



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

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', istaknula je **Dunja Ivana Ballon**, dugogodišnja direktorica festivala i programa. 'Naš je cilj stvoriti prostor za industriju koja razmišlja slobodnije, hrabrije i pametnije.'

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 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.'

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, 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.'

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 pozornicu [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](#) osvrnula 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 — [BaCannes](#), [MIXX](#), [IdejaX](#), [Effie](#) i [Young Lions](#) — koje potiču kreativnost i ističu kvalitetu našeg tržišta.'

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...'

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

M.K. | 27. 01. 2026. | 20:35h