



lidermedia.hr

□

Otac modernog AI-ja stiže u Hrvatsku na **Dane komunikacija**

Novo izdanje festivala **Dani komunikacija** i ove se godine vraća u Rovinj u svibanjskom terminu, a program glavne pozornice otvara veliko ime. Na 12. izdanje **Dana komunikacija**, koje će se od 7. do 10. svibnja održati u Rovinju, stiže **nekonvencionalni prof. Jürgen Schmidhuber** – **pionir, disruptivni genije i otac modernog AI-ja**. Ako ste se ikada pribojavali distopijske budućnosti u kojoj AI preuzima svijet, Schmidhuber je taj koji je strojeve naučio misliti.

O Schmidhuberovu utjecaju govori Elon Musk koji ga bez okolišanja opisuje riječima: “**Schmidhuber je izumio sve**”, dok *The New York Times* piše kako će ga umjetna inteligencija kada odraste zvati “tata”. Znanstvenik koji je stavio G, P i T u GPT – kreirajući tehnologije koje danas pokreću **ChatGPT, Google Translate, Siri, Alexu i suvremene generativne modele**, a njegova se kreacija koristi u milijardama uređaja diljem svijeta. Kada se govori o razvoju moderne umjetne inteligencije, postoje tek rijetka imena bez kojih taj razgovor nije potpun. Schmidhuber je jedno od njih.

O tome koja je naša budućnost i budućnost umjetne inteligencije, te imamo li je uopće i u kojem obliku, na **Danima komunikacija** promišljat ćemo u sklopu njegovog predavanja pod nazivom *Modern AI and the Future of the Universe* u kojem će nadići uobičajene tehnološke okvire i AI postaviti kao civilizacijsku temu s dugoročnim učincima, a ne kao još jedan alat u arsenalu industrije.

– Poput naše struke, **Dani komunikacija** ne pristaju na prosjek. Naš je cilj stvoriti prostor za industriju koja razmišlja slobodnije, hrabrije i pametnije – istaknula je **Dunja Ivana Ballon**, dugogodišnja direktorica festivala i programa.

Mentor industrije strateškog komuniciranja

Uz Schmidhubera, festivalski program donosi i stratešku dimenziju. U Rovinj stiže **Mark Pollard**, jedan od najutjecajnijih marketinških stratega i mentora današnjice – globalno. Autor knjige *Strategy Is Your Words* i osnivač platforme Sweathead s **više od 1,3 milijunaslušanja i stotinama tisuća obožavatelja**, oblikuje način na koji čitave generacije komunikacijskih stratega diljem svijeta razmišljaju o svojem poslu. Radio je za **Facebook, Twitter, The Economist i Mozillu**, vodio strategiju u McCamnu i Leo Burnettu, predavao u Carnesu i na TED-u, a poznat je u svjetskim krugovima po tome što je uvijek promijenio način na koji industrija razmišlja o strategiji. Na **Dane komunikacija** donosi visokoenergičnu i interaktivnu sesiju *Strategy On You* koja strategiju okreće prema onome što je najvažnije – tome kako mi razmišljamo.

– Strategije u komuniciranju čine onu bitnu razliku između ulaganja u rast i bacanja novca na šušur koji bez strategije zapravo predstavlja tek skup nasumičnih vizuala i poruka koje se nadaju da će nekoga pogoditi. Iskustvo je pokazalo da naše tržište po pitanju strategija treba više znanja i bolje razumijevanje njihove važnosti, tako da smo ove godine strateški isplanirali dovesti na DK dvoje stratega koji spadaju u sam svjetski vrh. Tko želi rasti, ne smije ih propustiti – istaknula je **Jelena Fiškuš**, najnagrađivanija hrvatska kreativna direktorica i predsjednica **Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e)**.

Brend kao arhitektura, a ne dekoracija

Festival je potvrdio dolazak elitne brend strateginje **Julie Supan**, žene koja je postavila branding najutjecajnijih tehnoloških platformi svijeta. Jedna od najtraženijih brend strateginja Silikonske doline, a u ulozi direktorice marketinga i komunikacija sudjelovala je u izgradnji tehnoloških giganta poput **YouTubea, Airbnb, Dropboxa i Discorda**. Julie Supan postavlja **brend kao arhitekturu, a ne dekoraciju** – i na DK2026 u Rovinj donosi upravo tu logiku koju je primijenila na najveće svjetske platforme. Na **Danima komunikacija**, u godini u kojoj je **povratak kvalitetnom branding**u jedan od **glavnih fokusa komunikatora**, Supan će govoriti o ulozi dugoročne vizije u izgradnji brenda – kako se gradi strateška jasnoća, kako vizija postaje temelj odluka i kako se dugoročna tržišna prednost stvara upravo onda kada još ništa nije očito.

– DK su najintenzivnija tri dana u godini za sve koji žive komunikacije. Dovoljno je vidjeti naš program da se shvati u kojem smjeru ide festival – prema ljudima koji mijenjaju industriju, a ne samo pričaju o njoj. To je iskustvo koje se mora doživjeti uživo – dodao je član Organizacijskog odbora festivala i najpoznatije lice domaće kreativne industrije **Davor Bruketa**.

Najavljeno još više sadržaja i nova festivalska dvorana

Osim sveobuhvatnog sadržajnog programa, organizatori nastavljaju graditi iskustvo po kojem je festival poznat – uz svibanjsko sunce, more i poseban ambijent Rovinja koji već godinama čini prirodnu pozomicu **Dana komunikacija**.

Ovogodišnje izdanje donosi i **nova produkcijska rješenja koja opet uvode novu razinu vizualne izvedbe**, a istovremeno organizatori najavljuju najbogatiji program do sada koji će se odvijati na čak devet festivalskih lokacija – uključujući plažu, Poolside Stage uz bazen i jednu novu dvoranu, uz nove industrijske teme i svima nezamjenjivo rovinjsko sunce.

Priznanje koje potiče kvalitetu

– Nagrade su nezaobilazan i pomalo sexy moment festivala. Uzbudjenje, glamur i natjecateljski duh dižu atmosferu, a upravo zato imamo pet nagrada — **BalCannes**, **MIXX**, **IdejaX**, **Effie** i **Young Lions** — koje potiču kreativnost i ističu kvalitetu našeg tržišta – rekla je **Angela Buljan Šiber**, dobro poznato ime domaćeg digitalnog marketinga i članica Organizacijskog odbora **Dana komunikacija** osvrćući se na važan dio festivala, odnosno na nagrađivanje najboljih.

Utjecaj festivala na industriju

Organizatori pripremaju trodnevno okupljanje industrije u novom izdanju koje očekuje nekoliko tisuća sudionika iz svijeta marketinga, komunikacija i medija, više od 100 tvrtki partnera i sponzora, festivalske novosti koje pokriva više od **stotinu predstavnika medija** s više od tisuću objava u medijima te s programom koji okuplja više od **200 nekih od najvećih stručnjaka iz Hrvatske i svijeta** u ulozi predavača i izvođača. Iza festivala stoji neovisna strukovna **udruga HURA – Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje** koja okuplja neke od najboljih i najnagrađivanijih agencija na tržištu, ujedno službeni predstavnik Cannesa Lionsa za Hrvatsku, uz **IAB Croatia** – domaće predstavništvo najveće svjetske organizacije za digitalni marketing koja okuplja lidere koji skaliraju digitalnu ekonomiju u Hrvatskoj.

Damir Ciglar, jedan od inicijatora **Dana komunikacija**, važna figura domaće marketinške industrije i član Organizacijskog odbora, pozvao je struku da ne propusti ovogodišnje izdanje festivala.

– Dani komunikacija i dalje podižu ljestvicu – kvalitetom govornika, snagom sadržaja, brojem posjetitelja i obujmom programa. Ako želite znati kamo ide industrija, ovo je mjesto gdje jednostavno morate biti. A i vaša konkurencija dolazi... – rekao je Ciglar.

Prijave su otvorene na [službenoj stranici festivala](#), uz informacije o kotizacijama i smještajnim opcijama u Rovinju, jednoj od najprivlačnijih destinacija na našoj obali.