

Tri tisuće sudionika i dvije stotine govornika na **Danima komunikacija**: festival koji je prerastao događaj i postao alat razvoja struke

Objavljeno: 15.05.2026.

Dani komunikacija okupili su industriju u koncentraciji ljudi, ideja i iskustva koja vrlo brzo podiže razinu struke i pokreć...



Dani komunikacija okupili su industriju u koncentraciji ljudi, ideja i iskustva koja vrlo brzo podiže razinu struke i pokreće konkretne teme, smjerove i suradnje.

Foto: Vana Katancić

Gotovo 100 programskih segmenata, više od 200 govornika, 10 festivalskih lokacija i 5 pozornica, 791 prijava na natjecanja, gotovo 170 stručnjaka uključenih u žirije i organizacijska tijela te 151 partner i sponzor. U takvim se impozantnim okvirima odvijalo **dvanaesto izdanje Dana komunikacija, održano od 7. do 10. svibnja** u rovinjskom hotelu Lone, kroz koje je prošlo nekoliko tisuća sudionika, **u koncentraciji ljudi, ideja i iskustva koja vrlo brzo podiže razinu struke i pokreće niz konkretnih tema, smjerova i suradnji** koje svoj puni oblik tek trebaju dobiti na tržištu. Upravo u takvom formatu festival prestaje biti događanje i postaje alat za razvoj struke.

GLAVNA DVORANA KAO SUDAR RAZLIČITIH REALNOSTI

Program u glavnoj dvorani ove je godine doveo imena čiji rad već godinama definira tempo

industrije, ali ih je istovremeno stavio u isti kontekst u kojem razlike u pristupu postaju vidljive. **Jürgen Schmidhuber** govorio je o razvoju umjetne inteligencije iz perspektive nekoga tko ju je gradio, bez pojednostavlivanja i bez pokušaja da stvari zvuče lakše nego što jesu. **Julie Supan** razložila je kako nastaju brendovi koji ne ovise o kampanjama nego o jasnoj strukturi iza njih, dok su **Mark Pollard** i **Chris Do** publiku vratili na osnovno pitanje, kako razmišljati i kako to razmišljanje pretvoriti u nešto što ima tržišnu vrijednost.

Steve Keller otvorio je prostor za razgovor o zvuku kao ozbiljnom komunikacijskom kanalu, a **Dora Pekeč** donijela je iskustvo rada u političkom kontekstu gdje **komunikacija** ima neposredne posljedice. Ovo su samo neka od imena glavne dvorane, a njihova su se predavanja prirodno nadovezivala, ponekad i razilazila, ali su zajedno dala sliku industrije koja više ne stane u jednu perspektivu. Takav presjek različitih pristupa i razina iskustva ono je što dugoročno pomiče struku naprijed.

„Ponosna sam što smo kroz godine razvili festival koji je prerastao okvire događanja i postao platforma koja aktivno razvija struku, potiče suradnje i otvara teme koje će obilježiti industriju. Upravo to se i ove godine vidjelo kroz reakcije publike koja nije samo slušala, nego razmišljala i nosila to dalje”, izjavila je **Dunja Ivana Ballon**, direktorica festivala i programa.

RELEVANTNI RADOVI I KVALITETA U PRVOM PLANU

Natjecateljski dio festivala ponovno je dao najkonkretniji uvid u stanje industrije. Ukupno 791 prijava kroz **BalCannes**, **IdejaX**, **MIXX Awards Croatia powered by Admixer Media**, **Effie Awards Croatia** i **Young Lions Croatia** pokazuje koliko se projekata razvija i koliko ih ulazi u ozbiljnu evaluaciju. Proces ocjenjivanja, koji uključuje više krugova i velik broj domaćih i regionalnih stručnjaka, s vremenom je postao filter koji razdvaja ono što dobro izgleda od onoga što stvarno funkcionira. Radovi koji su prošli dalje otkrivaju jasne obrasce, ideje koje imaju uporište, izvedbu koja odgovara kontekstu i rezultate koji se mogu argumentirati – sve izvan toga teško zadržava pažnju. U tom smislu, natjecanja nisu samo pregled najboljih radova, nego i mehanizam kroz koji struka definira vlastite standarde.

TEME KOJE SE NE MOGU ZAOPĆITI NI IGNORIRATI

Program je donio razgovore o **umjetnoj inteligenciji bez pojednostavlivanja**, o **regulativi bez apstrakcije** i o **odgovornosti bez ublažavanja**. Mjerljivost komunikacije, odnos kreativnosti i poslovnih rezultata, promjene u ponašanju publike i utjecaj platformi, sve su to teme koje su se provlačile kroz predavanja i rasprave. Posebno su se istaknule teme vezane uz donošenje odluka u složenim sustavima, pritisak na komunikaciju u realnom vremenu i očekivanja koja se pred industriju postavljaju s različitih strana. Otvaranje takvih tema u zajedničkom prostoru omogućuje struci da brže reagira i prilagodi se promjenama koje dolaze. Publika je reagirala na sadržaj koji ide ispod površine i nudi primjenjive uvide, dok su **različite perspektive sugovornika, čak i kada se nisu poklapale, dodatno naglasile kompleksnost trenutka u kojem industrija djeluje**.

DIO FESTIVALA KOJI SE NE NALAZI U RASPOREDU

Dani komunikacija već odavno ne završavaju izlaskom iz dvorane – program je i ove godine uključivao jutarnje aktivnosti, večernje koncerte i niz iskustava koji su činili paralelni sloj festivala. **Trčanje** i **joga** ujutro, **DKlub** navečer, **Porto Morto** uz more, **vožnje helikopterom**, **escape room** i **flash tetoviranje**, sve to zajedno čini prostor u kojem se razgovori nastavljaju i kada se mikrofoni ugasi. Upravo tamo nastaju odnosi i ideje koje se kasnije formaliziraju kroz projekte, suradnje i odluke koje oblikuju tržište.

DK2026 završio je u trenutku kada je bilo jasno da industrija više nema luksuz pojednostavljivanja vlastitog rada – ono što ostaje iza festivala nisu samo dojmovi, nego i **kriteriji koji će se vrlo brzo primijeniti na sve što dolazi nakon njega**. **Dani komunikacija** u svojoj srži služe kao okvir kroz koji se struka kontinuirano razvija.

Više informacija o festivalu saznajte 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, **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 najnagrađivanih 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**.

Fotografije vezane uz objavu



Objavljeno: 15.05.2026.