

Prvi dan Dana komunikacija u znaku najvećeg okupljanja industrije dosad

Započelo je 12. izdanje Dana komunikacija, a program koji već prvog dana otvara ključna pitanja o suradnji agencija i klijenata, komunikaciji pod pritiskom i budućnosti industrije potvrdio je zašto se festival profilira kao jedno od najrelevantnijih okupljanja struke.

Rovinj je ponovno postao središnje mjesto susreta komunikacijske i kreativne industrije, ali u izdanju koje nadmašuje očekivanja i po razmjeru i po energiji. Dvanaesti Dani komunikacija otvoreni su 7. svibnja 2026., a **već prvi dan pokazao je zašto festival iz godine u godinu raste** – kroz program koji okuplja relevantna imena, aktualne teme i sadržaje koji ubrzavaju tempo industrije koja se konstantno mijenja. Festival su otvorili članovi Organizacijskog odbora Dana komunikacija, **Dunja Ivana Ballon, Jelena Fiškuš, Davor Bruketa, Angela Buljan Šiber i Damir Ciglar**, obraćajući se publici koja je ovogodišnje izdanje učinila najvećim dosad i postavila jasan ton danima koji slijede.

„Program nismo postavili kao jednu poruku koju treba ‘pročitati’, nego kao nešto što se događa kroz cijeli festival – s preklapanjima, kontrastima i slojevima, baš kao i industrija koju reflektira. Industrija više ne funkcionira linearno, pa nema razloga da tako izgleda ni program; ideja nije bila potvrditi ono što već znamo, nego otvoriti teme koje možda nisu uvijek ugodne, ali su važne za daljnji razvoj struke”, istaknula je **Dunja Ivana Ballon**, direktorica festivala i programa Dana komunikacija.

Nakon što je poželjela svima dobrodošlicu na festival, Jelena Fiškuš osvrnula se na značaj ovogodišnjeg izdanja i širi kontekst u kojem industrija djeluje: *„Svi znamo da u glavnoj dvorani slušamo vodeća globalna imena, ali jednaku težinu ima i program koji se bavi temama relevantnima za naše tržište i našu svakodnevicu. U svijetu koji je sve nesigurniji, važno je da djelujemo kao zajednica – jer mi ne prodajemo samo proizvode, nego imamo stvarnu mogućnost oblikovati vrijednosti, kulturu i percepciju sadašnjost”*, istaknula je **Jelena Fiškuš**, predsjednica Uprave HURA-e i članica Organizacijskog odbora Dana komunikacija.

Nakon uvodnog dijela, program je u glavnoj dvorani otvoren razgovorom s jednim od ključnih glasova globalne oglašivačke industrije, **Stephanom Loerkeom**, izvršnim direktorom World Federation of Advertisers, koji je u razgovoru s **Dunjom Ivanom Ballon**, izvršnom direktoricom HURA-e i IAB-a Croatia, otvorio pitanja koja sve više definiraju odnose na tržištu. U svom je predavanju fokus stavio na **odnos između oglašivača i agencija u trenutku kada se pravila igre mijenjaju** brže nego što ih industrija uspijeva redefinirati, s posebnim naglaskom na pitch procese koji i dalje oblikuju velik dio tržišta.

Riječ je o temi koja je već neko vrijeme vrlo prisutna i na domaćem tržištu, zbog čega su kroz HURA Intelligence Hub nedavno razvijene i predstavljene [Smjernice za odabir agencije](#), zajedno s njihovom skraćenom verzijom, temeljene na **globalno priznatim okvirima organizacija World Federation of Advertisers (WFA) i VoxComm**. Smjernice uvode više

jasnoće i odgovornosti u jedan od ključnih procesa tržišnih komunikacija te postavljaju temelje za kvalitetnije i održivije odnose između klijenata i agencija.

Nakon razgovora koji je otvorio odnose između oglašivača i agencija, fokus se pomaknuo prema širem kontekstu tržišta i onome što se zapravo događa ispod površine svakodnevnih odluka. **Daniel Knapp**, glavni ekonomist IAB-a Europe, donosi perspektivu koja se rijetko čuje u stvarnom vremenu – **onu koja ne prati trendove, nego ih mjeri dok se događaju**.

U svom predavanju ***Tomorrow's Advertising Market, Today*** bavio se pitanjem koje industrija često postavlja prekasno: što se zapravo mijenja i zašto. Kroz **podatke o ulaganjima, kretanjima na tržištu medija i platformi te širem regulatornom okviru**, Knapp daje uvid u to gdje se tržište već pomaknulo, a gdje tek ide. Ne iz perspektive nagađanja, nego kroz signale koji se u pravilu prepoznaju tek kada postanu očiti svima.

Na glavnu je pozornicu stala i **Dora Pekeč**, koja je u svom predavanju govorila o komunikaciji u okruženju u kojem više **ne postoji jedinstvena publika ni jedinstvena verzija poruke**, oslanjajući se pritom na **iskustvo rada u samom središtu političke komunikacije** – danas kao glasnogovornica Ureda gradonačelnika New Yorka, a prethodno i kao glasnogovornica kampanje *Zohran for NYC* tijekom njezinog trajanja. Upravo iz tog konteksta pokazala je kako svaka poruka danas ulazi u prostor u kojem se istovremeno interpretira, osporava i prilagođava, često izvan kontrole onih koji je inicijalno oblikuju.

Komunikacija se u takvim uvjetima više ne može svesti na unaprijed definirane poruke, nego postaje **kontinuiran proces donošenja odluka u realnom vremenu**, u kojem kontekst često ima jednaku težinu kao i sama poruka.

Teme koje je otvorila dodatno su produbljene u opuštenoj atmosferi diskusije ***Communication Under Pressure: Navigating the Push and Pull of Politics, Stakeholders and Competing Interests powered by Ožujsko pivo***, gdje se rasprava proširila na donošenje komunikacijskih odluka u okruženju u kojem se interesi politike, regulatora, brendova i javnosti sve češće preklapaju. Sudionici su govorili o tome kako danas izgleda upravljanje porukama u takvom prostoru, ali i o odgovornosti koju komunikacija ima kada njezin utjecaj izlazi izvan okvira kampanja i postaje dio šireg društvenog konteksta.

Prvi je dan bio samo zagrijavanje za ostatak programa koji očekuje sudionike preostala dva dana festivala, a iz bogatog rasporeda za petak vrijedi istaknuti **Marka Pollarda**, jednog od najutjecajnijih svjetskih stratega današnjice, **Chrisa Doa**, poznatog dizajnera i kreativnog mentora poznatog po redefiniranju načina na koji kreativci pozicioniraju i naplaćuju svoj rad, **Neila Patela**, globalnog stručnjaka za digitalni marketing i growth iza milijardi prihoda, **Stevea Kellera**, stručnjaka za zvučni branding i **Alex Cattoni**, osnivačicu platforme *The Copy Posse* koja okuplja zajednicu s više od pola milijuna marketinških stručnjaka, oni čine samo dio programa uz **mnoštvo regionalnih i domaćih sadržaja**.

Detaljan raspored i informacije o svim aktivnostima dostupni su na [službenim stranicama festivala](#).

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.

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