

k

klik.hr



Otac modernog AI-ja, globalni strateški autoritet i žena iza rasta najvećih tehnoloških divova stižu u Hrvatsku na **Dane komunikacija**



[Foto: Promo]

Novo izdanje festivala **Dani komunikacija** i ove se godine vraća u Rovinju 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 unijetna 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 unijetne inteligencije, postoje tek rijetka imena bez kojih taj razgovor nije potpun. Schmidhuber je jedno od njih.

O tome koja je naša budućnost i budućnost unijetne 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“, istaknula je Dunja Ivana Ballon, dugogodišnja direktorica festivala i programa. „Naš je cilj stvoriti prostor za industriju koja razmišlja slobodnije, hrabrije i pametnije.“



[Foto: Promo]

MENTOR INDUSTRIJE STRATEŠKOG KOMUNICIRANJA

Uz Schmidhubera, festivalski program donosi i stratešku dimenziju. U Rovinju stize 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 milijuna slušanja 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 McCannu i Leo Burnettu, predavao u Cannesu i na TED-u, a poznat je u svjetskim krugovima po tome što je zauvijek 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.

Jelena Fiškuš, najnagrađivanija hrvatska kreativna direktorica i predsjednica **Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e)**, istaknula je važnost strateškog pristupa u komunikacijama. "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."



[Foto: Promo]

BREND KAO ARHITEKTURA, A NE DEKORACIJA

Festival je potvrdio dolazak elite 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, Airbnba, 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 brandingu 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.

Najpoznatije lice domaće kreativne industrije i član Organizacijskog odbora festivala, Davor Bruketa, dodao je: “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.”



[Foto: Promo]

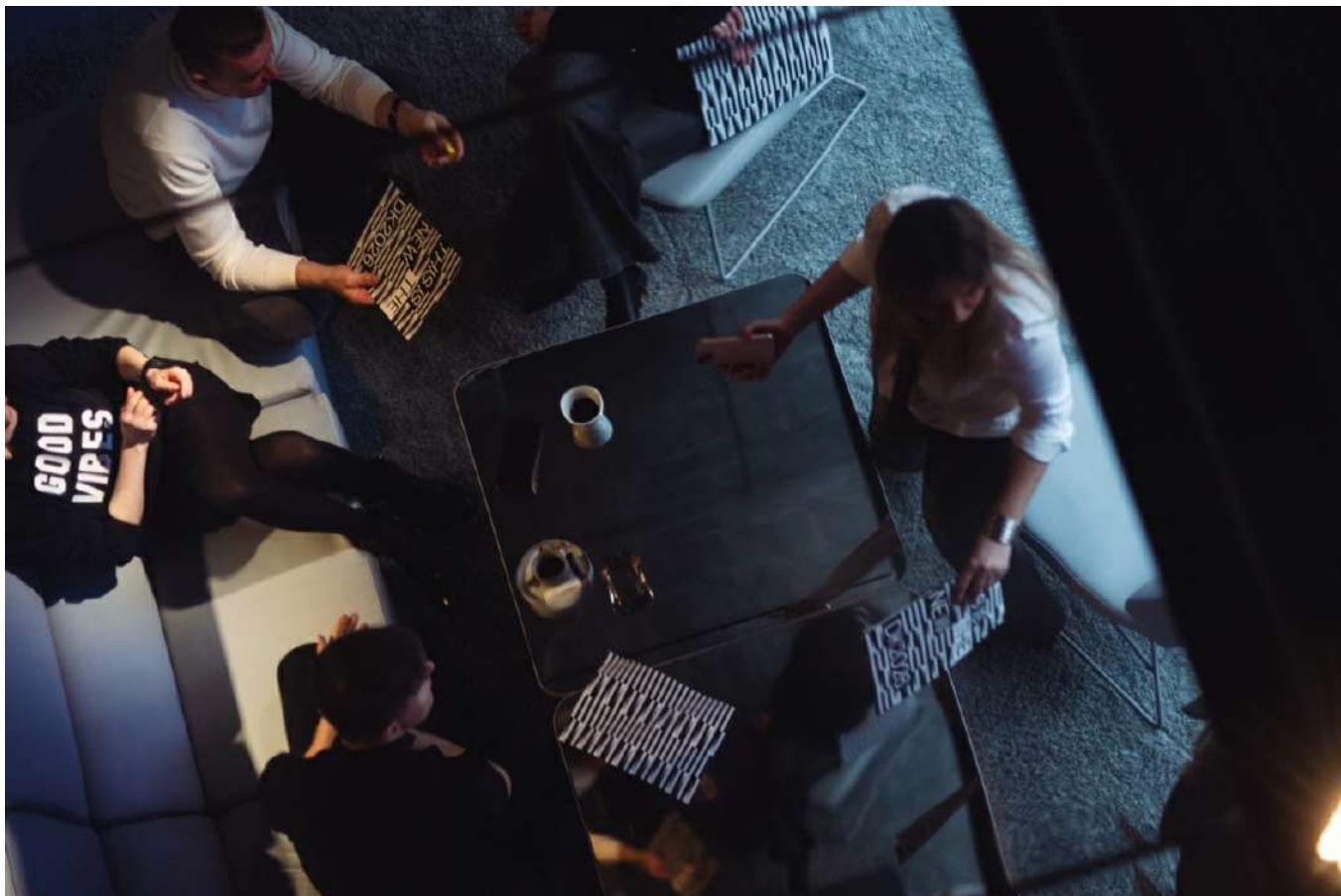
NAJAVLJENO JOŠ VIŠE SADRŽAJA I NOVA FESTIVALSKA DVORANA

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

Važan dio festivala je nagrađivanje najboljih, a na taj se segment [Dana komunikacija](#) osvnuća i Angela Buljan Šiber, dobro poznato ime domaćeg digitalnog marketinga i članica Organizacijskog odbora [Dana komunikacija](#): “Nagrade su nezaobilazan i pomalo sexy moment festivala. Uzbudjenje, glamur i natjecateljski duh dižu atmosferu, a upravo zato imamo pet nagrada — [BalCames](#), [MIXX](#), [IdejaX](#), [Effie](#) i [Young Lions](#) — koje potiču kreativnost i ističu kvalitetu našeg tržišta.”



[Foto: Promo]

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 Cannes 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...”

Prijave su otvorene na službenoj stranici festivala, uz informacije o kotizacijama i snještajnim opcijama u Rovinju, jednoj od najprivlačnijih destinacija na našoj obali.

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. Dvanaesto 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 sljedećeg 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.