

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

Na press konferenciji za medije u Zagrebu predstavljeno je novo izdanje velikog festivala kreativnosti i komunikacija, uz najavu prvih imena koja dovode u Hrvatsku.

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“, 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, najnagrađivana 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 giganata 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.

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 — **BalCannes, 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.

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.

LLLLLLLLLOVE [[[[[[[DK 2026]]]]]]]]

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 bogatije za brojne materijale, specijalizirane edukacije, nagrade, istraživanja, analize i network koji će ekskluzivno biti dostupni kroz IAB Croatia.

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

Kontakt za medije: katarina.osmak@hura.hr