

Najinovativniji CMO svijeta na Danima komunikacija: Machado otkrio snagu ideja koje mijenjaju brendove – i svijet

Završni dan festivala okupio je globalne vizionare, pomaknuo granice kreativnosti i tehnologije te još jednom dokazao zašto Dani komunikacija nisu samo konferencija, već pokret.

Treći dan festivala Dani komunikacija 2025. u Rovinju kulminirao je u velikom stilu – na glavnu pozornicu stupio je **Fernando Machado** powered by A1, marketinški vizionar čije ideje su redefinirale komunikaciju nekih od najpoznatijih globalnih brendova. Govorivši o važnosti kvalitetnoga briefa u komunikacijskoj industriji, osvrnuo se na citat filozofa Blaisea Pascala koji kaže da je napisao dugačko pismo jer nije imao vremena napisati kratko – te poručio: „*Ako želite da ljudi zaista razumiju vašu ideju, budite kratki i jasni.*“ U inspirativnom predavanju Machado je **govorio o moći ideja koje ne samo da pomiču granice industrije, već ostavljaju trag i izvan nje.** Iskustva koja je stekao oblikujući kampanje za Burger King i Dove pretočio je u konkretne uvide o tome kako marketing može biti više od poruke – može biti pokretač stvarne društvene promjene.

Machada je dočekala dvorana već ispunjena uzbuđenjem, zahvaljujući karizmatičnom povratku **David Shinga**, poznatog digitalnog filozofa i jednog od najzanimljivijih mislioca tehnološke scene. Njegovo predavanje ***Nothing Changes If Nothing Changes*** bilo je poziv na buđenje – razmišljanje o tome kako možemo koristiti tehnologiju, a osobito umjetnu inteligenciju, ne da nas udalji, već da nas približi. Svojim ekscentričnim nastupom, britkim humorom i zaraznom energijom Shing je još jednom opravdao svoj status miljenika publike. „*Mi smo u industriji koja ljude motivira da nešto požele – a zapravo trebamo početi stvarati proizvode koje ljudi zaista žele*“, poručio je raspoloženoj publici.

Kreativnost, kao neiscrpna sila promjene, bila je u središtu pažnje i u završnom segmentu glavne dvorane ***On the Role of Creativity Today***, panelu koji je okupio istaknute stvaraoce iz različitih područja: predsjednica Uprave HURA-e **Jelena Fiškuš** (Studio Sonda), producent s nominacijom za Oscara **Danijel Pek**; kustosica i osnivačica/predsjednica Nomada – Hrvatskog ureda za suvremenu umjetnost **Vanja Žanko**; poznati modni dizajner koji surađuje čak i s Beyonce **Juraj Zigman** te jedan od najcjenjenijih hrvatskih arhitekata i senior partner Studija 3LHD **Marko Dabrović**. Iako različitih izraza, svi su se složili u jednom: kreativnost je danas važnija nego ikad. Ne kao ukras, nego kao alat za preispitivanje normi, oblikovanje identiteta i stvaranje prostora za nove vrijednosti.

U osvrtu na završnicu festivala, **Davor Bruketa**, član organizacijskog odbora Dana komunikacija, izjavio je: „*Ako kreativnost i dalje tretiramo kao ‘nešto što dolazi na kraju’, propustili smo poantu. Ovdje smo vidjeli da je ona polazna točka – ne samo za dobre kampanje, već za konkretne poslovne rezultate i društvene promjene. Tko to još ne vidi, možda je na krivom festivalu.*“

Brojni posjetitelji imali su priliku uz ove vrhunske stručnjake u glavnoj dvorani čuti i predavanje **Mirelle Crespi** – strateginje koja razumije podatke bolje od ikoga i koja je pokazala kako analitika i

kreativnost mogu djelovati sinergijski, donoseći mjerljive rezultate kampanja bez gubitka njihove autentičnosti i utjecaja. Dnevni program dodatno su obogatili i brojni paneli koji su pokrenuli dijalog o ključnim društvenim pitanjima. Panel [Will AI Actually Pay Off? powered by Raiffeisen Hrvatska](#) bavio se stvarnim dometima umjetne inteligencije u poslovnim rezultatima, dok je [From Witch Hunt to AI: Lessons from Yuval Noah Harari](#) kritički je sagledao utjecaj dezinformacija i algoritama na demokraciju. Razgovor [Can Money Talk Be Sexy? powered by Addiko bank](#) otvorio je društveno relevantnu diskusiju o financijskoj pismenosti i razbijanju tabua oko novca., a panel [Zagreb, I Love You. What's Next?](#) promišljao je (kontroverznu) ulogu dizajna u oblikovanju urbanog identiteta i budućnosti glavnog grada.

Završnica festivala potvrdila je ulogu Dana komunikacija kao epicentra ideja, dijaloga i inspiracije — mjesta gdje se brišu granice između industrija, gdje tehnologija susreće emociju, a kreativnost postaje katalizator promjene.

Više informacija o festivalu dostupno je 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

Više informacija pronađite na www.iab-croatia.com te na [Facebooku](#) i [LinkedInu](#).

Kontakt za medije: barbara.tolic@hura.hr