bez kristalne kugle, ulazimo u srž trendova koji nas čekaju iza ugla: od AI histerije i kraja kolačića do eksplozije novih medijskih formata i vječne potrage za sljedećim najvećim trendom. Svoja predviđanja i nefiltrirane uvide podijelit će **Nikola Vrdoljak** (direktor, 404 / partner, Myty Group), **Nebojša Grbačić** (suosnivač, (re)kreativni direktor, Cvoke) i **Krešimir Macan** (friški podcaster i komunikacijski savjetnik, Špica s Macanom) u razgovoru koji će moderirati **Dunja Ivana Ballon**

(direktorica HURA-e, IAB-a Croatia i Dana komunikacija). Očekujte iskrene odgovore, hrabre stavove i format u kojem je sve dozvoljeno – osim neodlučnosti.

IS BIGGER BETTER? II BY IAB CROATIA

U svijetu velikih kompanija, komunikacija nije samo prenošenje poruke — to je strateški plan u kojem se mora balansirati između budžeta, dosega, interne i eksterne komunikacije. ***Is Bigger Better? II by IAB Croatia*** otvara pitanje vrijedi li ona stara *što više, to bolje* kad je riječ o komunikaciji i velikim sustavima, a svoja će iskustva i stavove podijeliti **Marija Franić** (rukovoditeljica Sektora korporativnih komunikacija, Kaufland), **Ema Huskić** (voditeljica marketinga, Mastercard), **Tamara Karagity** (direktorica Korporativnih komunikacija i marketinga INA Grupe) te **David Flam** (direktor marketinga, Maistra Hospitality Group) u razgovoru koji će moderirati **Ivana Krajinović** (direktorica, Večernji list).

AI BEYOND THE HYPE: STRATEGIC PR BEFORE SHINY TOOLS

U svijetu u kojem se gotovo svakodnevno pojavljuju novi „revolucionarni“ AI alati, lako je izgubiti fokus i juriti za tehnologijom umjesto za stvarnim vrijednostima. No, kako ističe **Dawid Adach** (suosnivač, CogniVis.ai, Forbes 30 Under 30 te iskusni međunarodni predavač), istinska inovacija u strateškoj komunikaciji ne počinje s najnovijim softverom – već s pravim pitanjem koje želimo riješiti. Upravo će Adach na Danima komunikacija održati inspirativno predavanje s konkretnim primjerima integracije umjetne inteligencije u odnose s javnošću, marketing i šire. Nakon predavanja uslijedit će interaktivni Q&A s predavačem, koji će voditi **Kristina Laco** (direktorica, Komunikacijski ured Colić, Laco i partneri), s ciljem produbljivanja razgovora o stvarnim mogućnostima (i ograničenjima) AI-ja u komunikacijama.

AI, IT & ADVERTISING’S RELATIONSHIP STATUS? IT’S COMPLICATED. BY UNIT

AI, IT i oglašavanje ušli su u kompleksnu vezu iz koje nitko ne izlazi neozlijeđen – ni kreativci ni developeri ni budžeti. Što se dogodi kad strojevi pokušaju biti umjetnici, kad se podaci pretvaraju u storytelling, a dizajn postaje ključ spajanja tehnologije i kreativnosti: revolucija ili samo lijepo zapakiran kaos? O toj ljubavnoj (i radnoj) dinamici razgovarat će **Ivan Bešlić** (glavni direktor za strategiju, Sofascore / predsjednik, UNIT) i **Stjepan Zelić** (izvršni direktor, Hypefy) uz moderaciju **Martine Sokač Sarage** (direktorica, MSS Puls).

Uz spomenute teme, mnogi će se programski sadržaji također baviti različitim aspektima novih tehnologija, među kojima su i *From Witch Hunt to AI: Lessons from Yuval Noah Harari*, *Protecting Children in the Digital Playground by UNICEF*, *You Still Pretend to Understand Blockchain? UX/UI to the Rescue! by Alice in Blockchains*, *The Science of Influence: Why Media Agencies Are More Powerful Than Ever*, *AI-Powered Bullshit: Creativity’s Future or Digital Delusion? Fight! by CroAI*. i drugi.

Podsjetimo, uz sjajan domaći program, **najavljen je niz vodećih svjetskih lidera** iz područja kreativnosti, digitala, dizajna, pažnje korisnika, pitchiranja, umjetne inteligencije i brojnih drugih tema.

Svi koji žele biti dio ovog posebnog iskustva od 15. do 18. svibnja u Rovinju, informacije o sudjelovanju mogu pronaći 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 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 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