



Rovinj postaje epicentar budućnosti: Dolazak oca umjetne inteligencije i globalnih strateških lidera na **Dane komunikacija**

Program glavne pozornice otvara ime koje se bez zadržke može opisati kao povijesno. U Rovinj stiže prof. dr. sc. Jürgen Schmidhuber, pionir umjetne inteligencije, disruptivni znanstvenik i autor čiji se rad smatra temeljem suvremenog razvoja AI-ja. Riječ je o znanstveniku koji je postavio ključne principe tehnologija koje danas pokreću generativne modele poput ChatGPT-ja, ali i sustave koji stoje iza Google Translatea, Siri, Alexa i brojnih drugih alata prisutnih u milijardama uređaja diljem svijeta. Njegov je utjecaj na razvoj moderne umjetne inteligencije nemjerljiv, što potvrđuju i izjave Elona Muska, koji je za Schmidhubera rekao da je „izumio sve“, kao i The New York Times, koji je zapisao da će ga umjetna inteligencija, kada odraste, zvati – „tata“.

Schmidhuberov dolazak na **Dane komunikacija** predstavlja rijetku priliku za izravan susret s osobom bez koje je razgovor o umjetnoj inteligenciji jednostavno nezamisliv. U svom predavanju pod nazivom *Modern AI and the Future of the Universe*, publiku će povesti izvan uobičajenih tehnoloških okvira, promišljajući umjetnu inteligenciju kao civilizacijsku temu s dugoročnim društvenim, etičkim i filozofskim posljedicama, a ne tek kao još jedan alat u arsenalu industrije. Upravo će se kroz takav pristup otvoriti pitanja o budućnosti čovjeka, tehnologije i svijeta kakav poznajemo.

„Poput naše struke, **Dani komunikacija** ne pristaju na prosjek“, istaknula je Dunja Ivana Ballon, dugogodišnja direktorica festivala i programa. „Naš je cilj stvarati prostor za industriju koja raznišlja slobodnije, hrabrije i pametnije, koja se ne boji postavljati teška pitanja i tražiti odgovore koji nadilaze dnevne trendove.“

Mentor industrije strateškog komuniciranja

Uz znanstvenu i tehnološku dimenziju, ovogodišnji program snažno naglašava i strateški aspekt komunikacija. U Rovinj stiže Mark Pollard, jedan od najutjecajnijih marketinških stratega današnjice i globalni mentor generacijama komunikacijskih profesionalaca. Autor knjige *Strategy Is Your Words* i osnivač platforme Sweathead, čiji sadržaji bilježe više od 1,3 milijuna

slušanja, Pollard je svojim radom trajno promijenio način na koji industrija razmišlja o strategiji.

Tijekom karijere radio je za brendove i organizacije poput Facebooka, Twittera, The Economist i Mozille, vodio strateške timove u agencijama McCann i Leo Burnett, te predavao na najrelevantnijim svjetskim pozornicama, uključujući Cannes Lions i TED. Na **Danima komunikacija** održat će interaktivnu i visokoenergičnu sesiju *Strategy On You*, u kojoj strategiju vraća njezinoj suštini – načinu na koji razmišljamo, donosimo odluke i razumijemo svijet oko sebe.

Na važnost strateškog pristupa u komunikacijama osvrnula se i Jelena Fiškuš, najnagrađivanija hrvatska kreativna direktorica i predsjednica **HURA**-e. „Strategija je razlika između smislenog ulaganja u rast i pukog trošenja budžeta na vizualni šum. Bez jasne strategije, komunikacija se svodi na nasumične poruke koje se nadaju da će nekoga pogoditi. Naše tržište treba više znanja i dublje razumijevanje strateškog razmišljanja, zbog čega smo ove godine svjesno doveli vrhunske svjetske autoreitete. Tko želi rasti, ne smije ih propustiti.“

Brend kao arhitektura, a ne dekoracija

Program **Dana komunikacija** dodatno obogaćuje dolazak Julie Supan, jedne od najutjecajnijih brend strateginja Silicijske doline i žene koja je sudjelovala u izgradnji identiteta nekih od najvažnijih tehnoloških platformi današnjice. Kao direktorica marketinga i komunikacija bila je ključna u razvoju brendova poput YouTubea, Airbnba, Dropboxa i Discorda, a njezin se pristup temelji na razumijevanju brenda kao sustavne arhitekture, a ne površne estetike.

U godini u kojoj se komunikacijska industrija ponovno okreće kvalitetnom i dugoročnom brendingu, Supan će u Rovinju govoriti o važnosti jasne vizije, strateške dosljednosti i odluka koje se donose prije nego što tržište postane očito. Njezino predavanje usmjereno je na razumijevanje brenda kao temelja poslovnih odluka i izvora dugoročne tržišne prednosti.

Član Organizacijskog odbora festivala i jedno od najprepoznatljivijih imena domaće kreativne industrije, Davor Bruketa, istaknuo je: „**Dani komunikacija** su najintenzivnija tri dana u godini za sve koji žive ovu industriju. Program jasno pokazuje snijer festivala – prena ljudima koji mijenjaju industriju, a ne samo govore o njoj. To je iskustvo koje se mora doživjeti uživo.“

Više sadržaja, nova festivalska dvorana i bogatiji program nego ikad

Osim snažnog sadržajnog programa, organizatori nastavljaju razvijati festivalsko iskustvo po kojem su **Dani komunikacija** postali prepoznatljivi. Uz more, svibanjsko sunce i jedinstveni ambijent Rovinja, ovogodišnje izdanje donosi i nova produkcijska rješenja te najbogatiji program do sada, koji će se odvijati na čak devet festivalskih lokacija. Među njima su i plaža, Poolside Stage uz bazen te nova festivalska dvorana, uz niz novih industrijskih tema i formata.

Priznanja koja potiču izvrsnost

Sastavni dio festivala ostaju i nagrade koje slave izvrsnost domaće industrije. Angela Buljan Šiber, članica Organizacijskog odbora i istaknuto ime digitalnog marketinga, naglasila je važnost tog segmenta. „Nagrade unose uzbuđenje, glamur i natjecateljski duh, ali prije svega potiču kvalitetu i kreativnost. Upravo zato imamo pet ključnih nagrada – **BalCannes**, MIXX, **IdejaX**, **Effie** i **Young Lions** – koje kontinuirano podižu standarde našeg tržišta.“

Festival s mjerljivim utjecajem na industriju

Novo izdanje **Dana komunikacija** okupit će nekoliko tisuća sudionika iz svijeta marketinga, komunikacija i medija, više od stotinu partnerskih i sponzorskih tvrtki te više od dvjesto domaćih i međunarodnih stručnjaka u ulozi predavača i izvođača. Festival prate i brojni mediji, s više od tisuću objava, čime **Dani komunikacija** potvrđuju svoj status ključnog industrijskog događaja u regiji.

Iza festivala stoji **HURA** – **Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje**, neovisna strukovna organizacija koja okuplja neke od najuspješnijih domaćih agencija i službeni je predstavnik festivala Cannes Lions u Hrvatskoj, u partnerstvu s IAB

Croatia, domaćim ogrankom najveće svjetske organizacije za digitalni marketing.

Damir Ciglar, jedan od inicijatora festivala i član Organizacijskog odbora, poručio je: „Dani komunikacija iz godine u godinu podižu ljestvicu – kvalitetom govornika, snagom sadržaja i obujmom programa. Ako želite znati kamo ide industrija, ovo je mjesto na kojem morate biti. A i vaša konkurencija dolazi.“

Prijave za sudjelovanje otvorene su na službenim stranicama festivala, gdje su dostupne sve informacije o kotizacijama i snještajnim opcijama u Rovinju, jednoj od najatraktivnijih destinacija hrvatske obale.