

[www.jutarnji.hr](#)

16. travnja 14:26:21

Objavljen raspored **Dana komunikacija:** industrija pomiče granice

promo

Uz gotovo 100 programskih segmenata i više od 200 govornika tijekom tri dana i tri noći, novi raspored otkriva festival koji se, poput industrije koju predstavlja, istovremeno odvija na više razina, kroz sadržaj koji se preklapa, nadopunjuje i evoluira.



Objavom **službenog rasporeda**, ovogodišnji **Dani komunikacija** ulaze u završnu fazu priprema – a **program koji će se od 7. do 10. svibnja odvijati u sunčanom Rovinju pokazuje da festival – i struka koju okuplja – i ove godine raste i sadržajem i ambicijom**. S gotovo 100 programskih segmenata i više od 200 govornika, raspored za nekoliko tisuća sudionika ovog popularnog festivala odražava širinu tema i perspektiva koje danas oblikuju industriju, ali i dinamiku zajednice koja se kontinuirano razvija, širi i međusobno povezuje. Upravo se na **Danima komunikacija** ta raznolikost najjasnije vidi kroz paralelne sadržaje, različite formate i teme koje sve rjeđe postoje izolirano, a sve češće u međusobnom odnosu, preslagivanju i dijalogu.

PROGRAM U KOJEM JE FOMO DIO ISKUSTVA

Dani komunikacija ne postavljaju klasičan linearni program – **sadržaj se bira, preskače i kombinira. Ovogodišnje izdanje stoga donosi osam festivalskih lokacija s čak pet festivalskih pozornica**, uz glavnu dvoranu AAA u novom, dosad neviđenom izdanju.

Festival se dodatno širi i izvan hotela; sudionici su prošle godine kroz novi Poolside Stage pokazali koliko cijene stručan sadržaj u opuštenijem, otvorenom okruženju, što je ove godine dovelo do **uvođenja novog The Garden Stagea**, smještenog na livadi ispred Hotela Lone. Riječ je o prostoru koji donosi drugačiji ritam festivala – manje formalan, ali visoko sadržajan, gdje razgovori ne završavaju izlaskom iz dvorane, nego se nastavljaju prirodno i između stručnih prezentacija i diskusija. Organizatori nastavljaju i s godinama već omiljenom plažom na kojoj će biti omogućeno

praćenje svih predavanja headlinera glavne dvorane, ali dan će ipak završiti beach afterpartyjem. Novost je i prvi beach session festivala u subotu poslijepodne, koji donosi [nastup benda Porto Morto](#) i još jedan razlog da se program tog dana ne završi izlaskom iz dvorane.



TEME KOJE OBLIKUJU PRAKSU, NE SAMO RASPRAVU

Program kroz niz razgovora otvara pitanja koja sve izravnije utječu na način na koji industrija funkcionira. U fokusu su standardi struke, očekivanja oglašivača i modeli suradnje kroz [pitching procese](#), utjecaj [umjetne inteligencije na oglašavanje i vidljivost](#), odnos između [istine i percepcije u komunikaciji](#) i [odgovornost u oglašavanju usmjerenom na djecu](#). Na festival se vraćaju teme kao što su [uloga audija](#) i novih formata poput [podcasta](#). Paralelno se otvaraju i teme načina na koji [brendovi grade relevantnost](#) te kako se donose odluke unutar organizacija. Program obuhvaća i [fokus na brend](#), komunikaciju pod pritiskom, cijenu kreativnosti, perspektivu juniora u struci i zapošljavanje, izazove [ESG komunikacije](#), kao i [komunikaciju znanosti](#) i [ulogu kulture](#) kao prostora povjerenja te mnoge druge.

Širenje programa prati i velika festivalska produkcija – glavna dvorana u novom ruhu i novi sadržajni segmenti omogućuju nesvakidašnje iskustvo koje uvijek upotpunjuju more, plaža i rovinjsko sunce. No cilj nije samo u količini.

„Program treba biti dovoljno dobar da konkurira i suncu i moru i rovinjskoj rivi, ali i dovoljno relevantan da nešto iz njega stvarno poneseš. Svake godine ga pomičemo dalje – ne da bismo imali više sadržaja, nego bolji sadržaj“, istaknula je **Dunja Ivana Ballon**, direktorica programa i festivala, dodajući: *„industrija se mijenja prebrzo i površni razgovori više nisu dovoljni, zato stvaramo prostor za teme koje traže više fokusa, više vremena i jasan stav.“*



Program kroz niz panela otvara pitanja koja sve izravnije utječu na način na koji industrija funkcionira, a dodatnu širinu daju i sudionici izvan same komunikacijske industrije kao što su – **Korado Korlević**, astronom i edukator, **Tomislav Ćorić**, potpredsjednik Vlade i ministar financija, **Damir Habijan**, ministar pravosuđa, uprave i digitalne transformacije, **Andrea Čović Vidović**, voditeljica medija i zamjenica voditeljice Predstavništva Europske komisije u Hrvatskoj, **Damir Sabol**, poduzetnik i osnivač Photomatha, **dr. sc. Boris Jokić**, ravnatelj Instituta za društvena istraživanja u Zagrebu, **Marina Mesar OKO**, multidisciplinarna umjetnica, **Igor Šeregi**, scenarist i redatelj filma Svadba, **Zoran Šprajc**, voditelj i urednik Stanja nacije, poznati kuhar s Michelinovom zvjezdicom **Mario Mandarić**, **Baby Lasagna**, **Mario Aunedi Medek**, predsjednik HUUJ-a, **dr. sc. Zvonimir Galić**, profesor na Odsjeku za psihologiju na Filozofskom fakultetu u Zagrebu, **Sven Sorić**, predsjednik HDD-a i mnogi drugi.

GLAVNA POZORNICA DONOSI SVJETSKA IMENA

Program donosi i niz predavača čiji rad definira smjer industrije, među kojima su **Jürgen Schmidhuber**, nekonvencionalni otac moderne umjetne inteligencije, **Julie Supan**, elitna brand strateginja koja je postavila temelje YouTubea, Airbnb, Dropboxa, Reddita i Discorda, **Mark Pollard**, jedan od najutjecajnijih svjetskih stratega današnjice, **Chris Do**, poznati dizajner i kreativni mentor poznat po redefiniranju načina na koji kreativci pozicioniraju i naplaćuju svoj rad, **Steve Keller**, stručnjak za zvučni branding, **Dora Pekeč**, jedna od ključnih komunikacijskih stručnjakinja iza kampanje Zohrana Mandanija za gradonačelnika New Yorka, **Daan Klaver**, brand stručnjak koji je radio s brandovima kao što su Adidas, Polaroid i Akris, **Alex Cattoni**, osnivačica platforme *The Copy Posse* koja okuplja zajednicu s više od pola milijuna marketinških stručnjaka, **Mike Follette**, pionir ekonomije pažnje i mjerenja, **Neil Patel**, globalni stručnjak za digitalni marketing i growth iza milijardi, **Jule Kim**, stručnjakinja iz Amazona i Microsofta za leadership, komunikaciju pod pritiskom i donošenje odluka u kompleksnim situacijama, te **Stephan Loerke**, koji donosi globalnu perspektivu oglašivača, nove preporuke za izbor agencija i uvid u trendove koji oblikuju tržište na razini industrije.



ISKUSTVA KOJA DEFINIRAJU **DANE KOMUNIKACIJA**

Festival je puno više od učenja i programa, on otvara prostor za networking, opuštanje i povezivanje s kolegama. Predavanja oca moderne umjetne inteligencije, dodjele nagrada najboljima u struci, [panoramski let DK2026 helikopterom](#) i [turističke ture Rovinjem](#) samo su neka od iskustava po kojima će sudionici pamtili svoj boravak na ovom neuobičajenom festivalu. Dan na festivalu ne započinje u dvoranama, nego trčanjem uz [industry morning running club ili sunrise yogom](#). Uz novi drop [festivalskog mercha](#), koji ove godine uključuje majice, kape, kišobrane, stickere, blokove, olovke, plakate i razglednice, posjetitelji će moći ponijeti i nešto [trajnije uspomene uz tetoviranje by Mr. Ink](#). Party program započinje u četvrtak, kada klub preuzima [Edo Maajka sa Slušaj mater partyjem](#). U petak slijedi novo izdanje [DKLUB: NO EXIT PARTY s našim resident dj-ima DJ Reom i DJ Leggerom](#), dok subotu zatvara [tradicionalni AAA headliners party](#), na kojem predavači koje smo pratili na pozornici glavne dvorane preuzimaju DJ pult.

Glavna dvorana je u voditeljskim rukama [Antonije Mandić](#), dok večernji program dodjela nagrada započinje u četvrtak BalCannesom koji ove godine ima novi voditeljski duo – [Lela Laković i Aljoša Bagola](#), u atmosferi slavlja najboljih u regiji. U petak i subotu na pozornicu dolazi [Ida Prester](#), koja vodi dodjele IdejeX i Young Lionsa te završnu večer uz [Effe Awards Croatia](#) i [MIXX Awards Croatia](#) powered by Admixer Media.

Vremena je još malo – svi kreativci, marketingaši, brend stručnjaci, stratezi, digitalci, mediji i drugi komunikatori koji žele sudjelovati, informacije o prijavi mogu pronaći na www.danikomunikacija.com.

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, [jedinствene 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**.

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](#).

promo