

City na **Danima komunikacija**: zavirili smo u svijet stručnjaka

Vanesa Miković

Što smo vidjeli i naučili na dk2026? Ma tek pokoju rečenicu o budućnosti iz usta „tate AI-a“, nekoliko savjeta kako kreirati svjetski brend i usput priču o najuspješnijim hrvatskim poduzetnicima...



Ovogodišnje izdanje jednog od najvećih događaja u svijetu marketinga i medijskih komunikacija bilo je sve osim *ponovljeno*. Nekoliko tisuća ljudi, bilo stručnjaka ili zaljubljenika u ovu industriju, okupilo se i sudjelovalo na 12. izdanju **Dana komunikacija**, iza kojeg čvrsto stoje **HURA i IAB Croatia**. Gotovo 100 programskih sadržaja i više od 200 govornika obilježilo je prethodni tjedan u Rovinju, uz zadovoljstvo slušanja iskustva i savjeta svjetski poznatih imena.

Program koji pomiče granice

Što smo vidjeli, čuli i naučili? Ništa posebno, tek pokoju rečenicu o procijenjenoj budućnosti iz usta tzv. „tate AI-a“, nekoliko savjeta o tome kako kreirati brend koji ljudi pamte i usput podijeljeno pokoje iskustvo najuspješnijih hrvatskih poduzetnika. Da, navratio je i **Mate Rimac**. Ono što ovakvo iskustvo podiže na višu razinu je lokacija svakog od predavanja odnosno panela. **DK** je smješten u luksuznom hotelu koji se nalazi tik uz plažu jednog od najljepših gradova koji je sve svoje atribute „posudio“ za stvaranje nezaboravnog iskustva posjetitelja. S obzirom na preferencije mogli smo uživati u sunčevim zrakama na tzv. Vrtnoj pozornici – „The Garden Stage powered by Somersby“, u hladovini pozornice smještene uz bazene hotela – „Poolside Stage“ ili na samoj plaži gdje su se uživo prenosili sadržaji glavnih predavanja.



Foto: Vanesa Miković/Cityportal – dani komunikacija



S druge strane, upravo ta spektakularna predavanja odvijala su se u velikim dvoranama hotela koje su specijalno opremili najbolji scenski tehničari i tonski majstori. „360 ° pozornica“ omogućila je vrhunsko iskustvo prikazujući sadržaj na zidovima sa svih strana stvarajući potpuno drugačiji doživljaj.



Naravno da to nije sve. Ono što ovu industriju čini posebnom jest stvaranje dodatne vrijednosti svim korisnicima, u ovom slučaju sudionicima. Kako i sami organizatori kažu, žele stvoriti iskustvo koje te navodi na pitanje „**Zašto nisam ranije došao ovdje?**“. Stoga je svaki dan obilježen zabavnim glazbenim događajima na plaži, izazovnim escape roomovima te kutkom za pokoju novu tetovažu.

Kao šećer na kraju svakog dana, a osobito posljednjeg, održavale su se dodjele nagrada za najuspješnije u ovoj industriji. Kroz godinu dana kreativci, digitalci i inovatori stvarali su proizvode, brendove i trendove za koje su zasluženo tražili nagradu u sljedećim dodjelama: **BalCannes**, **Effie**, **MIXX**, **IdejaX** and **Young Lions Croatia**.

Teme „za poludit“

Srž **Dana komunikacija** (osim vrijednih organizatora) čini više od 200 govornika, 150 prepoznatljivih partnera, 170 uglednih članova žirija, nekoliko tisuća znatizeljnih sudionika iz različitih zemalja te svjetski **kreatori trendova**. 13 govornika koji se ističu ove godine pristizali su iz globalno značajnih dijelova poslovnog svijeta i svoja su iskustva, savjete i činjenice podijelili s nama. Kroz serije razgovora (i monologa) otvorile su se teme koje imaju direktan utjecaj ili ulogu u djelovanju ove interdisciplinarnе djelatnosti. Među ostalom, **fokus** je bio na očekivanjima oglašivača, partnera i krajnjeg korisnika, utjecaju umjetne inteligencije na oglašavanje i percepciju potrošača te odnos između onoga što vidimo i onoga što je istina. Teme poput razumijevanja komunikacije kao alata za stvaranje konkurentske prednosti, konkretizacije alata i načina za diferenciranje, pozicioniranje i izgradnju održivog biznisa te načine mjerenja učinkovitosti oglašavanja, uloge audio sadržaja itd. donose nove ideje, rješenja, ali i nova pitanja. Također stvaraju prostor za pozitivnu raspravu te razvoj kreativnog i kritičkog razmišljanja. Osim već etabliranih poduzeća i stručnjaka, na DK-u su se predstavile i *mlade nade* industrije koje su iznijele svoje perspektive u ovome području.

Hoće li nas AI zamijeniti?

Tema koja se posebno isticala, kao što je to danas uobičajeno, je sveprisutnija umjetna inteligencija – AI. Stoga je nemoguće izostaviti najutjecajnijeg u ovome području – Jürgena Schmidhubera. On je računalni znanstvenik porijeklom iz Njemačke kojeg Elon Musk naziva „tatom AI-a“. Mediji ga također opisuju ocem moderne umjetne inteligencije, a stigao je upravo kod nas, u Hrvatsku, „ispričati nam priču“ o funkcioniranju umjetne inteligencije i „otkriti“ nam što nam budućnost

tehnologije donosi. Predavanjem „Modern AI and the Future of the Universe“ otvorio je velika pitanja ljudske i robotske budućnosti i u glavama slušatelja otvorio brojne upitnike i uskličnike. Dao nam je odgovor na jedno od najčešćih pitanja današnjice – hoće li nas AI zamijeniti? Prema riječima Schmidhubera umjetna inteligencija nije dovoljno razvijena da nas zamijeni – **za sada!** Kaže kako je ljudsko tijelo izuzetno zahtjevno „za kopiranje“ te da je robotu danas nemoguće zamijeniti ljudske djelatnosti koje zahtijevaju precizan rad rukama poput vodoinstalatera, automehaničara i slično. Ali ono što nas je sve šokiralo je izjava: „...danas je nemoguće ali sa sigurnošću vam kažem da će jednoga dana biti...“. Kao argument koristi pojam **evolucija**. Schmidhuber kaže da je razvoj umjetne inteligencije dio procesa evolucije koja donosi mnogo više nego što mi trenutno možemo pojmiti. Kao i nakon svakog predavanja, slušateljima je dano vrijeme za postavljanje pitanja. Naizgled prestravljeni (ili očarani) ovim utjecajnim Nijemcem, postavljali su pitanja u vezi daljnjeg razvoja umjetne inteligencije, a odgovor je uvijek bio u tonu „ljubavi prema AI-u“. Kako god ga shvatili, jedno je sigurno – ljudi poput njega imaju i imat će utjecaja na budućnost svakoga od nas.



Panelica naših poduzetnika

Povratak na vedriju stranu donosi priča „napokon ispričana“. Na pitanje ima li Hrvatska uspjeh izvan sporta i turizma odgovor daju Mate Rimac i Davor Sabol. Rimac i Sabol pravi su primjer kako znanost, hobi i naizgled jednostavan proizvod donose svjetski uspjeh.

„Rimac Automobili“ i „Photomath“ proizvodi su proizašli iz malih mjesta, a *začarali* su čitav svijet. Na ovome panelu Sabol je ispričao svoju priču o osnivanju Photomatha iz puke želje da sinu pomogne sa zadaćom, a Rimac je podijelio svoje iskustvo u svijetu automobilske industrije. Jeste li znali da je Photomath u prvom danu lansiranja prikupio sedam tisuća preuzimanja, u sljedeća tri dana više od 1,6 milijuna, a tijekom prvog mjeseca taj broj dosegao je velikih 5 milijuna korisnika?! Prema riječima samog začetnika ovaj proizvod postao je svjetski poznata aplikacija za rješavanje matematičkih zadataka, a nastala je kao želja za pronalaskom rješenja koje olakšava rješavanje zadaće iz matematike među djecom. Ideja za to sinula mu je nakon što je pokušavao sinu pomoći u rješavanju zadaće, a posljedično je time pomogao djeci (i roditeljima) diljem svijeta.

Mate Rimac na panelu je ispričao priču o svome uspjehu: od „klinca koji vozi veš mašinu“ do danas jednog od najpoznatijih imena domaće tehnološke scene, ali i svjetske automobilske industrije.

Nakon što mu se 2007. godine pokvario motor na starom BMW-u, odlučio ga je preraditi na električni pogon, ne sluteći da će upravo taj projekt postati temelj njegove budućnosti i automobilske industrije na međunarodnoj razini. Danas Rimac Group posluje na globalnoj razini, a unutar grupe djeluju kompanije poput Bugatti Rimac i Rimac Technology.



Događaji na „crvenom tepihu“

Kao što je ranije spomenuto, svaki dan u Rovinju završio je u glamuroznom *štitu* dodjelom nagrada najuspješnijima. Među njima najpoznatiji su **Effie Awards Croatia** i **MIXX Awards Croatia** čije su glavne nagrade dodijeljene najboljim marketinškim i digitalnim projektima godine. U sklopu **Effie Awards Croatia** Grand Prix osvojili su Kaufland i agencija Cvoke za kampanju „Dom je bliže nego što misliš“, realiziranu u suradnji s OMD Media. Nagradu su osvojili kao dio kategorije niskobudžetne kampanje, a riječ je o kampanji kojom su nastojali omogućiti stranim radnicima u Hrvatskoj proizvode koji će im olakšati život u potpuno drugačijoj kulturi. Žiri je kao razlog pobjede naveo spoj kreativnosti, jasne strategije i vrhunske tržišne rezultate.

U digitalnom dijelu festivala, na **MIXX Awards Croatia** powered by Admixer Media, glavnu nagradu Best in Show osvojili su Studio Sonda i Gradska knjižnica Poreč za projekt „Odaberi knjigu, uđi u film“. Riječ je o projektu koji povezuje književnost, film i digitalnu komunikaciju, a žiri ga je nagradio zbog uspješnog spajanja tehnologije, kreativnosti i stvarnog odnosa s publikom.



Tri dana i tisuće iskustava

Dani komunikacija primjer su događaja organiziranog na svjetskoj razini. Ovaj event omogućuje svakom sudioniku za izađe iz zone komfora, ispriča svoju priču i poveže se s ostalim akterima kreativne scene željne znanja.

Kako sami organizatori eventa ističu, DK je *mjesto* susretanja najkreativnijih umova gdje se tri dana razbijaju barijere današnje komunikacije i ruše granice kreativnosti – „bez lupanja u prazno, bez filtera i bez granica očekivanja“.

A ovo je zapravo samo djelić svega što smo čuli u Rovinju. Ako vas zanimaju konkretniji savjeti i iskustva koja su stručnjaci podijelili ili usmjerenje k relevantnim izvorima – javite nam se. Možda upravo neka od tih priča bude poticaj za vaš sljedeći veliki korak.

FOTO GALERIJA:

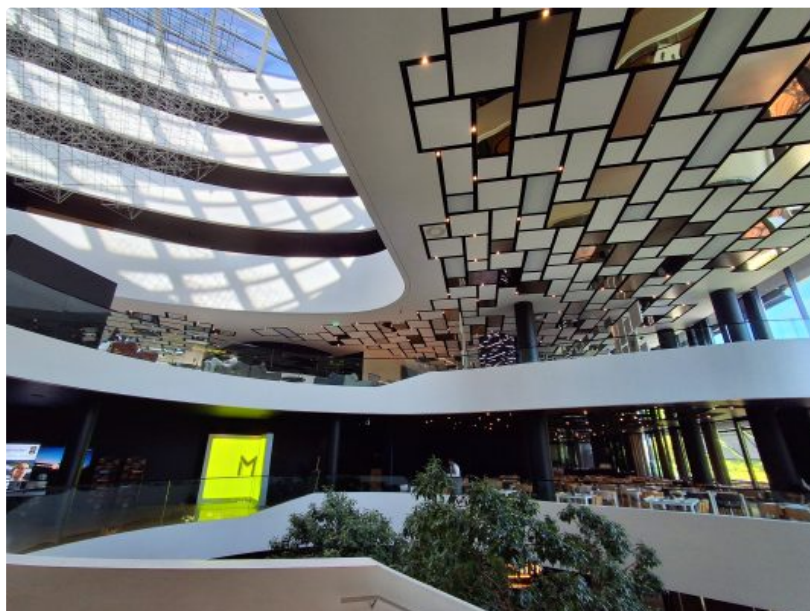
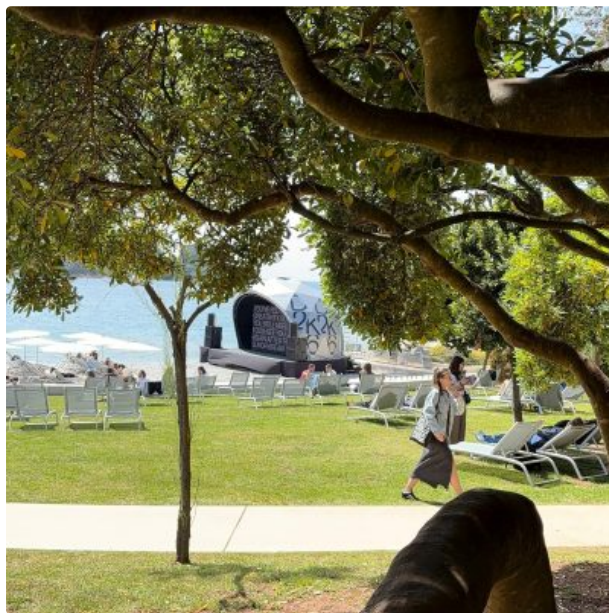
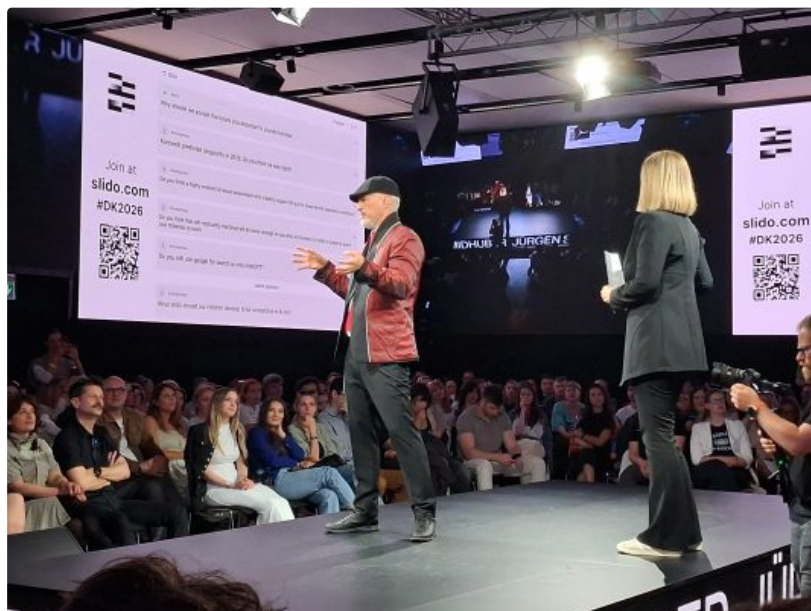


Foto: Vanesa Miković/Cityportal – dani komunikacija

















Vanessa Miković