

Dani komunikacija: platforma koja razvija struku i potiče suradnju

tockanaimedia

Dani komunikacija u Rovinju ove su godine okupili više od 3.000 sudionika, a vodeći svjetski i domaći stručnjaci pokazali su kako se komunikacija, strategija i odnosi na tržištu ubrzano mijenjaju



Na ovogodišnjim **Danima komunikacija** u Rovinju okupilo se više od tri tisuće sudionika i 200 govornika. Predavanja, panele, diskusije i prezentacije sudionici su mogli pratiti na ukupno deset festivalskih lokacija i pet pozornica, a vodećih domaći i svjetski stručnjaci pokazali su kako se komunikacija, strategija i odnosi na tržištu ubrzano mijenjaju.

Tradicionalno dodijeljene su i prestižne nagrade: **Effie** za najefikasnije hrvatske marketinške projekte, **MIXX Awards Croatia** powered by Admixer Media za najbolje hrvatske digitalne projekte, **IdejaX**, **BalCannes** i **Young Lions Croatia**.

Program

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 pojednostavljivanja 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.

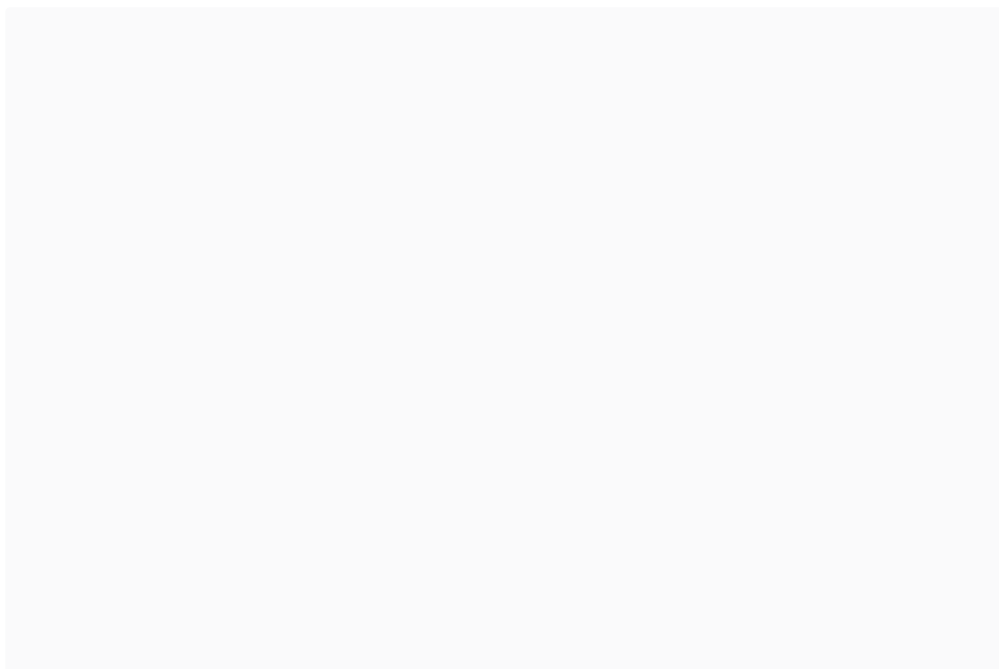


foto Vana Katančić

„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”, kazala je **Dunja Ivana Ballon**, direktorica festivala i programa.

Nagrade najboljim kampanjama, oglašivačima i agencijama

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

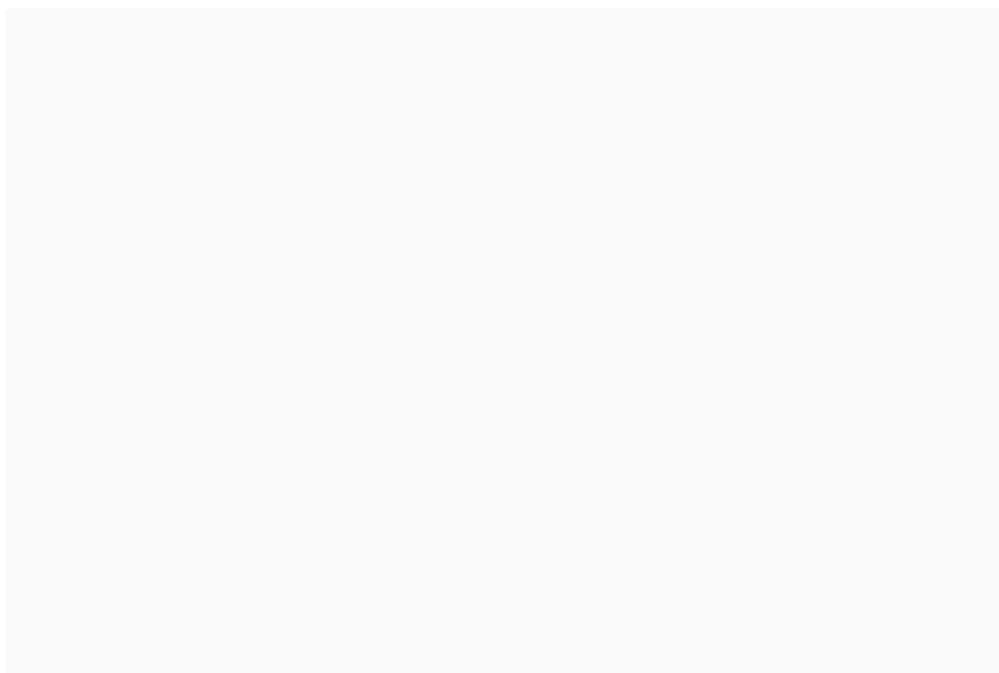
vlastite standarde.

>> **IdejaX 2026: Agencija godine Bruketa&Žinić&Grey, oglašivač Hrvatski Telekom, a Studio Tumpić/Prenc osvajač Grand Prixa**

>> **Effie Awards Croatia 2026: Kaufland s agencijom Cvoke i OMD Media dobitnici Grand Prixa**

Što donosi umjetna inteligencija i kako nove platforme mijenjaju komunikaciju

Kroz predavanja i panele sudionici su mogli čuti razgovore o umjetnoj inteligenciji bez pojednostavljivanja, 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.



*09.05.2026. Rovinj, Treci dan 12. izdanja **Dani komunikacija**. Jule Kim: Razgovor na tankom ledu – Cvrsta komunikacija za osjetljive situacije.*

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.

Edukacija, umrežavanje i zabava

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.

tockanaimedia