

Predsjednik Milanović otvorit će Dane komunikacija, a na festivalu će se razgovarati i o nizu regulatornih pitanja

Od politike i izbora pa sve do dječjih prava, influencerskih regulativa i EU-topije – Dane komunikacija otvorit će predsjednik Republike Zoran Milanović, a festival će pokrenuti i niz drugih regulatornih i institucionalnih pitanja od društvenoga značaja – iz komunikacijske perspektive.

Vrhunski predavači, aktualni sadržaji i neprocjenjivi uvidi očekuju nas sredinom svibnja u Rovinju na Danima komunikacija. Već su predstavljeni predavači iz glavne dvorane, a **u cijelosti je objavljen i raspored, uključujući i preostala četiri festivalska stagea**. Prisutni će se i ovoga puta moći uključiti u interaktivne diskusije i razgovore o svim područjima komunikacijske industrije, a sudionicima ovoga festivala kreativnosti, digitala i komunikacija **na samom otvorenju 15. svibnja obratit će se i predsjednik Republike Hrvatske Zoran Milanović**, koji je pokrovitelj i ovogodišnjeg festivala Dani komunikacija. U svom obraćanju predsjednik Milanović govorit će o globalnim izazovima, političkom okruženju i važnosti komunikacija.

Dani komunikacija usmjereni su na tržišne komunikacije, no preokupacije festivala odavno nadilaze granice same industrije, ispreplićući ključne teme sa širim društvenim okvirom obuhvaćenim utjecajem industrije. „**Sustavno otvaramo važne dijaloge** koji se tiču i institucionalnog okvira, zakonodavnih promjena i društvenih vrijednosti, zagovarajući odgovornu i modernu budućnost komunikacija, koja omogućava snažan rast našeg tržišta i potiče domaće gospodarstvo. Oduvijek smo bili industrija na prvoj liniji – među prvima koje osjete promjenu i među rijetkima koje je znaju artikulirati. Tako je i sada s AI-jem. Generativna umjetna inteligencija, geopolitička preslagivanja, tržišni potresi... sve su to samo novi okviri unutar kojih smo u leaderskoj poziciji te stvaramo relevantne, smislene i utjecajne komunikacije koje formiraju biznise i društvo, a kroz suradnje s institucijama, nevladinim organizacijama i poslovnim liderima komunikacijska industrija važan je sudionik i moćan saveznik u rješavanju ključnih izazova suvremenog svijeta“, istaknula je direktorica festivala i izvršna direktorica organizatora – Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e) – **Dunja Ivana Ballon**, a ovo su neke od izdvojenih tema kojima će se festival baviti.

EU-TOPIA OR NOT? WHAT YOU NEED TO KNOW TO STAY AHEAD IN THE GAME BY EUROPEAN COMMISSION IN CROATIA

Europska unija donosi regulative koje ne oblikuju samo pravila igre u Bruxellesu već i definiraju način poslovanja diljem kontinenta pomoću dokumenata kao što su *Digital Services Act* i *Zakon o umjetnoj inteligenciji*. Zahvaljujući Europskoj komisiji u Hrvatskoj, sudionici će dobiti uvid u to **kako nove europske politike mijenjaju temelje industrija** i što svatko tko želi ostati konkurentan treba znati o budućim pravilima igre. Moderatorica **Hana Huzjak** (viša ekonomska savjetnica, Europska komisija u Hrvatskoj) te sugovornici **Vedran Bilas** (dekan Fakulteta elektrotehnike i računarstva,

Sveučilište u Zagrebu), **Hrvoje Josip Balen** (član Uprave i suosnivač, Sveučilište Algebra Bernays) i **Domagoj Juričić** (konzultant za upravljanje političkim rizicima, MKPS) raspraviti će o ključnim promjenama koje nas očekuju i ponuditi konkretna objašnjenja o utjecaju nadolazeće regulative na poslovne strategije, tehnološke procese i širi društveni kontekst.

ON INFLUENCER MARKETING BY IAB CROATIA: IS YOUR FEED A LIE?

Influencer marketing dosegao je razinu u kojoj promotivne poruke postaju gotovo neprimjetne – bez jasnih naznaka da je riječ o sponzoriranom sadržaju. Autentičnost se sve češće zamjenjuje pažljivo konstruiranim narativima koji imaju jasan prodajni cilj, a u Hrvatskoj ovo područje još uvijek nije dovoljno regulirano. IAB Croatia kroz svoj (Samo)regulacijski hub aktivno radi na [podizanju etičkih standarda u influencer marketingu](#), o čemu će s moderatoricom **Sandrom Babić** (urednica, novinarka i voditeljica razvoja novih proizvoda, Lider Media) razgovarati **Mario Fraculj** (voditelj Katedre za ekonomiju Sveučilišta Algebra Bernays i stalni sudski vještak za marketing i tržišno komuniciranje), **Dario Marčac** (osnivač, Crew) i **Marin Katušić** (direktor monetizacije, Index Promocija).

FACTS, BIG TECH AND ELECTIONS: WHAT ABOUT DEMOCRACY? BY HUOJ

Nakon godine u kojoj su se u Hrvatskoj održala čak četiri izbora, pitanje odnosa između tehnologije, činjenica i demokracije postaje važnije nego ikad. Dok Europska unija ubrzano pokušava regulirati velike tehnološke platforme kako bi očuvala demokratske procese, digitalne mreže postaju sve snažniji alat političkog utjecaja – često zamaskiran u zabavni sadržaj i viralne trendove. U pozadini tih promjena nameće se ključno pitanje: [može li demokracija opstati u svijetu algoritama i informacijske preopterećenosti](#)? U razgovoru će sudjelovati **Damir Habijan** (ministar pravosuđa, uprave i digitalne transformacije) i **Ivanka Mabić Gagić** (izvršna direktorica, Aleph Group) pod moderatorskim vodstvom **Marija Aunedija Medeka** (predsjednik HUOJ-a i član Uprave Val grupe), a fokus će biti na izazovima koji stoje pred suvremenim društvima u borbi za istinu, povjerenje i funkcionalnu demokraciju.

PROTECTING CHILDREN IN THE DIGITAL PLAYGROUND BY UNICEF

Digitalne tehnologije postale su sastavni dio života djece, stvarajući prostor za učenje, povezivanje i izražavanje na načine koji su donedavno bili nezamislivi. No, paralelno s rastom digitalnog okruženja, rastu i rizici kojima su djeca izložena te je ključno saznati kako osigurati da digitalni prostori ostanu sigurni, poticajni i pozitivni za najmlađe korisnike. [Uz stručne smjernice i podatke iz UNICEF-ovih istraživanja](#), **Dubravka Štefanac** (direktorica korporativnih komunikacija, A1 Hrvatska), **Helena Pirnat Dragičević** (Pravobraniteljica za djecu Republike Hrvatske), **Roman Turk** (direktor, DIVISION 4 VISION) i **Igor Vukasović** (direktor korporativnih komunikacija, Hrvatski Telekom) uz moderatoricu **Lidiju Gamulin** (voditeljica odjela za partnerstva, UNICEF Hrvatska) fokusirat će se na konkretne korake koje različiti sektori mogu poduzeti kako bi digitalni svijet postao prostor u kojem djeca mogu slobodno učiti i igrati se bez kompromisa po pitanju sigurnosti.

PPP POWERED BY OŽUJSKO PIVO: PITCH ME IF YOU CAN – GUIDE TO FAIR & SMART AGENCY SELECTION

Natječajni je proces ključan, ali često emocionalno i operativno iscrpljujuć proces u marketinškoj industriji. Dok agencije ulažu znanje, kreativnost i energiju u pitcheve s ciljem osvajanja novog klijenta, oglašivači traže savršenog partnera – no prečesto ovaj proces završi nesporazumima,



neusklađenim očekivanjima i propuštenim prilikama. U formatu PPP interaktivne diskusije otvorit će se rasprava o tome [kako pitching učiniti pravednijim, učinkovitijim i transparentnijim](#) za sve uključene strane. Razgovor će moderirati **Marina Bolanča** (direktorica, Abeceda komunikacije) uz sudionike **Luku Dubokovića** (direktor, BBDO Zagreb), **Ružicu Ilak** (izvršna direktorica, Pragma komunikacije), **Emiliju Sačer** (direktorica službe Brend identitet i komunikacija, Podravka) i **Zvonimira Sekija** (direktor marketinga, Franck).

CREATIVITY CAGED: HOW TO CHANGE PUBLIC PROCUREMENT?

[Javna nabava trebala bi biti odskočna daska za kreativnost](#), no u praksi često guši najbolje ideje pod teretom birokracije i najnižih cijena. Kako to promijeniti? Na ta će pitanje odgovor dati članovi HURA-ine Impact Task Force radne skupine, koji se aktivno zalažu za promjene u sustavu. Razgovor će moderirati **Dunja Bua** (direktorica i vlasnica, Pragma komunikacije), a u raspravi će sudjelovati **Ana Fresl** (predsjednica Uprave Projekta jednako razvoj), **Andreja Vranješ** (operativna direktorica, Morgan Grey) te **Tanja Ninić** (konzultantica za EU fondove, Project11).

Uz spomenute teme, mnogi će se programski sadržaji baviti [kreativnošću](#), [umjetnom inteligencijom i biznisom](#), [povjerenjem](#), [publicitetom](#), [buntom i odgovornim oglašavanjem](#), ali i **brojnim temama od velikog značaja komunikacijskoj branši**.

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

IIIIIIIIII LOVE DK20255555555555



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