



studentski.hr

Tko tu koga kupuje? Povjerenje, publicitet, bunt i odgovorno

DANI KOMUNIKACIJA 2025.

U vremenu kada emocije prodaju bolje nego ikad, a vrijednosti se mjere algoritmima, veliki festival kreativnosti, digitala i komunikacija otvara teme koje oblikuju odnos između brendova, potrošača i društva.





±2

U vremenu kada emocije prodaju bolje nego ikad, a vrijednosti se mjere algoritmima, veliki festival kreativnosti, digitala i komunikacija otvara teme koje oblikuju odnos između brendova, potrošača i društva.

[Studentski.hr](#)

23.4.2025.

Kako izgleda bunt u doba brendiranog otpora? Koliko je oglašavanje danas odgovorno – i može li biti dio rješenja u vremenu izazova održivosti? Zašto nam je i dalje teško otvoreno govoriti o novcu? Što danas znači povjerenje potrošača i kako izgleda javna pogreška u digitalno doba – samo su neka od pitanja koja će postaviti jedanaesti **Dani komunikacija**, koji će se od 15. do 18. svibnja održati u rovinjskom hotelu Lone.

Festival tržišnih komunikacija donosi niz tema koje na sučelju oglašavanja, kulture i psihologije progovaraju o ključnim točkama suvremenog društva, a razgovori će okupiti predstavnike brendova, agencija, bankarskog sektora, nezavisne kreativne scene, medija i znanosti kako bi otvorili iskrene, često i neugodne, ali nužne razgovore o temama koje nas sve oblikuju, bilo da smo potrošači, kreatori, oglašivači – ili samo ljudi u svijetu koji se stalno mijenja.

Buy & Die: Buy More! Spend More! Die More Quickly! (Or Is Consumerism Dragging Us Straight to Hell?)

Oglašivačka industrija, kao sastavni dio šireg ekonomskog sustava, već desetljećima potiče potrošnju i oblikuje percepciju vrijednosti u društvu. No u vremenu rastuće klimatske krize, postavlja se pitanje [može li taj isti sustav biti preusmjeren na održiviji model](#) – ili je ideja oglašavanja koje ne promovira neunjerenu potrošnju tek utopija? Ova kompleksna i važna tema bit će u fokusu rasprave **Karle Andrić** (osnivačica Haiku komunikacija, #EUClimatePact veleposlanica, savjetnica za komunikaciju o održivosti i društvenoj odgovornosti, zagovornica protiv greenwashinga), **Ane Brajković** (direktorica, Circled) i **Vinka Filipića** (direktor, Greencajt) uz moderatora **Danira Ciglara**, člana organizacijskog odbora **Dana komunikacija** te direktora agencije Imago Ogilvy.

I Love to Hate You: The Anatomy of Cancel Culture by WOLF

Što se dogodi kada jedan trenutak sve promijeni? Cancel kultura, nekoć usnjerena na preuzimanje odgovornosti, danas sve više nalikuje sustavu brzih presuda i javnih osuda – bez vremena za provjeru činjenica, prostora za rast ili šanse za povratak. U eri u kojoj oprost nestaje iz javnog diskursa, ključna pitanja postaju [kako se nositi s pogreškom u digitalno doba](#) i postoji li način da se ona unamji? U razgovoru koji će moderirati novinar **Aleksandar Stanković** svoja će iskustva i uvide podijeliti **Ella Dvornik**, **Ana Čerenšak** (psihologinja, Mental training center) i **Manuela Šola** (direktorica, Komunikacijski laboratorij). Kroz stvarne priče i analizu suvremenih izazova raspravit će o tome možem li si uopće još priuštiti pogrešku u svijetu koji presuđuje brzo, javno i bez zadržke.



[Kada AI i biznis komuniciraju: tko je kreativan, tko precizan, a tko samo glasan? Istražite na Danima komunikacija](#)

Beyond the Checkout: The New Rules of Consumer Trust powered by Studenac

Pitanje povjerenja u maloprodaju nadilazi same potrošačke navike — ono se tiče temeljnih psiholoških mehanizama ponašanja potrošača i načina na koji se brendovi povezuju sa svojim zajednicama. U vremenu kada je autentičnost ključna, [kako ponovno izgraditi povjerenje između trgovaca i potrošača](#)? Na [Danima komunikacija](#) ovaj će panel predstaviti znanost o potrošačkom ponašanju, istražujući što osigurava lojalnost, osjećaj pripadnosti i stvarnu povezanost s brendom. O ovoj će temi razgovarati [Tatjana Spajić](#) (direktorica korporativnih komunikacija, Studenac Market), [Anđela Buljan Šiber](#) (osnivačica, Izone, članica organizacijskog odbora [Dana komunikacija](#)) i [Senka Brajović](#) (partnerica, Improve Research & Analytics) uz moderatora [Maroju Sabljica](#) (direktor, B2B GLOBAL).

Can Money Talk be Sexy? powered by Addiko bank

Iako je novac neizbježan dio svakodnevice, razgovori o financijama i dalje su za mnoge neugodni, pa čak i tabu. Zašto je tomu tako, osobito u društvu u kojem je dijeljenje privatnih informacija postalo gotovo norma? Ovaj panel istražuje [kulturološke, društvene i psihološke razloge iza naše nelagodnosti u vezi s financijskim temama](#), uz poseban fokus na ulogu komunikacijskih stručnjaka, psihologa i financijskih institucija u mijenjanju tog narativa. Svoja će razmišljanja i iskustva podijeliti [Petra Bašić Jantolić](#) (izvršna direktorica Razvoja poslovanja s klijentima, Addiko Bank), [Davor Bruketa](#) (kreativni direktor i suvlasnik full-service agencije Bruketa&Žinić&Grey te član organizacijskog odbora [Dana komunikacija](#)), [Martina Trboglav Podvorac](#) (psihologinja, terapeutkinja i vlasnica, Privatna psihološka praksa Corium) te [DJ Rea](#) (Rea Hadžiosmanović, glazbena urednica/glazbena novinarica/glazbena konzultantica, vlasnica kreativnog obrta Puding) u razgovoru koji će moderirati [Petar Tanta](#) (direktor, CTA komunikacije).

Nothing is Punk Anymore

Nekada je bunt imao svoj prepoznatljiv vizualni identitet — poderane traperice, istrošene tenisice i jasan otpor prema svemu korporativnom. [Danas isti taj bunt dolazi u limitiranom izdanju s pripadajućom marketinškom kampanjom](#). Je li svaka kontrakultura već komercijalizirana? Može li išta ostati autentično i izvan tržišnih okvira u svijetu u kojem i protest dolazi uz sponzora? Na ova pitanja pokušat će odgovoriti rasprava koju će moderirati [Marko Šesnić](#) (suosnivač, Studio Šesnić&Turković, član Uprave HURA-e i IAB-a Croatia), a pridružit će mu se [Ela Barić](#) (Brand Manager, Radenska Adriatic), [Domagoj Davidović](#) (kreativni strateg, MinusMinus Agency, član IAB-a Croatia) te [Maro Pitarević](#) (kreativni direktor, Real grupa).





[Dan otvorenih vrata Sveučilišta Algebra Bernays okupio više od 300 posjetitelja i stručnjake iz svih industrija](#)

Uz spomenute teme, mnogi će se programski sadržaji baviti [kreativnošću](#), [umjetnom inteligencijom i biznisom](#), ali i brojnim raznolikim temama od velikog značaja komunikacijskoj branši, među kojima su i [PPP: Pitch Me If You Can — Guide to Fair & Smart Agency Selection powered by Ožujsko pivo](#), [On Influencer Marketing by IAB Croatia: Is Your Feed a Lie?](#), [The Experience Economy: Events as the Frontline of Brand Experience](#), [Why Your Business Needs a Gamer's Mindset by Game Changer](#) i druge.

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