

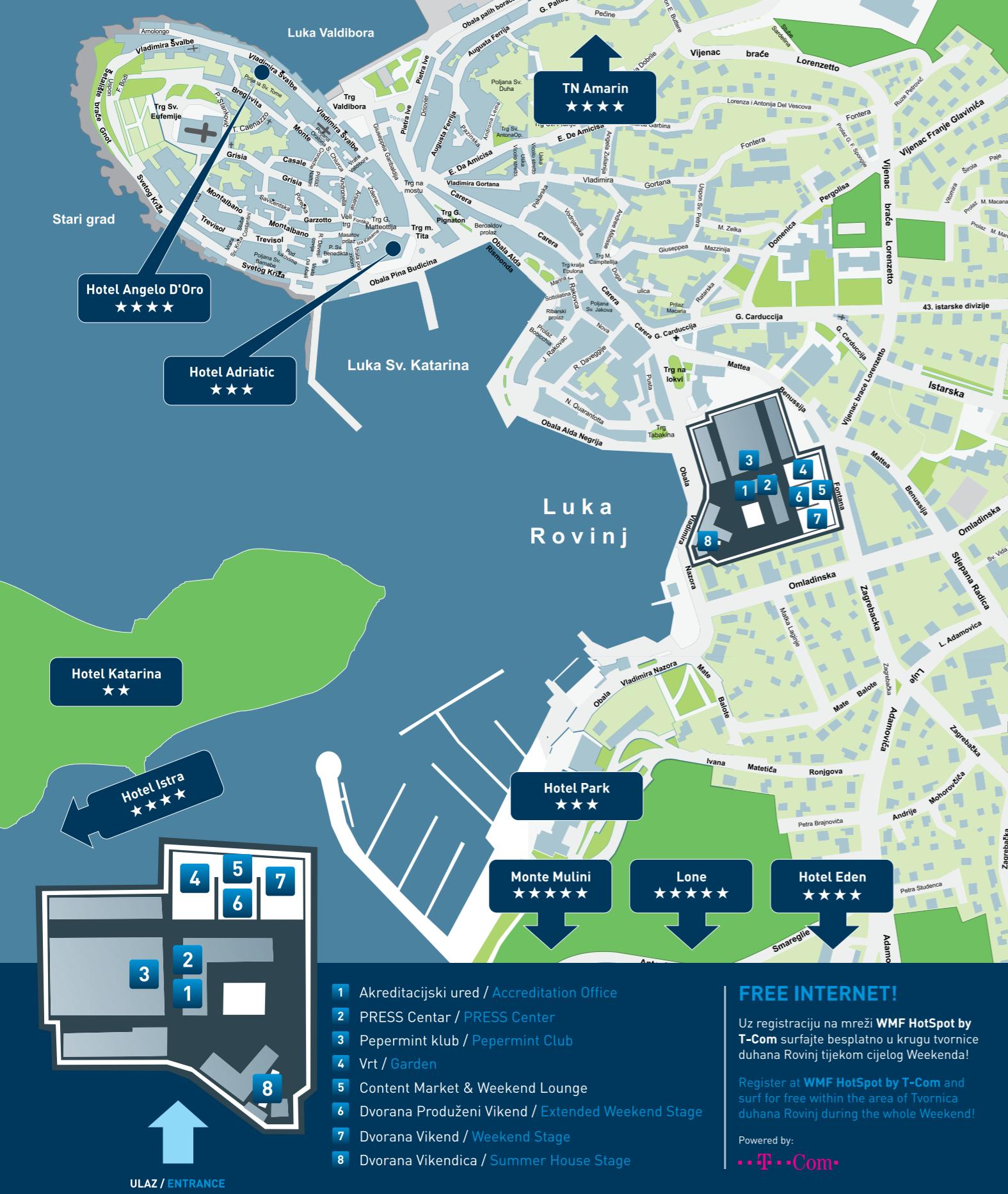
WEEKEND MEDIA FESTIVAL 2011

A
A D R I S
g r u p a
GENERALNI POKROVITELJ

Rovinj, 22. - 25. 09. 2011.

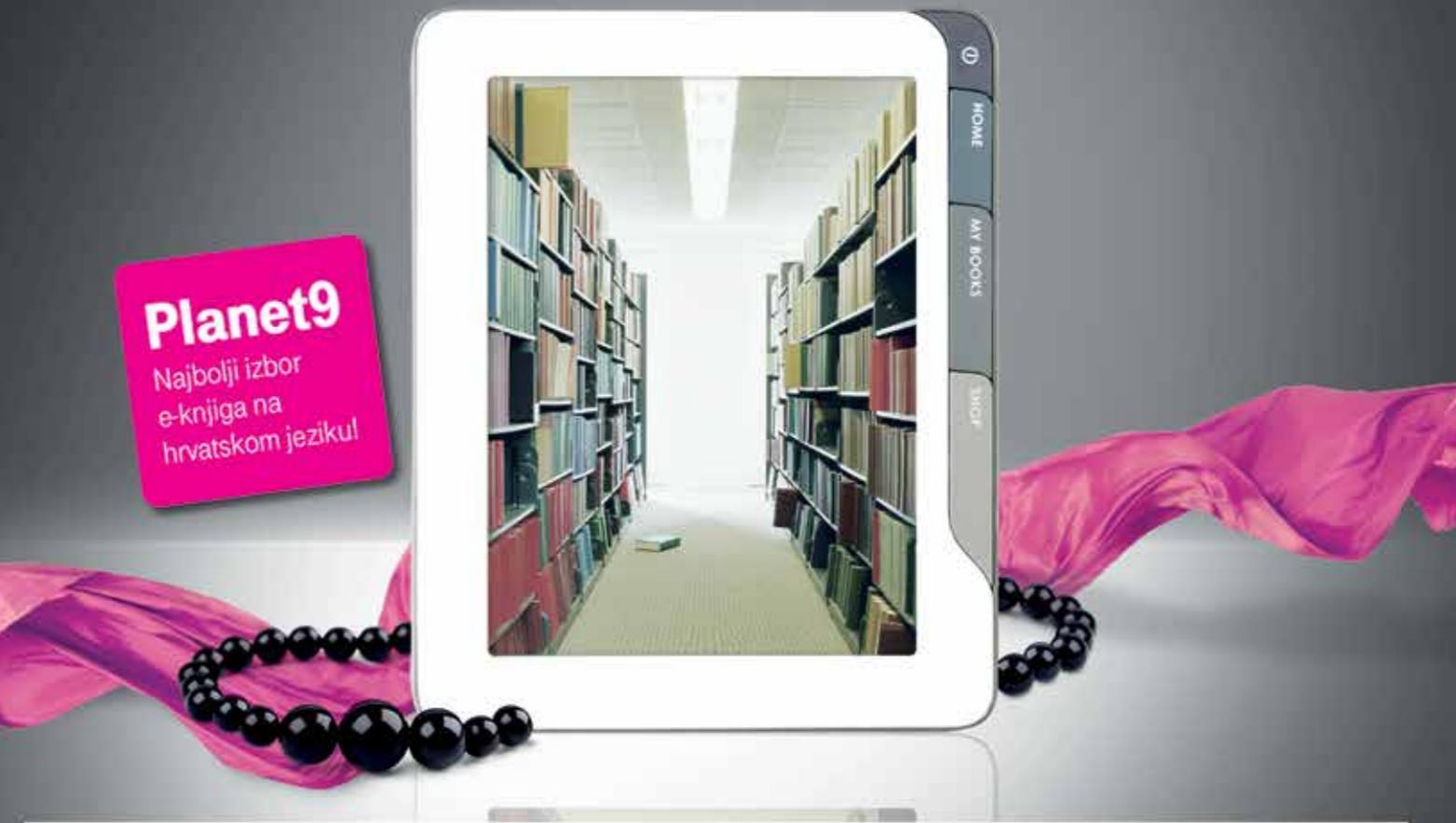
www.weekendmediafestival.com





Čitanje nikad nije bilo modernije

Kupujte i čitajte e-knjige ekskluzivno na **Planet9 čitaču**, smartphoneu ili tabletu



Uz kupljeni čitač na poklon dobivate dizajnersku zaštitnu torbicu.

Za više informacija posjetite www.planet9.hr, www.facebook.com/planet9eknjige ili potražite najbliže T-prodajno mjesto.

Živjeti zajedno

T-Mobile

WEEKEND 4

Od aplikacija do karata,
fotki do postova,
budi uvijek u tijeku.
Samo jedan swipe
i sve je na dohvat ruke.
Show yourself.
Nokia N9 pametni telefon.

Posjeti
Nokia N9
Lounge!

Checkiraj se na
Foursquareu u Nokia N9
Loungeu i dobivaš poklon!



Posjeti nas na:

[f /Nokiahrvatska](#)

[YouTube /Nokiahrvatska](#)

[Twitter /NokiaASE](#)

[Check /NokiaASE](#)

Misliš da si stylish? Pokaži se, sudjeluj u Nokia Hrvatska Facebook N9 style natječaju za najstylish osobu!

NOKIA
Connecting People



Tomo Ricov
Direktor festivala / Festival Director

Svake godine me ponovo iznenadi sve prisutna atmosfera uzbudjenja i pozitivnog iščekivanja koja se javlja početkom rujna u vezi Weekend Media Festivala. Svi su se polako vratili s odmora i počinju dogовори oko Weekenda. Kad se ide, gdje se spava (krivi izraz jer se zapravo ne spava), tko je na programu, kakvi će biti partiji... Pozitivna vibra koja vlada oko festivala nadahne sve u Weekend ekipi da povuku taj zadnji napor, završnicu priprema, zadnje pregovore, dogovore i fina usuglašavanja.

Kad je završio prošlogodišnji festival, prvobitni osjećaj zadovoljstva nakon odličnog festivala brzo je ustupio mjesto zabrinutosti. Kako ovo možemo nadmašiti?

Nekim čudom čini mi se da smo uspjeli. Ponovno imamo odlične gostujuće predavače, u najvećem broju do sad. Na panelima smo okupili regionalne medijske i komunikacijske prvoligaše. Uveli smo i prodaju medijskog sadržaja na festivalu i tako dodali još jedan razlog zbog čega se ne može izostati s Weekenda.

Partiji su posebna priča. Legende o partijima se prepričavaju još mjesecima nakon završetka festivala. Ove godine okupili smo kremu regionalne glazbene scene, tako da je Weekend zapravo posljednji ovogodišnji ljetni rock festival.

Nadam se da ste se dobro naspavali prije Weekenda jer neće biti lako izdržati navalu tolikog dobrog sadržaja. Zaslužni što i ove godine postoji Weekend Media Festival su: Boris, Zelda, Martina, Nikola, Mirella, Marin, Petra Č., Nina, Željka, Amadea, Dražen, Stu, Frenki, Jan, Maja, Petra T., Anja, Iva B., Ana, Andraš, Senka, Marija, Iva Š., Vedran...

Every year I am surprised anew by the overwhelming atmosphere of excitement and positive expectation that emerges in early September, just before another Weekend Media Festival. People have returned from their holidays and are slowly starting to make arrangements for the Weekend. When are we leaving, where will we sleep [it's actually a completely wrong word to use since nobody actually sleeps over there], what's the program like, what will the parties be like... This positive vibe surrounding the festival eventually inspires everyone to make that last effort, complete the preparations, close the last negotiations, make the final arrangements and fine tune whatever's left. Following the closing of last year's Weekend, the initial feeling of satisfaction after a job well done was soon replaced by a sense of concern. How can we possibly top this?

By some miracle, I believe we've done it. Once again we have landed exceptional guest speakers – there are more of them this year than ever before. Moreover, we have gathered some of the top players in the region's media and communication sectors at a number of panel discussions. We have also started selling the festival's media content, thus giving you yet another reason why you should not miss this year's Weekend.

The parties are something else indeed. The legends about our parties are passed on months after the closing of the festival. We have managed to get the cream of the region's music scene, in some ways turning Weekend into this year's last summer rock festival.

I do hope you all get enough sleep before the Weekend kicks off as it won't be so easy to survive so much quality stuff.

The following people are to blame for this year's edition of the Weekend Media Festival: Boris, Zelda, Martina, Nikola, Mirella, Marin, Petra Č., Nina, Željka, Amadea, Dražen, Stu, Frenki, Jan, Maja, Petra T., Anja, Iva B., Ana, Andraš, Senka, Marija, Iva Š., Vedran...

Tu - Biw





Čitač QR kodova
mobilom preuzmite s
www.ford.hr/mobile/qr/

Pokrenite više od automobila.

NOVI FORD FOCUS

0800 300 007 ford.hr

Razbudi vas.

Sustav za kontrolu budnosti vozača.



Upozorava vas.

Sustav za upozorenje
pri napuštanju trake.

Pomaže vam.

Sustav aktivne pomoći pri parkiranju.

Donosi vam
najnaprednije
tehnološke
inovacije u klasi.



Feel the difference

WEEKEND
MEDIA FESTIVAL
2011

RASPORED
SCHEDULE

WEEKEND WELCOME PARTY

ČETVRTAK 22.09. 21h // THURSDAY 9/22 9pm
PAKLENI JD ROČKAS // HELLISH JD B-DAY BASH

PETAK 23.09.

FRIDAY 9/23

	DVORANA VIKEND	DVORANA VIKENDICA	DVORANA PRODUŽENI VIKEND		WEEKEND STAGE	SUMMER HOUSE STAGE	EXTENDED WEEKEND STAGE
10.00 - 11.00	Komunikacija u realnom vremenu Sasha Savić (Havas Media North America, SAD) Moderator: Ida Prester	Click 'n' Carry Denis Dunat (Siemens) Ivan Skender (T-HT) Dalibor Sović (Konzum) Harald Winkelhofer (IQ Mobile) Moderator: Luka Abrus (Pet Minuta)	10.00 - 12.00 Radionica: Stream & Project - Trending in New Media Dorijan Kolundžija (Galerija 12) Mitar Marinović (Galerija 12)	10.00 - 11.00	Real Time Communications Sasha Savić (Havas Media North America, USA) Moderator: Ida Prester	Click 'n' Carry Denis Dunat (Siemens) Ivan Skender (T-HT) Dalibor Sović (Konzum) Harald Winkelhofer (IQ Mobile) Moderator: Luka Abrus (Pet Minuta)	10.00 - 12.00 Workshop: Stream & Project - Trending in New Media Dorijan Kolundžija (Galerija 12) Mitar Marinović (Galerija 12)
11.00 - 11.15	COFFEE BREAK Powered by: Hrvatska pošta			11.00 - 11.15	COFFEE BREAK Powered by: Hrvatska pošta		
11.15 - 12.15	Budućnost besplatne televizije Andrea Rudas (RTL, Austrija) Moderator: Igor Bobić (RTL)	OTT (Over-the-Top): Budućnost isporuke mobilnog video sadržaja Stefan Jenzowski (Siemens, Austria) Moderator: Denis Dunat (Siemens)		11.15 - 12.15	The Future of Free TV Andrea Rudas (RTL, Austria) Moderator: Igor Bobić (RTL)	OTT (Over-the-Top): The Future of On-the-Move Video Delivery Stefan Jenzowski (Siemens, Austria) Moderator: Denis Dunat (Siemens)	
12.15 - 12.30	COFFEE BREAK Powered by: RTL HRVATSKA	COFFEE BREAK Powered by: SIEMENS	12.30 - 13.30 Promocija: Kako povećati radijsko slušateljstvo Björn Mohr (Radio Intelligence) Ulf Tjerneld (Radio Intelligence)	12.30 - 13.30	Advertising 2020 Slaven Fisher (BBDO) Iva Kutle (Digitel) Zdenka Milanović (McCann Erickson Beograd) Senad Zaimović (Fabrika) Moderator: Sandra Babić (Lider)	Free or Fee? Branko Čakarmiš (Pop TV) Dejan Ljuština (Deloitte) Boris Trupčević (Styria) Tomislav Wruss (EPH) Moderator: Nikola Vrdoljak (Gingernet)	12.30 - 13.30 Promotion: How to Grow Your Radio Audience Björn Mohr (Radio Intelligence) Ulf Tjerneld (Radio Intelligence)
12.30 - 13.30	Ovlašavanje 2020. Slaven Fisher (BBDO) Iva Kutle (Digitel) Zdenka Milanović (McCann Erickson Beograd) Senad Zaimović (Fabrika) Moderator: Sandra Babić (Lider)	Free or Fee? Branko Čakarmiš (Pop TV) Dejan Ljuština (Deloitte) Boris Trupčević (Styria) Tomislav Wruss (EPH) Moderator: Nikola Vrdoljak (Gingernet)		12.30 - 13.30	LUNCH BREAK Powered by: ZIGANTE tartufi®	LUNCH BREAK Powered by: ZIGANTE tartufi®	12.30 - 13.30 LUNCH BREAK Powered by: ZIGANTE tartufi®
13.30 - 15.00	LUNCH BREAK Powered by: ZIGANTE tartufi®		15.00 - 16.00 Case Study: Internet prodaje! Pogledajte kako to rade odlikaši Angela Buljan Šiber (McCann Digipark) Saša Škorić (Omnicom Media Group)	13.30 - 15.00	Media as Global Brands Jay McGill (Hearst magazines International, USA) Moderator: Ivona Čulo (AMZ)	Media Richard Jakab (Red Bull Media House GmbH, Austria) Moderator: Ida Prester	15.00 - 16.00 Case Study: Internet Sells! Check Out How the Smart Ones are Doing It Angela Buljan Šiber (McCann Digipark) Saša Škorić (Omnicom Media Group)
15.00 - 16.00	Mediji kao globalni brand Jay McGill (Hearst magazines International, SAD) Moderator: Ivona Čulo (AMZ)	Mediji Richard Jakab (Red Bull Media House GmbH, Austria) Moderator: Ida Prester		15.00 - 16.00	HOT HOT BREAK @ T-HT STAND Powered by: Hrvatski Telekom	HOT HOT BREAK @ T-HT STAND Powered by: Hrvatski Telekom	15.00 - 16.00 Case Study: Internet Sells! Check Out How the Smart Ones are Doing It Angela Buljan Šiber (McCann Digipark) Saša Škorić (Omnicom Media Group)
16.00 - 16.15	HOT HOT BREAK @ T-HT STAND Powered by: Hrvatski Telekom		16.00 - 16.15 COFFEE BREAK Powered by: Nokia	16.00 - 16.15	HOT HOT BREAK @ T-HT STAND Powered by: Hrvatski Telekom	HOT HOT BREAK @ T-HT STAND Powered by: Hrvatski Telekom	16.00 - 16.15 COFFEE BREAK Powered by: Nokia
16.15 - 17.15	Više igrača, manje kolača? Fragmentacija TV tržišta Dražen Mavrić (Nova TV) Ivica Mudrić (T-HT) Josip Popovac (HRT) Johannes Züll (RTL) Moderator: Jasna Hrvić-Smolec (DMS) Uvod: Magdalena Malinova (AGB Nielsen Istraživanje Medija)	Radio 365 dana kasnije Daniel Berdais (Otvoreni radio) Saša Ceramilač (Soundset) Juraj Hrvacić, ml. (Antena Zagreb, Narodni radio, TotalniFM) Duško Radić (Hrvatski radio) Olga Ramljak (Agencija za elektroničke medije) Moderator: Duško Čurlić	17.00 - 17.30 Prezentacija modela Nedjeljnog Jutarnjeg Željka Klemenčić (Jutarnji list) Miran Pavić (Nedjeljni Jutarnji) Ana Šarić (EPH)	16.15 - 17.15	More Players, Less Cake? TV Market Fragmentation Dražen Mavrić (Nova TV) Ivica Mudrić (T-HT) Josip Popovac (HRT) Johannes Züll (RTL) Moderator: Jasna Hrvić-Smolec (DMS) Intro: Magdalena Malinova (AGB Nielsen Media Research)	Radio 365 Days Later Daniel Berdais (Otvoreni radio) Saša Ceramilač (Soundset) Juraj Hrvacić, ml. (Antena Zagreb, Narodni radio, TotalniFM) Duško Radić (Hrvatski radio) Olga Ramljak (Electronic Media Agency) Moderator: Duško Čurlić	17.00 - 17.30 Presentation of Nedjeljni Jutarnji Model Željka Klemenčić (Jutarnji list) Miran Pavić (Nedjeljni Jutarnji) Ana Šarić (EPH)
17.15 - 17.30	COFFEE BREAK Powered by: Hrvatska pošta			17.15 - 17.30	COFFEE BREAK Powered by: Hrvatska pošta		
17.30 - 18.30	Kako radi 'word of mouth' marketing James Whatley (1000heads, Velika Britanija) Moderator: Nevena Rendeli (HRT)		17.30 - 18.30 Driving advocacy through word of mouth marketing James Whatley (1000heads, UK) Moderator: Nevena Rendeli (HRT)	17.30 - 18.30			
	Powered by: Nokia		Powered by: Nokia				

+ EXTRA EXTRA

18.30 do 20.00
SOUNDSET & JAVNO.hr COCKTAIL PARTY
@ Peppermint klub

20.00
'NOVO VREME'
@ Vikanica / Summer House

21.00
THE WALKING DEAD 2 PARTY BY FOX INTERNATIONAL CHANNELS WITH TBF
@ Vrt / Garden

23.00
HEINEKEN FRESH FUNK
with DJ NenIn Black & Tomo Ricov @ Peppermint klub

SUBOTA 24.09.

	DVORANA VIKEND	DVORANA VIKENDICA
10.00 - 11.00	CSR je (samo) PR? Sandro Baričević (Coca-Cola Europe) Violeta Colić (Premisa) Renata Godek (Končar Elektroindustrija) Aleksandra Kolaric (Deloitte) Davor Majetić (HUP) Svetlana Vićerova (NIS Gasprom njeft) Moderator: Boris Mišević (Nova TV)	Mediji i tehnologija: Tko pobijeđuje? Eric Pfanner (International Herald Tribune, Francuska) Moderator: Ida Prester Powered by: The New York Times Poslovni dnevnik
11.00 - 11.15	COFFEE BREAK	
11.15 - 12.15	Fenomen dnevnika Iva Gačić (Nova TV) Ljubica Gojić (B92) Ivan Lovreček (RTL) Zoran Šprajc (HRT) Moderator: Denis Kuljić	Hrana hrani medije Robert Čoban (Color Press Group) Tomislav Gretić (Monte Mulini) Željka Klemenčić (Jutarnji list) Miodrag Silić (Drugi Plan) Moderator: René Bakalović (Gastronomad)
12.15 - 12.30	COFFEE BREAK Powered by: 	
12.30 - 13.30	Puno lipih stvari, ali ne smin' reć' Davor Bruketa (Bruketa i Žinić) Kristijan Gregorić (Karlovačka pivovara) Predrag Grubić (Adris grupa) prof. dr. sc. Feda Vukić Moderator: Mislav Togonal (HRT)	Kako oglašavanje zaista funkcionira Simon White (Grey London, Velika Britanija) Moderator: Iva Hlavka (Grey) Powered by: 
13.30 - 15.00	LUNCH BREAK	
15.00 - 16.00	Što je regija? Dr. Alexander Gerschbacher (Karlovačka pivovara) Peter Van Kol (AMZ) Jelena Krstović (Delta Holding) Dario Perković (Red Bull Adria) Moderator: Hloverka Novak Srzić (HRT)	Javni servis servisira javnost Viktorija Car (HRT) Božena Matijević (Večernji list) Nina Obuljen (Ministarstvo kulture) Josip Popovac (HRT) Moderator: Nada Zgrabić Rotar (HRT)
16.00 - 16.15	ŠAMPANJAC BREAK POWERED BY INDOOR KREATIVAC 	
16.15 - 17.15	Show Me the Money! Jure Košir (CM Sports) Zdravko Mamić (Dinamo) Nataša Rapačić (T-HT) Sandi Šola (HRS, IHF) Davorin Štetner (Kreator grupa) Moderator: Ivica Blažičko (Sportska Dimenzija)	Specijaliziraj se ili umri Josip Jagić (Business.hr) Goran Ogurlić (Večernji list) Miran Pavić (Nedjeljni Jutarnji) Miodrag Šajatović (Lider) Mislav Šimatović (Nacional) Moderator: Mislav Togonal (HRT)
17.15 - 17.30	COFFEE BREAK	
17.30 - 18.30	Amerika Vs. Regija Žarko 'Zak' Ivković (CUNY Athletic Conference) Pete Radovich (CBS Sports) Moderator: Nevena Randeli (HRT)	

DVORANA PRODUŽENI VIKEND
10.00 - 12.00
Radionica: Digitalni identitet Boris Ličina Borja (Jasno i Glasno) Ana Penović (Jasno i Glasno)
Powered by: 
12.15 - 13.15
Upoznajte web startupe i kako mogu pomoći vašem brendu ili mediju Comsight, Slovenija Medioolkit, Hrvatska Monolith, Hrvatska Newscurve, Srbija Socialsense, Hrvatska Vertical, Hrvatska Moderator: Ivan Brezak Brkan (Acumen Connect)
15.00 - 16.00
Radionica: Treba li vaš biznis mobilnu aplikaciju Tomislav Car (Infinum) Admir Đozović (T-HT) Luka Sučić (T-HT)
Powered by: 
16.15 - 17.15
Konvergencija sadržaja Adrian Ježina (Bnet) Alemka Lisinski (T-HT) Igor Stojmenov (B92) Oxana Yanusovskaya (Discovery Networks CEEMEA) Moderator: Ante Magzan (Adriatic Media)
17.30 - 18.30
Case study: Advertising uspješnice Damir Ciglar (Imago) Ekrem Dumanović (Media Marketing) Jelena Ivanović (IAA Srbija) Špela Levičnik Oblak (Luna TBWA)

WEEKEND STAGE	SUMMER HOUSE STAGE	EXTENDED WEEKEND STAGE
10.00 - 11.00	CSR is (only) PR? Sandro Baričević (Coca-Cola Europe) Violeta Colić (Premisa) Renata Godek (Končar Elektroindustrija) Aleksandra Kolaric (Deloitte) Davor Majetić (HUP) Svetlana Vićerova (NIS Gasprom njeft) Moderator: Boris Mišević (Nova TV)	Media and Technology: Who's Winning? Eric Pfanner (International Herald Tribune, France) Moderator: Ida Prester Powered by: The New York Times Poslovni dnevnik
11.00 - 11.15	COFFEE BREAK	
11.15 - 12.15	News Phenomenon Iva Gačić (Nova TV) Ljubica Gojić (B92) Ivan Lovreček (RTL) Zoran Šprajc (HRT) Moderator: Denis Kuljić	Food Feeds the Media Robert Čoban (Color Press Group) Tomislav Gretić (Monte Mulini) Željka Klemenčić (Jutarnji list) Miodrag Silić (Drugi Plan) Moderator: René Bakalović (Gastronomad)
12.15 - 12.30	COFFEE BREAK Powered by: 	
12.30 - 13.30	A Lot Happened, But I Can't Say a Word Davor Bruketa (Bruketa i Žinić) Kristijan Gregorić (Karlovačka pivovara) Predrag Grubić (Adris grupa) prof. dr. sc. Feda Vukić Moderator: Mislav Togonal (HRT)	How Advertising Really Works Simon White (Grey London, UK) Moderator: Iva Hlavka (Grey) Powered by: 
13.30 - 15.00	LUNCH BREAK	
15.00 - 16.00	What's a Region? Dr. Alexander Gerschbacher (Karlovačka pivovara) Peter Van Kol (AMZ) Jelena Krstović (Delta Holding) Dario Perković (Red Bull Adria) Moderator: Hloverka Novak Srzić (HRT)	Public Service Serves the Public Viktorija Car (HRT) Božena Matijević (Večernji list) Nina Obuljen (Ministry of Culture) Josip Popovac (HRT) Moderator: Nada Zgrabić Rotar (HRT)
16.00 - 16.15	CHAMPAGNE BREAK POWERED BY INDOOR KREATIVAC 	
16.15 - 17.15	Show Me the Money! Jure Košir (CM Sports) Zdravko Mamić (Dinamo) Nataša Rapačić (T-HT) Sandi Šola (HRS, IHF) Davorin Štetner (Kreator grupa) Moderator: Ivica Blažičko (Sportska Dimenzija)	Specialize or Die Josip Jagić (Business.hr) Goran Ogurlić (Večernji list) Miran Pavić (Nedjeljni Jutarnji) Miodrag Šajatović (Lider) Mislav Šimatović (Nacional) Moderator: Mislav Togonal (HRT)
17.15 - 17.30	COFFEE BREAK	
17.30 - 18.30	America Vs. The Region Žarko 'Zak' Ivković (CUNY Athletic Conference) Pete Radovich (CBS Sports) Moderator: Nevena Randeli (HRT)	
18.30 - 20.00	MASTERPIECE OF NATURE COCKTAIL PARTY Id Peppermint klub	20.00 'ORKESTAR' Id Vikendica / Summer House
21.00	MTV PARTY WITH JINX & ZEMLJA GRUVA Id Peppermint klub	23.00 MAKEDONSKI PARTY WITH KIRIL DŽAJKOVSKI & BAND Id Vrt / Garden
20.00 - 21.00	COFFEE BREAK	
21.00 - 23.00		

+ EXTRA EXTRA

18.30 - 20.00
MASTERPIECE OF NATURE COCKTAIL PARTY
Id Peppermint klub

20.00
'ORKESTAR'
Id Vikendica / Summer House

21.00
MTV PARTY WITH JINX & ZEMLJA GRUVA
Id Peppermint klub

23.00
MAKEDONSKI PARTY WITH KIRIL DŽAJKOVSKI & BAND
Id Vrt / Garden

SATURDAY 9/24

EXTENDED WEEKEND STAGE
10.00 - 12.00
Workshop: Digital Identity Boris Ličina Borja (Jasno i Glasno) Ana Penović (Jasno i Glasno)
12.15 - 13.15
Web Startups and How They Can Help Your Brand or Media Comsight, Slovenia Medioolkit, Hrvatska Monolith, Hrvatska Newscurve, Srbija Socialsense, Hrvatska Vertical, Hrvatska Moderator: Ivan Brezak Brkan (Acumen Connect)
15.00 - 16.00
Workshop: Does Your Business Need Its Own Mobile Application? Tomislav Car (Infinum) Admir Đozović (T-HT) Luka Sučić (T-HT)
16.15 - 17.15
Content Convergence Adrian Ježina (Bnet) Alemka Lisinski (T-HT) Igor Stojmenov (B92) Oxana Yanusovskaya (Discovery Networks CEEMEA) Moderator: Ante Magzan (Adriatic Media)
17.30 - 18.30
Case study: Advertising Best Of Damir Ciglar (Imago) Ekrem Dumanović (Media Marketing) Jelena Ivanović (IAA Srbija) Špela Levičnik Oblak (Luna TBWA)



Kako možemo zadržati
vodeću poziciju?

Kako možemo konačno
nadmašiti konkureniju?

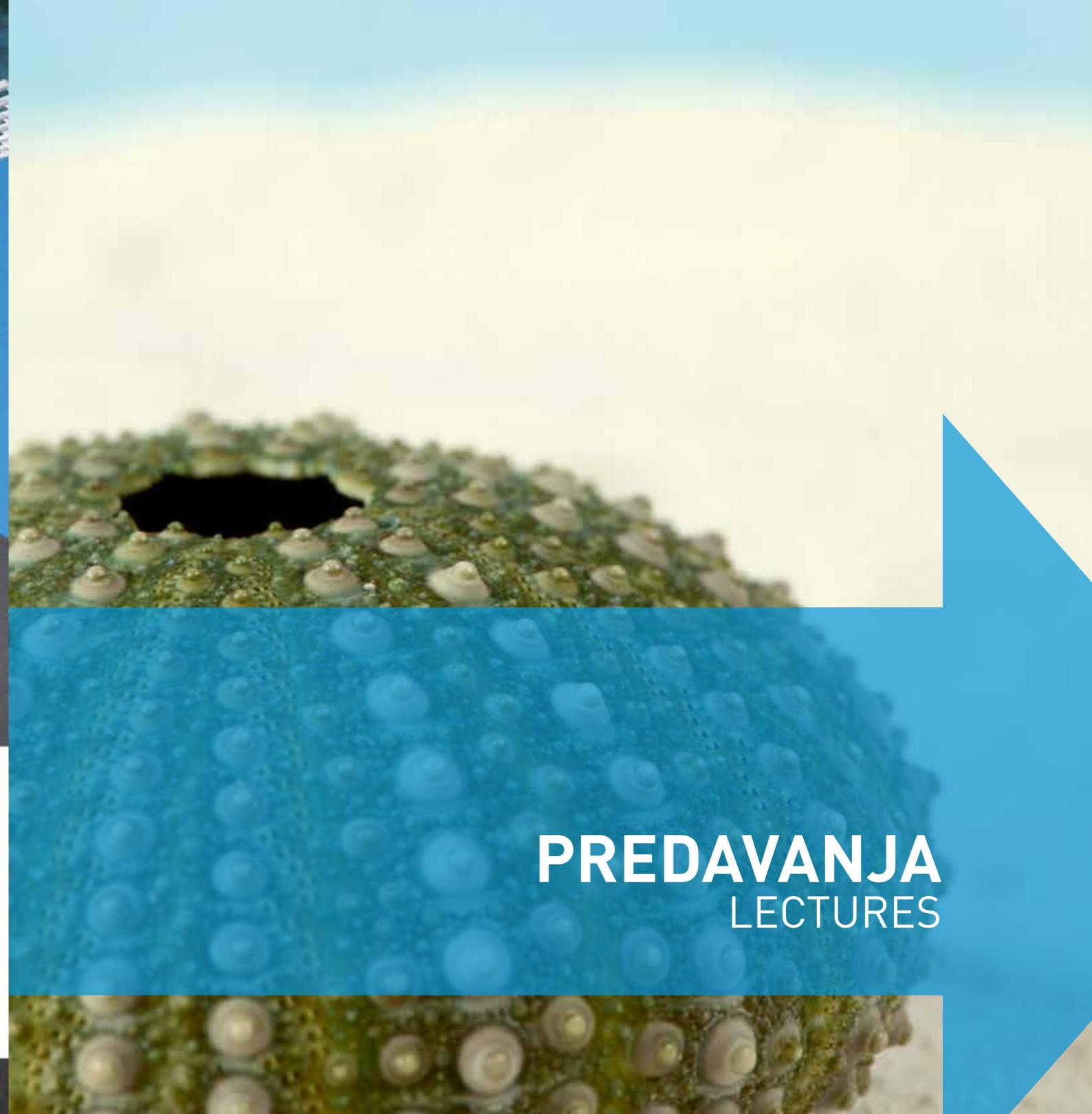
Pretvorite IT u poslovnu vrijednost.

Optimizacija poslovnih procesa, smanjenje operativnih i kapitalnih troškova: Siemens Communication, Media & Technology posjeduje dokazanu stručnost i IT iskustvo u svim granama industrije, što kupcima u javnom i privatnom sektoru omogućuje isporuku inovativnih rješenja i mjerljivu dodanu vrijednost. Otkrijte nove mogućnosti u svojem posovanju.

siemens.com/answers

SIEMENS

WEEKEND
MEDIA FESTIVAL
2011



PREDAVANJA
LECTURES

PETAK 10.00 - 11.00 DVORANA VIKEND / FRIDAY 10am - 11am WEEKEND STAGE



Sasha Savić

Glavni operativni direktor; Havas Media North America, SAD
Chief Operating Officer; Havas Media North America, USA

MODERATOR:



Ida Prester
Hrvatska
Croatia

Sasha Savić je počeo svoju karijeru u drugoj polovini osamdesetih u Sarajevu gdje s nekolicinom mlađih novinara osniva legendarni Omladinski Program Radio. Za McCann-Erickson počinje raditi 1993. godine. Početkom 1998. godine odlazi u New York i preuzima management medija za globalne klijente Universal McCanna. Tokom sljedećih osam godina kreirao je i vodio medijske strategije za Coca-Cola Company, Microsoft, Mastercard, Intel, Jack Daniels i mnoge druge globalne brandove. Tokom 2006., Savić prelazi u Publicis grupu i preuzima dužnosti globalnog direktora za Procter&Gamble. Krajem prošle godine, Savić preuzima funkciju Chief Operating Officer-a za Havas Media North America. Danas je Savić zadužen za vodstvo grupe kompanija u vlasništvu globalne kompanije Havas, servisirajući velike svjetske klijente: ExxonMobil, McDonalds, Dannon, Goodyear i mnoge druge za tržište sjeverne Amerike.

U privatnom životu strastveni ribolovac, Savić je aktivan u svjetskim organizacijama koje se fokusiraju za očuvanje rijeka u kojima žive atlanski lososi. Kao osobni prilog toj borbi, Savić je tokom proteklih 10 godina snimio nekolicinu dokumentarnih filmova o sportskom ribolovu i ekološkim problemima na nekim od najzabačenijih destinacija na planetu.

PREDAVANJE / LECTURE

Komunikacija u realnom vremenu

Način na koji ljudi komuniciraju između sebe, način putem kojeg donose odluke vezane za kupovinu proizvoda, te čovjekov odnos s brandovima se dramatično promjenio tokom proteklih 10 godina. Promjene zasnovane na eksploziji digitalnih medija su razlog potrebe za novim modelom u reklamnoj industriji.

Reklamne i medijske agencije su prinudene razmišljati drugačije o problemima vezanim za gradnju brandova. Nove tehnologije otvaraju neslućene mogućnost za poboljšanje i definiciju proizvoda medijskih agencija.

Tko je vlasnik branda: oglašivač ili potrošač? Što je krajnji cilj reklamnih kampanja? Kako mjeriti rezultate? Da li je moguće promijeniti način reklamiranja u digitalnom svijetu medija u okviru postojeće strukture u reklamnim agencijama?

Sasha Savić began his professional career in the second half of the 1980s in Sarajevo, Bosnia-Herzegovina, where he joined forces with a handful of young journalists to found the legendary radio show Omladinski Program Radio. He began working for the McCann-Erickson in 1993. In early 1998 he left for New York to take over worldwide management and media coordination for the Universal McCann's global clients. Over the next eight years he developed and headed media strategies for Coca-Cola Company, Microsoft, Mastercard, Intel, Jack Daniels and many other global brands. In 2006 Savic joined Publicis Groupe as the executive responsible for the company's global relationship with Procter & Gamble. In late 2010 Savić joined Havas Media North America as chief operating officer. He is tasked with leading a group of companies owned by Havas by servicing large global clients including ExxonMobil, McDonalds, Dannon and Goodyear in North America.

Finally, he is an avid angler and is an active member of the global organizations focused on the protection and preservation of the Atlantic salmon and its habitat. Thus, over the past decade Savic has shot a number of documentaries on sports fishing and the environmental issues in some of the most isolated and remote destinations on the planet.

The way people communicate with each other, make shopping-related decisions or relate to brands has changed drastically over the past decade. Based on the digital media explosion, these changes are the reason why there is a need for a new model in the advertising industry.

Advertising and media agencies have been forced to think differently about issues concerning brand building. Moreover, new technologies have opened countless possibilities for improvement and definition of the media agencies' products.

Who owns a brand: advertiser or consumer? What is the advertising campaigns' ultimate goal? How does one measure the results? Is it possible to change the way of advertising in the digital media world by relying on the existing structure of the advertising agencies?

PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE

Radionica: Stream & Project... / Workshop: Stream & Project...

Više na str. / More on page 40

PETAK 11.15 - 12.15 DVORANA VIKEND / FRIDAY 11.15am - 12.15pm WEEKEND STAGE



Andreas Rudas

Izvršni potpredsjednik – regionalne operacije i razvoj poslovanja u središnjoj i istočnoj Europi, RTL Group, Austria
Executive Vice President - Regional Operations & Business Development Central and Eastern Europe, RTL Group, Austria

MODERATOR:



Igor Bobić
Urednik i voditelj, RTL, Hrvatska
Editor and host, RTL, Croatia

Andreas Rudas rođen je 1953. godine. U razdoblju od 1986. do 1997. godine radio je za austrijsku javnu televiziju ORF; u razdoblju između 1994. i 1997. bio je ORF-ov glavni tajnik. Na toj je poziciji bio odgovoran za poslovno planiranje, medijsku politiku, marketing i emitiranje programa preko satelita. Od 2000. godine Rudas je radio na nekoliko različitih pozicija unutar kompanije; u razdoblju od 2001. do 2005. bio je i član Uprave. U prosincu 2005. imenovan je izvršnim direktorom kompanije WAZ Ost Holding (podružnica grupacije WAZ Media Group), a bio je odgovoran za poslovanja u Austriji, jugoistočnoj Europi i Vijetnamu. Rudas je zatim postao novi član Izvršnog odbora grupacije RTL; odluka je stupila na snagu 1. siječnja 2009. Na toj poziciji Rudas nadgleda poslovanje u Belgiji, Hrvatskoj, Mađarskoj, Rusiji i Njemačkoj (radio), te razmatra poslovne mogućnosti u središnjoj i istočnoj Europi i Aziji.

PREDAVANJE / LECTURE

Budućnost besplatne televizije

U svom predavanju pod nazivom „Budućnost besplatne televizije“ Andreas Rudas, član Izvršnog odbora grupacije RTL, govorit će o izazovima digitalnog svijeta – i načinu na koji su vodeće europske mreže u industriji zabave prilagodile svoje poslovne modele kako bi odgovorile na te iste izazove. Strategija grupacije RTL temelji se na snažnim osnovama televizije koja se financira kroz oglašavanje (sve dulje vrijeme emitiranja programa, televizija kao neophodan medij za oglašavanje u procesu izgradnje brendova), a slijedi dva osnovna cilja: jedan je daljnja optimizacija osnovnog poslovanja velikih televizijskih kanala i radijskih stanica koja se trenutno odvija, a drugi je povećanje rasta grupacija – kroz generiranje još jednog izvora prihoda, i to od platformskih operatora te kroz postizanje snažnog rasta u nelinearnom televizijskom gledanju i neprekidno širenje u produkciji sadržaja i diversifikaciji poslovanja.

The Future of Free TV

In his lecture 'The Future of Free TV', Andreas Rudas, member of RTL Group's Executive Committee, will describe the challenges of the digital world – and how the leading European entertainment network has adapted its business model to address these challenges.

Based on the strong fundamentals of advertising-funded TV (increasing viewing time, TV as an indispensable advertising medium to build brands) RTL Group's strategy pursues two main goals: one is the on-going, further optimization of its core business of major TV channels and radio stations. The other goal is to advance the Group's growth – by establishing a second revenue stream from platform operators, seizing the strong growth in non-linear TV viewing, and by continued expansion in content production and diversification businesses.

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKENDICA / SUMMER HOUSE STAGE

OTT (Over-The-Top)

Više na str. / More on page 14

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE

Radionica: Stream & Project... / Workshop: Stream & Project...

Više na str. / More on page 40

PETAK 11:15 - 12:15 DVORANA VIKENDICA / FRIDAY 11:15am - 12:15pm SUMMER HOUSE STAGE



Stefan Jenzowski

Direktor i potpredsjednik; Siemens Communication, Media & Technology, poslovna jedinica za medije, Austrija
Vice President; Siemens Communication, Media & Technology, Head of Media, Austria

MODERATOR:

**Denis Dunat**

Voditelj prodaje za diviziju CMT Hrvatska i JI Europa, Siemens, Hrvatska
Head of Sales, CMT Croatia and South East Europe, Siemens, Croatia

SIEMENS



Jay McGill

Viši potpredsjednik, Hearst magazines International, SAD
Senior Vice President, Hearst magazines International, USA

MODERATOR:

**Ivana Čulo**

Direktorka glossy izdanja, Adria Media Zagreb, Hrvatska
Head of the Glossy Editions, Adria Media Zagreb, Hrvatska



Stefan Jenzowsky studirao je komunikacijske znanosti i psihologiju na Slobodnom sveučilištu u Berlinu te Sveučilištu Alabama u gradu Tuscaloosa. Nakon toga je radio na istraživanju utjecaja medija, istraživanju industrije zabave te oglašivačkoj učinkovitosti na Sveučilištu Ludwig-Maximilians u Münchenu.

U razdoblju od 1999. do 2006. godine Stefan je bio zadužen za inovacije u kompaniji Siemens Communications u Münchenu.

Nakon toga Stefan je postao partner u konzultantskoj kompaniji trommsdorff + drüner innovation + marketing consultants. U razdoblju između 2007. i 2010. godine, Stefan je bio generalni direktor kompanije moreTV Broadcasting GmbH iz Potsdam-Babelsberga, a u listopadu 2010. godine imenovan je direktorom poslovne jedinice za medije kompanije Siemens Communication, Media and Technology u Beču, a odgovoran je za medijsko poslovanje diljem svijeta.

Stefan je koautor nekoliko različitih knjiga i publikacija o budućnosti medija, uključujući i knjige „Fernsehwerbung“ (Televizijsko oglašavanje) te „Die Zukunft des Fernsehens“ (Budućnost Televizije). Žajedno s Svenom Gaborom Janskyjem, Stefan je napisao „Rulebreakers“ (Kršitelji pravila), knjigu koja je godine 2010. osvojila vrhove ljestvica najprodavanijih poslovnih knjiga u Njemačkoj.

PREDAVANJE / LECTURE

OTT (Over - the - Top): Budućnost isporuke mobilnog video sadržaja

Budućnost onoga što se nekoć zvalo televizija jest tzv. over-the-top (OTT) TV, koja će izmjeniti način na koji se multimedijiški sadržaj prikazuje i konzumira. Paket rješenja OTT TV revolucionirao je distribuciju medijskog sadržaja koristeći tehnologije koje se temelje na internetu kako bi se postiglo istinsko IPTV korisničko iskustvo over-the-top. OTT TV je kritika za over- the-top (OTT) isporuku HD video uradaka – putem postojećih mreža s iznimno visokom kompresijom te iznimne kakvoće. Zahvaljujući rješenju OTT TV, televizijske kuće i vlasnici medijskog sadržaja tako će pronaći nove korisničke grupe te vrlo brzo generirati nove priljeve prihoda. Medijski brendovi vrlo lako mogu povećati trenutni sadržaj pronalaskom novih korisnika te dodatnih prodajnih kanala. Korisničko iskustvo za video na zahtjev te čak i TV uživo, osmišljava se i kontrolira neovisno o mrežnim operaterima. Ukratko, OTT TV donosi kakvoću kakvu posjeduje IPTV po cijenama internetske televizije.

Stefan Jenzowsky studied communication science and psychology at the Free University Berlin and the University of Alabama, Tuscaloosa. After this, he worked in media effects research, entertainment research and advertising effectiveness at the Ludwig-Maximilians University in Munich.

From 1999 to 2006, Stefan was responsible for business innovation at Siemens Communications in Munich.

After this, Stefan became Partner at trommsdorff + drüner innovation + marketing consultants. From 2007 to 2010, Stefan was the managing director of moreTV Broadcasting GmbH in Potsdam-Babelsberg. Since October 2010 Stefan is heading the Media business unit at Siemens Communication, Media and Technology in Vienna, being responsible for the media business worldwide.

Stefan has co-authored various books and publications on the future of media, including the book "Fernsehwerbung" (Television Advertising) and "Die Zukunft des Fernsehens - The Future of Television". Together with Sven Gabor Jansky, Stefan also wrote "Rulebreakers", which stormed the German business book charts in 2010.

OTT (Over - the - Top): The Future of On-the-Move Video Delivery

Over-The-Top (OTT) TV is the future of what was used to be called television. This, as OTT TV fundamentally changes the way multimedia content is played out and consumed. Over-The-Top TV suite revolutionizes the distribution of media content by utilizing web based technologies in order to create a true IPTV user experience Over-The-Top. OTT TV means Over-The-Top (OTT) delivery of HD video - all through existing networks with ultra-high compression, featuring the excellent quality. OVER-THE-TOP-TV solution enables broadcasters and media content owners to tap into new customer groups and generate new revenue streams quickly. Media brands can easily leverage their existing content by finding new customers and additional sales channels. The user experience for video on demand and even live TV is designed and controlled independent of network operators. In short: OTT TV realizes IPTV quality at a web TV price point.

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKEND / WEEKEND STAGE

Budućnost besplatne televizije / The Future of Free TV

Više na str. / More on page 13

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE

Radionica: Stream & Project... / Workshop: Stream & Project...

Više na str. / More on page 40

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKENDICA / SUMMER HOUSE STAGE

Mediji / Media

Više na str. / More on page 16

PETAK 15.00 - 16.00 DVORANA VIKEND / FRIDAY 3pm - 4pm WEEKEND STAGE

Jay McGill je viši potpredsjednik kompanije Hearst Magazines International još od studenoga 2006. godine. Zadužen je za nadzor Hearstovih izdavačkih i digitalnih poslova u Europi i Africi te na Bliskom Istoku (regija EMEA).

McGill je zaposlen u korporaciji Hearst od 1979. godine te je do sada bio izdavač pet različitih časopisa u SAD-u: Sports Afield, Motorboating & Sailing, Country Living, Popular Mechanics i SmartMoney.

Osim toga je u razdoblju od 1997. do 2000. godine bio potpredsjednik/direktor za izdavaštvo časopisa Popular Mechanics, Sports Afield i Motor Boating & Sailing, te potpredsjednik/direktor digitalne integracije poslovne jedinice Hearst Magazine Division, i to od 2001. do 2004. godine.

McGill je trenutno član upravnog odbora osam zajedničkih izdavačkih kompanija širom regije EMEA. Osim toga je vanjski profesor i član savjetničkog odbora u poslovnoj školi Sveučilišta Fordham (Graduate School of Business Administration) u New Yorku.

Godine 1976. diplomirao je novinarstvo na Sveučilištu Marquette u Milwaukeeju, u saveznoj državi Wisconsin. Trenutno živi u gradu Chappaqua, u saveznoj državi New York.

PREDAVANJE / LECTURE

Mediji kao globalni brend

Tijekom posljednja dva desetljeća, deseci, ako ne i stotine medija izvezeni su izvan granica svojih lokalnih tržišta, postavši istinski globalni brendovi. Povijesni napredak medija, koji su evoluirali iz lokalnih u regionalne te zatim u nacionalne i globalne medije, ubrzan je zahvaljujući brzinom kojom se razvija tehnologija. Neki novi medijski brendovi u potpunosti preskaču spomenute korake i odmah izlaze na globalnu scenu, primjerice, YouTube i Facebook. Tijekom predavanja će se osvrnuti na taj fenomen i njegov utjecaj na način na koji medijske kompanije prilagođavaju vlastitu ponudu proizvoda kako bi zadovoljili globalne zahtjeve. Osim toga, pokazat će kako sve to utječe na medijsku potrošnju diljem svijeta, dok će za kraj pokušati predvidjeti kako će medijski brendovi izgledati u budućnosti.

Jay McGill has been Senior Vice President of Hearst Magazines International since November 2006. In this role, he oversees the Hearst publishing and digital operations in the European, Middle East and African countries.

Mr. McGill has been with the Hearst Corporation since 1979 and has held positions that include publisher of five different magazines in the US, including Sports Afield, Motorboating & Sailing, Country Living, Popular Mechanics and SmartMoney.

Additionally, he served as Vice President/Group Publishing Director of Popular Mechanics, Sports Afield and Motor Boating & Sailing magazines from 1997 to 2000, and as Vice President, Director of Digital Integration for Hearst Magazine Division from 2001 to 2004.

Mr. McGill is currently a member of the Board of Directors for eight Joint Venture publishing companies throughout the EMEA. He is also an Adjunct Professor and member of the Board of Advisors at the Fordham University Graduate School of Business Administration in New York City.

Having earned a Bachelor's degree in Journalism from Marquette University in Milwaukee Wisconsin in 1976, McGill now lives in Chappaqua, New York.

Media as Global Brands

Over the last two decades, dozens, if not hundreds, of media properties have been exported beyond their local markets and have become truly global brands. The historical progression of media properties evolving from local, to regional, to national, to global has been accelerated by the pace of technology. Some new media brands are skipping this progression entirely and launching as global brands, such as YouTube and Facebook. My talk will examine this phenomenon and its affect on how media companies are adapting their product offerings to meet a global demand and the affects this is having on media consumption around the world. I will end my talk with speculation of what media brands might look like in the future?

PETAK 15.00 - 16.00 DVORANA VIKENDICA / FRIDAY 3pm - 4pm SUMMER HOUSE STAGE



Richard Jakab

Prodaja sadržaja; Red Bull Media House, Austrija
Content Sales; Red Bull Media House, Austria

MODERATOR:



Ida Prester
Hrvatska
Croatia



Richard Jakab rođen je u Švedskoj, u obitelji Mađara. Ubrzo nakon pada Berlinskog zida, Richard se vratio natrag u Budimpeštu. Nakon što je promjenio nekoliko različitih pozicija na području finansija, okrenuo se medijima i pridružio se kompaniji Plus Licens, velikoj, neovisnoj kompaniji za licenciranje na području Skandinavije i istočne Europe. Nakon uspješnog stvaranja mreže ureda u jugoistočnoj Europi, prešao je na TV2 (grupacija ProSieben) u Mađarskoj, gdje je nadgledao poslovanje jedinice za digitalne medije i promotivni marketing. Njegova je sljedeća postaja bila kompanija 2waytraffic - Sony Pictures Entertainment, gdje je bio odgovoran za sve aktivnosti u istočnoj Europi, Skandinaviji i Njemačkoj, uključujući razvoj i akviziciju reality formata koji su se prikazivali u udarnim terminima. Danas je Richard aktivan u kompaniji Red Bull Media House, gdje je odgovoran za prodaju i distribuciju vrhunskog sadržaja u Rusiji, Zajednici Neovisnih Država, istočnoj Europi, kontinentalnoj Europi i Latinskoj Americi.

PREDAVANJE / LECTURE

Mediji

Globalna medijska mreža Global Red Bull Media Network proteže se kroz sve relevantne medijske kanale i proizvode. Osim toga, pruža jedinstveni izbor različitih medijskih sadržaja vezanih za stil življena, zabavu i sport, odražavajući istovremeno atributе osobnosti brenda. Pruža i poslovne mogućnosti na području televizije, tiskanih i digitalnih medija te glazbe, te medijskim partnerima donosi svježe i inovativne medijske sadržaje za ciljnu grupu ili grupe koje je sve teže angažirati.

Ovo predavanje, koje uključuje i sudjelovanje prisutnih, dat će uvid u različite poslovne segmente medijske kuće Red Bull Media House, koja predstavlja vrata u svijet mreže Red Bull Media Network, te predstaviti analizu određenog slučaja. Cilj predavanja jest angažirati slušatelje te, po mogućnosti, promijeniti njihova razmišljanja o relevantnim sadržajima o stilu življena te načinu na koji se ti isti sadržaji mogu (ili bi se trebali) upotrijebiti kako bi ostavili traga na tržištu.

Media

The Global Red Bull Media Network spans across all relevant media channels and products. It offers a unique variety of media content in lifestyle, fun and sports, reflecting the personality attributes of the brand. Furthermore, it holds business opportunities in fields of TV, Print, Mobile, Digital and Music and provides a media partner with fresh and innovative media content for target group(s) that is more and more difficult to engage.

This lecture with participant interaction will give more insights into the various business segments of Red Bull Media House, which is the Gateway to the Red Bull Media Network, with case study show cased. The lecture aims to engage the listener and, eventually, change the mind-set about relevant action based lifestyle content and how it can (or should be) used to make an impact in the market place.

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKEND / WEEKEND STAGE

Mediji kao globalni brand / Media as Global Brands

Više na str. / More on page

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE

Case Study: Internet prodaje / Case Study: Internet Sales

Više na str. / More on page 41

PETAK 17.30 - 18.30 DVORANA VIKEND / FRIDAY 5.30pm - 6.30pm WEEKEND STAGE



James Whatley

Direktor marketinga, 1000heads, Velika Britanija
Marketing Director, 1000heads, Great Britain

MODERATOR:



Nevena Rendeli
Voditeljica i novinarka, HRT, Hrvatska
Host and journalist, HRT, Croatia



James Whatley je direktor marketinga kompanije 1000heads, pasionirani bloger i drag neki lik. Prije nego što je stigao na sadašnju poziciju, bio je direktor poslovne jedinice za strategije angažiranja, a 2010. godinu je proveo pomažući klijentima kompanije 1000heads oko komunikacije (interne i eksterne) s korisnicima, zagovarateljima i klevetnicima. Dok je radio za kompaniju SpinVox, James je radio na brojnim projektima, uključujući The Future of Voice, MTV-ovu kampanju društveno odgovornog poslovanja Stand By What You Say, te Big Talk i SpinVox Wishing Well. Osim toga, James je svojim radom pridonio činjenici da je kompanija Refresh 2006. godine osvojila prestižnu nagradu Nokia Pro Developer of the Year. Prije dvije godine osnovao je Mobile Geeks of London, umreženu grupu koja je započela u Velikoj Britaniji te se kasnije proširila diljem svijeta. James je na taj način pružio priliku svima u industriji i izvan nje da se okupe na jednom mjestu i podijele svoja razmišljanja. Zahvaljujući tome, trenutno je ključni strateški savjetnik u kompaniji Dabr koja stoji iza sučelja za korisnike Twittera koji toj mreži pristupaju preko mobilnih uređaja. Godine 2008. bio je jedan od vodećih suradnika na internetskoj stranici The Mobile Industry Review te u istoimenoj emisiji. Na vrhuncu popularnosti ta je stranica u samo godinu dana nakon pokretanja dosegla brojku od 250,000 gledatelja.

James Whatley is the Marketing Director at 1000heads, avid blogger and all round nice chap. Previously Engagement Strategy Director, James spent 2010 helping 1000heads' clients communicate (internally and externally) with their customers, advocates and detractors.

In his time at SpinVox, James was involved in numerous projects including The Future of Voice think tanks, the Stand By What You Say MTV/CSR campaign, as well as Big Talk and the SpinVox Wishing Well.

James also helped to secure the prestigious Nokia Pro Developer of the Year award for Refresh in 2006. More recently, James helped develop the concept for the Social Networks through SpinVox service, which was a finalist at the 2007 Media Guardian Awards.

Creating the Mobile Geeks of London two years ago, a networking group that started in the UK and has since gone global, James created an opportunity for industry and non-industry mobile fans to come together and share their ideas. Thanks to this, he himself is now currently a key strategic advisor to Dabr, a third party mobile web interface to Twitter.

In 2008 he was one of the leading contributors to The Mobile Industry Review show and site, which at its peak, reached 250,000 viewers within the first year of launch.

PREDAVANJE / LECTURE

Kako radi 'word of mouth' marketing

Društveni su mediji ključna sastavnica bilo kojeg suvremenog marketinškog miksa. Međutim, samo se kroz potpunu integraciju po svim označenim dodirnim točkama može zaista iznjedriti pozitivna usmena predaja te potaknuti dugoročno korisničko zagovaranje. Predavanje će, između ostalog, govoriti o teoriji iza marketinga usmenom predajom te kako sve to izgleda u praksi. Osim toga, govorit će se i o nekim od najnovijih slučajeva s dokazanim povratom uloženog kapitala (kojeg je moguće i pratiti).

Driving Advocacy Through Word of Mouth Marketing

Social media is a core component to any modern day marketing mix. However, it's only through complete integration across all branded touch points can you truly engender positive word of mouth and drive long term customer advocacy. This talk will cover the theory behind word of mouth marketing, what that looks like in practice and finally, some of the latest case studies with proven (and trackable) ROI.

SUBOTA 10.00 - 11.00 DVORANA VIKENDICA / SATURDAY 10am - 11am SUMMER HOUSE STAGE



Eric Pfanner

Urednik, International Herald Tribune, Francuska
Media Editor, International Herald Tribune, France

MODERATOR:



Ida Prester
Hrvatska
Croatia

The New York Times
powered by
Poslovni dnevnik

Eric Pfanner je medijski urednik International Herald Tribunea (IHT), globalnog izdanja časopisa The New York Times. Trenutno živi i radi u Parizu, gdje piše kolumnu pod nazivom „Media Cache”; u njoj razmatra pitanja koja utječu na konvergencijske medije i tehnološke industrije u digitalnom dobu, te prati globalne medijske i tehnološke vijesti. Prije toga radio je kao europski gospodarski dopisnik IHT-a u Londonu te kao zamjenik urednika poslovne rubrike u Parizu. Radio je i kao urednik u novinama The New York Times i Chicago Tribune.

SUBOTA 12.30 - 13.30 DVORANA VIKENDICA / SATURDAY 12.30am - 1.30pm SUMMER HOUSE STAGE



Simon White

Sudirektor, Grey London, Velika Britanija
Joint Managing Director, Grey London, Great Britain

MODERATOR:



Iva Hlavka
Izvršni direktor, Grey Worldwide Zagreb, Hrvatska
Managing Director, Grey Worldwide Zagreb, Croatia

GREY
emea

Simon je u agenciju Grey London stigao 2002. godine na poziciju planera, a u proteklih je osam godina napredovao do pozicije zamjenika direktora planiranja 2006. godine, direktora planiranja 2008. godine, te sudirektora u siječnju 2010. Pod njegovim je ravnjanjem Grey bila najnagradijanija agencija na ceremoniji dodjele nagrada IPA Effectiveness godine 2009., a osvojila je i po dvije nagrade APG i Marketing Society Awards, te tri nagrade Euro Effies.

Simon joined Grey London in 2002 as a planner and over the past eight years has proved himself by being promoted to Deputy Head of Planning in 2006, Head of Planning in 2008 and Joint Managing Director in January 2010. Under his direction, Grey was the most awarded advertising agency at the IPA Effectiveness awards in 2009, picked up two APG Awards and Marketing Society Awards, and three Euro Effies.

PREDAVANJE / LECTURE

Mediji i tehnologija: Tko pobjeđuje?

Na industriju medija i industriju tehnologije se često gleda kao na nepomirljive suparnike. Mediji krive tehnologiju za rušenje postojećih poslovnih modela i uništavanja vrijednosti. Tehnološka industrija uzvraća da su mediji 'zapeli u vlastitoj kolotečini'. Ipak, iza ovih stereotipnih stajališta, stvari se polako mijenjaju.

Media and Technology: Who's Winning?

The media and technology industries are often seen as being at irreconcilable odds. The media blame technology for wrecking time-honored business models and destroying value. The technology industry says the media is stuck in a rut. Yet behind these stereotypical positions, things may slowly be changing.

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKEND / WEEKEND STAGE
CSR je (samo) PR / CSR is (just) PR
Više na str. / More on page 29

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE
Radionica: Digitalni Identitet / Workshop: Digital Identity
Više na str. / More on page 42

PREDAVANJE / LECTURE

Kako oglašavanje zaista funkcioniра

Svi mi koji radimo u marketingu u glavama imamo određenu predodžbu o tome kako funkcioniра oglašavanje. Međutim, kao što je John Maynard Keynes napisao o ekonomiji još tridesetih godina prošlog stoljeća, „praktični ljudi koji nikada nisu svjesno bili pod bilo kakvim intelektualnim utjecajem, gotovo su uvijek robovi nekog preminulog ekonomiste“. Drugim riječima, ljudi uvijek imaju neku teoriju, bez obzira bili oni svjesni nje ili ne, a ta je teorija morala poteći odnekud, najvjerojatnije odnekud iz prošlosti. Spomenuto predodžbu koristimo kako bi saželi, razvijali, ocijenili, testirali i izmjerili oglašavanje. Ta predodžba utječe na sve što radimo. Problem leži u činjenici da te predodžbe nisu nikada bile osporavane usprkos nevjerojatnom napretku neuroznanosti, koja je nastala iz razvoja uredaja za funkcionalnu magnetsku rezonanciju devedesetih godina prošlog stoljeća, te značajnom napretku u razumijevanju načina na koji ljudi obraduju informacije i donose odluke.

Tijekom predavanja, prisutni će čuti nešto o spomenutim saznanjima, kao i tvrdnje prema kojima koristimo krive predodžbe i modele – s obzirom na ono što nas uče neuroznanost i psihologija.

How Advertising Really Works

All of us who work in marketing have a model in their head of how advertising works. However as John Maynard Keynes wrote back in the thirties about economics, practical men, who have never knowingly been subject to any intellectual influence, are invariably the slaves of some defunct economist'. In other words, people always have a theory, whether they know it or not, and that theory must have started from somewhere, probably somewhere in the past.

We then use this model to brief, develop, judge, test and measure advertising. It influences everything we do. The problem is that these models have not been challenged despite the incredible progress in neuroscience born out of the development of the fMRI scanner in the 1990s plus the significant progress in our understanding of how humans process information and make decisions.

This talk shares some of that learning and argues that based on what neuroscience and psychology are teaching us we've been working to the wrong models.

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKEND / WEEKEND STAGE
Puno lipih stvari... / A Lot Happened...
Više na str. / More on page 32

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE
Upoznajte web startup-e... / Learn About Startups...
Više na str. / More on page 49



Žarko 'Zak' Ivković

MODERATOR:



Nevena Rendeli
Voditeljica i novinarka, HRT, Hrvatska

Host and journalist, HRT, Croatia

Dobitnik nagrade Emmy, Zak Ivkovic već osmu godinu zaredom radi kao izvršni direktor CUNYAC-a [City University of New York Athletic Conference], najvećeg urbanog sveučilišta na svijetu. Između ostalog, nadgleda stotine sportaša te više od 25 sportskih konferencija pri CUNYAC-u, uključujući sportove poput nogometa, košarke, bejzbola i tenisa.

Za televizijsku postaju NBC Sports radio je na posljednjih pet ljetnih Olimpijskih igara, a za svoj producentski rad na Igrama u Atlanti 1996. godine dobio je i nagradu Emmy. Jedan od njegovih prvih poslova u televizijskom svijetu bio je educiranje američkih najavljavača o međunarodnim sportašima te načinu na koji se izgovaraju njihova imena.

Ivkovic je pet godina pisao i kolumnu na temu nogometa za popularni tjednik N.Y. Newsday, jednu od najcjenjenijih novina u SAD-u.

Ivkovic je rođen u bivšoj Jugoslaviji (Tuzla). Potaknut svojim međunarodnim iskustvom, pokrenuo je i edukacijska putovanja za studente sportaše sa sveučilišta CUNY, nazvana „Goodwill Tour“ (Turneja dobre volje).

Ivkovic još uvek aktivno sudjeluje u nogometnim natjecanjima kao član sportskog društva Istria Sport Club (godine 2004. i 2010. s timom je proputoval regiju), a živi u njujorškom Queensu.

The Emmy Award winning Zak Ivkovic is currently in his eighth year as the Executive Director of the City University of New York Athletic Conference (CUNYAC), the largest urban university in the world. As part of Ivkovic's duties he oversees hundreds of athletes and over 25 athletic conferences within CUNYAC, including sports like soccer, basketball, baseball and tennis.

He has worked for NBC Sports at the past five Summer Olympic Games, earning an Emmy Award for his work as a producer at the 1996 Atlanta Games. One of his first roles in the TV world was to educate American announcers about international players and how to pronounce their names.

His resume also includes the title of newspaper columnist. He was the author of a popular weekly soccer column for N.Y. Newsday for five years, one the largest, most respected newspapers in the United States.

Ivkovic is born in the former Yugoslavia (Tuzla). His international perspective has led to him creating an educational trip for CUNY student-athletes called the Goodwill Tour.

Ivkovic still plays competitive soccer for the Istria Sport Club (toured the region with the team in 2004 and 2010) and resides in Queens, N.Y.



Pete Radovich

Kreativni direktor, CBS Sports, SAD
Creative Director, CBS Sports, USA

PREDAVANJE / LECTURE

Amerika naspram regije

Trenutačno svjedočimo najvećoj revoluciji u povijesti medija. Način na koji gledatelji, slušatelji i čitatelji konzumiraju informacije mijenja se gotovo svakodnevno. I dok su se mediji u regiji prilagodili većini najnovijih trendova, teško bi bilo ne primjetiti kako upravo SAD predvodi tu globalnu transformaciju.

Razlike između SAD-a i zemalja bivše Jugoslavije u uobičajenim i neuobičajenim načinima medijskog praćenja – od metoda koje se koriste u novinskom izvještavanju do večernjih informativnih programa i praćenja sportskih događanja te uporabe društvenih medija – jednostavno su goleme. Radovich i Ivkovic će razmotriti razlike između dviju spomenutih regija.

PREDAVANJE / LECTURE

America Vs. The Region

We live amid the greatest revolution in the history of media. The way that viewers, listeners and readers are consuming their information is changing almost daily. While media in the region has adapted to most of the latest trends, it would be difficult to argue that the United States isn't at the forefront of this global transformation.

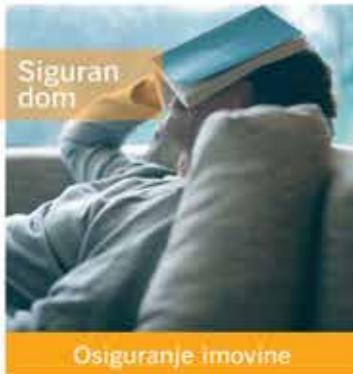
From methods used in newspaper reporting, to the coverage of nightly news programs and sporting events, to the use of social media, the differences between traditional and non-traditional media coverage in the United States and the former-Yugoslavia are vast. Radovich and Ivkovic will examine and debate the differences between the two regions.

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE

Case Study: Uspješnice oglašavanja / Case Study: Advertising Winners

tradicija sigurnost povjerenje



www.crosig.hr | croatiafon 0800 80 10

 CROATIA OSIGURANJE
ul. Marmontova 1564.

WEEKEND
MEDIA FESTIVAL
2011



PANELI
PANEL DISCUSSIONS

PETAK 10.00 - 11.00 DVORANA VIKENDICA / FRIDAY 10am - 11am SUMMER HOUSE STAGE

Click 'n' Carry

Mobilni uređaji uvijek su nam pri ruci i vrlo skoro pokrenut će revoluciju u načinu na koji plaćamo. Uvođenjem novih tehnologija i povezivanjem industrije otvaraju se širom vrata za mobilno plaćanje. Od bankarstva, preko kupovine proizvoda online ili u dućanima, pa sve do plaćanja najrazličitijih usluga poput parkinga ili ulaznica - stvara se kritična masa. Na panelu ćemo razgovarati o primjerima implementacija i stanju u svijetu (je li moguće da je Hrvatska ispred SAD-a?), tehnologijama koje stoje na raspolaganju (NFC i druge), njihovom sigurnosnom aspektu, različitim uslugama pokretanim od strane kartičara i telekom operatera, te pokazati kako će revolucija u načinu kupnje utjecati na oglašavanje proizvoda.

Click 'n' Carry

Mobile devices have always been close at hand and will soon kick-start a revolution in the way we pay for things. The introduction of new technologies and industry consolidation will open doors wide for mobile payment. From banking and shopping for products online or in stores, to paying for all sorts of services, including parking or tickets – a critical mass is being created. At the panel discussion we will discuss implementation examples and global situation (Is it possible that Croatia has beaten the United States?), available technologies (NFC and others), their safety aspect, and different services launched by card companies and telcos, as well as show just how the revolution in the way we shop is going to affect product advertising.

Oglašavanje 2020.

Kako će tehnološke i društvene promjene utjecati na ključne faktore oglašavanja:

- medije
- agencije
- klijente
- potrošače

Hoće li ove kategorije prestati postojati na način na koji ih danas poznajemo? Kako izgleda agencija budućnosti? Kakvi ljudi u njoj rade? Hoće li kreativnost dolaziti iz nekih posve drugih izvora? Tko će biti centri moći? Kako će potrošači donositi odluke? Hoće li neki kanali prestati postojati, a niknuti neki posve novi? Kako će se mjeriti učinkovitost oglašavanja?

Polemiziramo, procjenjujemo, gledamo u kristalnu kuglu...

Advertising 2020

In what way will the technological and social changes affect the following key advertising factors:

- Media
- Agencies
- Clients
- Consumers

Will these particular categories, such as we know them today, cease to exist? What does the agency of the future look like? What kind of people work there? Will the creativity stem from some completely different sources? Who will become the power centers? How will the consumers make their decisions? Will certain channels cease to exist and new channels emerge? In what way will the effectiveness of advertising be measured?

Let's discuss, estimate and peek into our crystal ball...

SUDJELUJU / PARTICIPANTS:

 **Denis Dunat**
Voditelj prodaje za diviziju CMT Hrvatska I JI Europa, Siemens
Head of Sales, CMT Croatia and SE Europe, Siemens

 **Ivan Skender**
Operativni direktor marketinga za poslovne korisnike, T-HT
Operating Director of the Sector for Business-User Marketing, T-HT

 **Dalibor Sović**
Voditelj internet prodaje, Konzum
Head of Online Sales, Konzum

 **Harald Winkelhofer**
Osnivač i izvršni direktor, IQ mobile GmbH
Founder and CEO, IQ mobile GmbH

MODERATOR:

 **Luka Abrus**
Direktor, Pet Minuta
Director, Pet Minuta

SUDJELUJU / PARTICIPANTS:

 **Slaven Fischer**
Predsjednik BBDO Grupe i predsjednik Uprave HURA-e, BBDO
Chairman of BBDO Group and Chairman of HURA, BBDO

 **Iva Kutle**
Predsjednica Uprave i direktorka, Digitel
President of the Board and Managing Director, Digitel

 **Zdenka Milanović**
Direktorka, McCann Erickson Beograd
CEO, McCann Erickson Beograd

MODERATOR:

 **Senad Zaimović**
Direktor, Fabrika
Director, Fabrika

 **Sandra Babić**
Novinarka, Lider
Journalist, Lider

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKEND / WEEKEND STAGE

Komunikacija u realnom vremenu / Real Time Communications

Više na str. / More on page 12

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE

Radionica: Stream & Project / Workshop: Stream & Project

Više na str. / More on page 40

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKENDICA / SUMMER HOUSE STAGE

Free or Fee?

Više na str. / More on page 26

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE

Kako povećati radijsko slušateljstvo / How To Grow Your Radio Audience

Više na str. / More on page 48

PETAK 12.30-13.30 DVORANA VIKENDICA / FRIDAY 12.30pm - 1.30pm SUMMER HOUSE STAGE

Free or Fee?

Dok je pristup medijima preko Interneta bio samo sekundarni način konzumacije sadržaja skoro sve medijske kuće vidjele su to kao priliku da približe svoj brand potrošaču te su bile spremne ponuditi taj sadržaj besplatno. S vremenom Internet postaje sve važniji način konzumacije i sve više nagriza tradicionalne načine distribucije sadržaja. Ovo su najviše osjetili print izdavači. Danas, predvođeni poslovnim medijima koji su prvi uveli naplatu sadržaja na internetu i od nedavno New York Timesom, sve više izdavača traži način kako naplatiti svoj trud. U Hrvatskoj vidimo prve pokušaje koji vode u smjeru naplate. Da li će ovi pokušaji biti uspešni? Kako naplatiti sadržaj? Postoje li novi poslovni modeli koji mogu zamjeniti klasičnu naplatu sadržaja? Da li će zarade od prodaje sadržaja na Internetu ikada moći nadoknaditi prijašnje volumene? Na panelu Free of Fee probat ćemo odgovoriti na ova i druga pitanja koja danas muče izdavače...

Free or Fee?

As long as accessing the media via internet had been a mere secondary way of content consumption, almost all the media companies saw it as an opportunity to bring their brands closer to the consumer and were thus prepared to offer that content for free. In time the Internet started turning into an ever more significant way of content consumption, increasingly eating away at the traditional ways of content distribution. Nowadays, following in the footsteps of the business media that have been the first to introduce charges for the online content as well as the New York Times as of recently, there is a growing number of publishers looking for a way to charge money for their efforts. In Croatia's case, there were already the first steps in an attempt to charge for the online content. Will such attempts be successful? How can one charge for the content? Are there any new business models that can replace the traditional ways of charging for content? Will the profit from selling online content ever reach the previous volumes? The panel discussion titled Free of Fee will attempt to answer these and many other questions that the publishers nowadays are faced with...

**Više igrača, manje kolača?
Fragmentacija TV tržišta**

Pred nekoliko mjeseci digitalizacijom i novim koncesijama TV tržište u Hrvatskoj izuzetno se obogatilo, prateći time svjetske trendove.

Kabelskim i IPTV kanalima raste gledanost, a publika se fragmentira. Da li se i koliko time smanjuje utjecaj digitalnih terestrijalnih – nacionalnih kanala te da li oglašivači prate gledatelje?

**More players, less cake?
Fragmentation of the TV market**

A few months ago Croatia's TV market profited considerably from the digitization and new concessions, in line with global trends.

Cable TV and IPTV ratings are going up and the audience is getting more fragmented by the day. Has that decreased (and, if so, how much) the influence of the digital terrestrial nation-wide channels, and have the advertisers been following the viewers?

SUDJELUJU / PARTICIPANTS:

Branko Čakarmiš
Direktor programa, Pop TV
Programming Director, Pop TV



dipl. ing. Dejan Ljuština
Direktor odjela poslovnog savjetovanja, Deloitte
Head of the Business Consultancy Department,
Deloitte



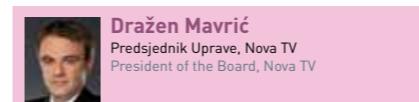
Boris Trupčević
Direktor za Hrvatsku, Styria Media International AG
General Manager for Croatia, Styria Media
International AG



Tomislav Wruss
Član odbora Direktora, EPH
Member of the Board of Directors, EPH

MODERATOR:

Nikola Vrdoljak
Direktor, Gingernet
CEO, Gingernet

SUDJELUJU / PARTICIPANTS:

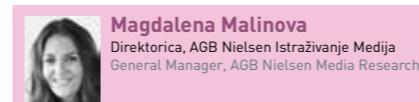
Dražen Mavrić
Predsjednik Uprave, Nova TV
President of the Board, Nova TV



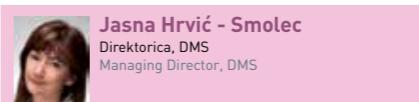
Ivica Mudrinić
Predsjednik Uprave i glavni direktor, T-HT
President of the Board and Managing Director,
T-HT



Josip Popovac
Predsjednik Uprave, HRT
President of the Board, HRT

UVOD:

Magdalena Malinova
Direktorica, AGB Nielsen Istraživanje Medija
General Manager, AGB Nielsen Media Research



Jasna Hrvić - Smolec
Direktorica, DMS
Managing Director, DMS

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKEND / WEEKEND STAGE

Oglavlavanje 2020. / Advertising 2020

Više na str. / More on page 28

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE

Radionica: Stream & Project... / Workshop: Stream & Project...

Više na str. / More on page 48

DVORANA VIKENDICA / SUMMER HOUSE STAGE

Radio 365 dana kasnije / Radio 365 Days Later

Više na str. / More on page 28

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE

Prezentacija Nedjeljnog Jutarnjeg / Presentation of Nedjeljni Jutarnji

Više na str. / More on page 49

PETAK 16.15 - 17.15 DVORANA VIKENDICA / FRIDAY 4.15pm- 5.15pm SUMMER HOUSE STAGE

Radio 365 dana kasnije

Medij koji je doživio najveće promjene, ali i najveću ekspanziju i profitabilnost u Hrvatskoj je radio. Prije nekoliko godina, mislili smo kako se kod ovog, najstarijeg elektronskog medija, ne mogu dogoditi nikakve novosti, ali onda se dogodio radijski boom! Počeli su se pojavljivati radijski formati koji su srušili sve rekorde u slušanosti, počeli privlačiti oglašivače i ponovno vratili radio na medijsku kartu regije. No, s druge strane mnogi smatraju kako radijski formati ne slušaju svoje slušatelje, već koriste provjerene statističke rezultate. Govore čak i da je radio izgubio autorstvo i dušu koju je nekada imao, te da je čar radija u originalima - malim trikovima uredništva i prilagodljivosti slušateljstvu. Ipak, valja uzeti u obzir brojke, ali i demografiju publike, jer dok jedan dio zemlje voli formate, kod drugog su originali pun pogodak...

Radio 365 Days Later

The medium that has undergone the biggest changes but also the biggest expansion and profitability in Croatia, is the radio. Several years ago we were convinced that the oldest electronic medium could provide nothing new and refreshing but than the radio boom happened! New radio formats appeared, bringing down all the ratings, attracting new advertisers and bringing back the radio on the region's media map. At the same time, many still believe radio formats are not listening to their listeners but are using trusted statistics. They also think the radio has lost its authorship and the soul it once had, and that the magic of the radio lies in the originals – small editorial tricks and adaptability to the listeners. Nonetheless, one should take into account the numbers and the audiences' demography, seeing as while one part of the country likes formats, the others find originals to be the winners...

SUBOTA 10.00 - 11.00 DVORANA WEEKEND / SATURDAY 10am - 11am WEEKEND STAGE

CSR je (samo) PR?

Društvena odgovornost nova je "it" riječ u poslovnom svijetu. Sve više kompanija već u prvim rečenicama u rubrikama 'O nama' ističe da su društveno odgovorne. Sve je više inicijativa koje okupljaju kompanije koje posluju društveno odgovorno, sve više kompanija objavljuje specijalizirana izvješća o društvenoj odgovornosti, dodjeljuju se posebne nagrade za društveno odgovorne projekte... Na okruglom stolu u okviru Weekend Media Festivala pokušat ćemo odgovoriti na neka od pitanja koja se nameću oko ove aktualne teme. Što je uopće društvena odgovornost, postoji li konsenzus oko definicije i kriterija društvene odgovornosti i može li se bilo koja kompanija samoinicijativno proglašiti društveno odgovornom? Kako se manifestira društvena odgovornost? Je li to isključivo filantropija i doniranje kompanijskih sredstava zajednici? Je li društvena odgovornost, kako mnogi kritičari tvrde, isključivo još jedan alat za promociju i generiranje pozitivnog publiciteta kompanija u svrhu odvraćanja pažnje od bitnih problema i negativnog utjecaja kompanija na zajednicu i okoliš? Je li CSR samo još jedno oruđe u rukama PR? Gdje je uopće uloga PR-a u društvenoj odgovornosti? Upravljaju li programima društvene odgovornosti u kompanijama komunikacijski i PR odjeli ili netko drugi, i tko? Kako čelni ljudi kompanija gledaju na društvenu odgovornost? Ima li CSR pozitivan utjecaj na rezultate kompanije? Može li danas ikoja kompanija odlučiti da ne želi biti društveno odgovorna?

CSR is (just) PR?

Social responsibility is the new "it" phrase in the business world. Every day, more and more companies are stressing their social responsibility in the 'About Us' sections. There is also a growing number of initiatives out there gathering socially responsible companies; more and more companies are releasing specialized CSR reports; awards are being presented to the socially responsible projects... This particular Weekend Media Festival panel discussion will try and address some of the issues relating to this current topic. What is social responsibility and is there a consensus on the CSR definition and criteria? Can any company simply proclaim itself socially responsible? In what way does social responsibility manifest itself? Is it simply philanthropy and donating company funds to the community? Is social responsibility, as many critics claim, just another tool used for various companies' self-promotion and generating positive publicity, aimed at moving the attention away from the important issues and the companies' negative influence on the community and the environment? Is the CSR just another tool in the hands of PR practitioners? What exactly is the role of PR in social responsibility? Are the companies' socially responsible programs run by the communication and PR departments or someone entirely different; if it is someone entirely different, who is it exactly? What are the companies' top people's views of social responsibility? Does the CSR have a positive effect on the companies' results? Is it possible for any company nowadays to decide against being socially responsible?

SUDJELUJU / PARTICIPANTS:



Daniel Berdais
Glavni urednik, Otvoreni radio
Editor-in-Chief, Otvoreni radio



Saša Čeramilac
Direktor promocije, Soundset
Promotion Director, Soundset



Juraj Hrvačić, ml.
Glavni programski savjetnik, Antena Zagreb,
TotalniFm, Narodni radio
Chief Programming Advisor, Antena Zagreb,
TotalniFm, Narodni radio



Duško Radić
V.d. glavnog urednika, Hrvatski radio
Acting Editor-in-Chief, Hrvatski radio



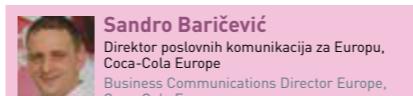
Olga Ramljak
Članica vijeća za elektroničke medije, Agencija
za elektroničke medije
Member of the Electronic Media Council,
Electronic Media Agency

MODERATOR:



Duško Ćurić
Televizijski i radijski voditelj
Television and Radio Host

SUDJELUJU / PARTICIPANTS:



Sandro Baričević
Direktor poslovnih komunikacija za Europu,
Coca-Cola Europe
Business Communications Director Europe,



Violeta Colić
Direktorica Premisa i članica Uprave Digitel
komunikacije
Premisa General Manager and Member of
Digitel Komunikacije Management Board



Renata Godek
Direktorica Marketinga i informiranja,
Končar-elektroindustrija
Head of the Marketing and Information
Department, Končar-elektroindustrija



Aleksandra Kolaric
Direktorica marketinga, komunikacija i poslovnog
razvoja za panonsko-jadransku regiju, Deloitte
Director for the PannonAdria Region Marketing,
Communications&Business Development, Deloitte



Davor Majetić
Glavni direktor, HUP
General Manager, HUP



Svetlana Vičerova
Direktorica funkcije za odnose s javnošću i
komunikacije, NIS Gasprom njef
PR and Communications Director, NIS Gasprom
njef

MODERATOR:



Boris Mišević
Novinar, NovaTV
Journalist, NovaTV

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKEND / WEEKEND STAGE

Više igraca, manje kolača... / More Players, Less Cake...
Više na str. / More on page 27

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE

Prezentacija Nedjeljnog Jutarnjeg / Presentation of Nedjeljni Jutarnji
Više na str. / More on page 49

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKENDICA / SUMMER HOUSE STAGE

Mediji i tehnologija / Media and Technology
Više na str. / More on page 18

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE

Radionica: Digitalni identitet / Workshop: Digital Identity
Više na str. / More on page 42

SUBOTA 11.15 - 12.15 DVORANA VIKEND / SATURDAY 11.15am - 12.15pm WEEKEND STAGE

Fenomen dnevnika

Dnevnik, glavna emisija svake javne televizije i važan programski sadržaj onih komercijalnih, najpostojaniji je televizijski format. Zahtjeva specifičnu organizaciju poslova i uloga, preciznu redakcijsku hijerarhiju te neupitnu političku neovisnost. O ovom posljednjem uvelike ovisi kredibilitet, a onda i gledanost kojom se tako često busaju urednici i direktori programa. Različiti po strukturi, opremi, terminu i novinarskom pristupu, regionalni su Dnevničari predvodili promjene u informativnom programu.

Kome gledatelji više vjeruju? Koja je to dobra praksa kojoj današnji uspjeh duguju Dnevničari komercijalnih televizija? Je li tradicija jača od popularizacije? Zašto je nekad kruta forma personalizirana?

News Phenomenon

Dnevnik, the primetime news show of any public TV station and an important programming content of the commercial TV stations, is the most long-lasting TV format. It requires specific organization and distribution of tasks and roles, precise editorial hierarchy and unquestionable political independence. The latter is also what a TV station's credibility relies on heavily, just as the ratings, which editors and programming directors so often boast about, do. The region's primetime news shows, which all differ from one another in their structures, equipment, broadcasting times and journalistic approaches, have all been the news program trendsetters.

Who do the viewers trust more? What is the good practice that commercial TV stations' news shows nowadays owe their success to? Is tradition stronger than popularization? Why has the formerly rigid and strict form been personalized?

SUBOTA 11.15 - 12.15 DVORANA VIKENDICA / SUBOTA 11.15am-12.15pm SUMMER HOUSE STAGE

Hrana hrani medije

Gastro sadržaj je u posljednjih nekoliko mjeseci preplavio sve medije – od printa do TV-a i društvenih mreža. Bilo da se radilo o receptima, cooking show-ovima, preporukama gastronomova ili slavnih, natjecanjima i dokumentarnim emisijama, hrana je postala 'najisplativiji' sadržaj za medije.

Zašto je tome tako? Da li smo preplavljeni ovim sadržajem i što uopće čini kvalitetu? Koja je budućnost i da li su se konzumenti zasitili ili su i dalje gladni?

Food Feeds the Media

Over the past few months there has been a flood of gastronomy-related content into the media – from the print media to TV and social networks. Whether it is recipes, cooking shows, gastronomers and celebs' food recommendations or competitions and documentaries, food has become the most profitable media content.

Why is that? Are we flooded with the content in question and what is it exactly that makes up quality? What will the future be like and have the consumers become fed up or are they still hungry for more?

SUDJELUJU / PARTICIPANTS:



Iva Gačić
Direktorka Informativnog programa, Nova TV
News Director, NovaTV



Ljubica Gojgić
Urednica i reporterka, B92
Editor and Reporter, B92



Ivan Lovreček
Glavni urednik Informativnog i magazinskog programa, RTL
Editor in Chief, RTL



Zoran Šprajc
Izvršni urednik Dnevnika, HRT
Executive Editor, News Show Dnevnik, HRT

MODERATOR:

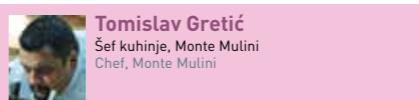


Denis Kuljiš
Novinar
Journalist

SUDJELUJU / PARTICIPANTS:



Robert Čoban
Predsjednik, Color Press Grupa
President, Color Press Grupa

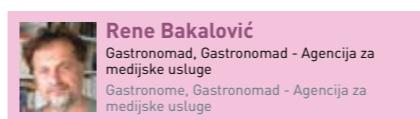


Tomislav Gretić
Šef kuhinje, Monte Mulini
Chef, Monte Mulini



Željka Klemenčić
Novinarka, Jutarnji list
Journalist, Jutarnji list

MODERATOR:



Rene Bakalović
Gastronomad, Gastronomad - Agencija za medijske usluge
Gastronome, Gastronomad - Agencija za medijske usluge

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKENDICA / SUMMER HOUSE STAGE

Hrana hrani medije / Food Feeds the Media

Više na str. / More on page 31

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE

Radionica: Digitalni Identitet / Workshop: Digital Identity

Više na str. / More on page 42

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKEND / WEEKEND STAGE

Fenomen Dnevnika / News Phenomenon

Više na str. / More on page 30

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE

Radionica: Digitalni Identitet / Workshop: Digital Identity

Više na str. / More on page 42

SUBOTA 12.30 - 13.30 DVORANA VIKEND / SATURDAY 12.30pm - 1.30pm WEEKEND STAGE

Puno lipih stvari, al' ne smin' reć

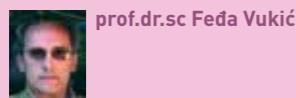
Komunikacija je iznimno zahtjevna u svim industrijama. Veliki je izazov u svakom trenutku pronaći najbolje načine i kanale komunikacije, stvoriti poruke koje će zaintrigirati ciljnu javnost, a da pritom nikoga ne antagoniziraju. Svi se ti izazovi mnogostruko povećavaju za hipernormirane industrije, one čiji su kanali komunikacije regulatornim odlukama gotovo posve presječeni. Najdrastičniji je primjer duhanska industrija, ali sa sličnim se problemima bori farmaceutska, kao i industrija alkoholnih pića. Na diskusiji pokušat ćemo naći odgovore na pitanja koja muče komunikatore u "stigmatiziranim" industrijama.

Kako komunicirati u regulatornom okruženju koje vam komunikaciju zabranjuje, iako se vaš proizvod uredno prodaje i oporezuje? Kako ispričati priču o proizvodu o kojem se ne smije pričati? Kako promicati kvalitetu proizvoda koji u javnom prostoru ne smijete ni spomenuti? Kako stvoriti i ojačati brand bez komunikacijskih alata kojima se ostali brandovi stvaraju? Kako premostiti postavljena ograničenja, a ostati u okvirima zakona i etike? Je li licemjerno stvarati antipušaku hysteriju, a u isto vrijeme naplaćivati visoke poreze na cigarete? Kako povećati prodaju lijekova, a bez poticanja na prekomjernu potrošnju i ovisnost?

A Lot Happened, But I Can't Say a Word

Communication is extremely demanding in any industry. It is a huge challenge at any particular moment to find the best means and channels of communication and generate messages that will intrigue the target publics, without antagonizing anyone in the process. The challenge increases manifold in exceedingly standardized and regulated industries, industries whose communication channels have been almost completely severed with various regulatory decisions. The most drastic example in this case is the tobacco industry, but similar problems can also be found in industries dealing with pharmaceuticals and alcoholic drinks. This particular panel discussion will try to answer some of the questions troubling communicators in these "stigmatized" industries.

How can one communicate in a regulatory environment that forbids communication even though one's products are being sold and taxed? How can one tell a story about a product that cannot even be mentioned in public? How can one create and strengthen a brand without the help of the communication tools that are used in the creation of other brands? How can one overcome the set limitations and still remain within the boundaries of the existing laws and ethics? Is it hypocritical to generate an anti-smoking hysteria and at the same time charge enormously high taxes on cigarettes? How can one increase the sale of drugs without promoting over-consumption and addiction?

SUDJELUJU / PARTICIPANTS:**Davor Bruketa**
Kreativni direktor, Bruketa i Žinić
Creative Director, Bruketa i Žinić**Kristijan Gregorić**
Direktor marketinga i izvoza, Karlovačka pivovara
Marketing and Export Director, Karlovačka pivovara**Predrag Grubić**
Direktor korporativnih komunikacija, Adris grupa
Corporate Communications Director, Adris grupa**prof.dr.sc Feda Vukić****MODERATOR:****Mislav Togonak**
Zamjenik v.d. Urednika Informativnog programa,
Hrvatski radio
Deputy Acting News Program Editor, Hrvatski Radio**U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:**

DVORANA VIKENDICA / SUMMER HOUSE STAGE

Kako oglašavanje zaista funkcionira / How Advertising Really Works

Više na str. / More on page 19

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE

Upoznajte web startupe... / Learn About Web Startups...

Više na str. / More on page 49

SUBOTA 15.00 - 16.00 DVORANA VIKEND / SATURDAY 3pm - 4pm WEEKEND STAGE

Što je regija?

Tema je vezana za izazove s kojima se suočavaju kompanije koje posluju na tržišta regije. Raspadom višenacionalnih država i propašću socijalizma prije dva desetljeća stvorena je nova poslovna arhitektura Srednje i Istične Europe. Tržišta su širom otvorena kako za multinacionalne kompanije sa Zapada tako i za regionalne igrače. Svatko od njih morao se, tražeći prostore za rast i širenje poslovanja izvan matičnog tržišta, prilagoditi posebnostima drugih tržišta koje za njega čine određenu regionalnu cjelinu. Tako je i nastalo šarenilo regionalnih pristupa i samih definicija regije.

Na panelu svoja iskustva iz prekograničnog poslovanja razmijenit će predstavnici nekoliko regionalno najuspješnijih kompanija. Neka od pitanja o kojima će se razgovarati su: Kako definirati regiju, postoji li na našim prostorima jasno prepoznata regija i koje sve zemlje čine tu regiju? Je li uopće važno da postoji šira suglasnost oko toga koja tržišta čine neku regiju i kakva je njezina prepoznatljivost? Koje su specifičnosti pojedine zemlje unutar onoga što se naziva regijom? Po čemu se razlikuju tržišta regije koju čine zemlje bivše Jugoslavije, koliko su različiti uvjeti poslovanja i navike potrošača? Osjećaju li kompanije pri širenju na nova tržišta probleme zbog prošlih sukoba i događanja na ovim prostorima? Kako se nose s tim preprekama? Kako se kompanije i brandovi prilagođavaju različitim tržištima? Jesu li prilagodbe nužne samo u komunikaciji i obraćanju potrošačima ili i u samim proizvodima i načinu rada? Koja su najpotentnija tržišta regije? Koliko aktualna politička događanja utječu na poslovanje u regiji?

SUDJELUJU / PARTICIPANTS:**Dr. Alexander Gerschbacher**
Predsjednik Uprave, Karlovačka pivovara
President of the Board, Karlovačka pivovara**Jelena Krstović**
Asistent potpredsjednika za korporativne komunikacije, Delta Holding
Assistant to the Vice-president in charge of Corporate, Delta Holding**Dario Perković**
Direktor za JI Europu, Red Bull Adria
Director for SE Europe, Red Bull Adria**MODERATOR:****Hloverka Novak Srzić**
Novinar i mentor, HRT
Journalist and mentor, HRT
Mediana
Beyond numbers
U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKENDICA / SUMMER HOUSE STAGE

Javni servis servisira javnost / Public Service Serves the Public

Više na str. / More on page 34

What's a Region?

The issue concerns the challenges that the companies doing business in the region are faced with. With the breakdown of the multinational states and the downfall of communism two decades ago, new business architecture of the CEE emerged. The markets are now wide open to both multinational companies from the West and regional players. In the process of finding room for business growth and expansion outside the core market, every one of them has had to adapt to the special characteristics of the other markets that make a certain regional whole. All that has generated the current motley of regional approaches and definitions of what a region is.

At the panel discussion we expect the representatives of several of the region's most successful companies to share their experiences in cross-border business. The following are just some of the questions they will discuss at the panel: How can one define a region; is there a clearly outlined region in this particular part of the world, and which countries does that region include? Is it even important to have a wide consensus on which markets make a region and what that region's recognizability is? What are the specific characteristics of the countries included in what we call a region? What is the difference between the markets in the region, which comprises the countries of the former Yugoslavia; how different are the conditions for doing business or consumer habits? Are the companies having any problems when expanding into new markets because of the past conflicts and events in the region? How are they coping with such obstacles? In what way do companies and brands adapt to different markets? Are such adjustments necessary only in communication and addressing the consumers or are they needed for the products and the ways of doing business as well? What are the region's most potent markets? How much do the current political events affect the business in the region?

SUBOTA 15.00 - 16.00 DVORANA VIKENDICA / SATURDAY 3pm - 4pm SUMMER HOUSE STAGE

Javni servis servisira javnost

Što se danas događa s HRT-om? Što je novi Zakon o HRT-u, usvojen krajem 2010., donio HRT-u a što javnosti? Ima li nade da HRT postane javni medij kakv želimo i kakav nam treba? Postoji li danas javnost ili su danas aktivne mnoge javnosti i što je njima zajedničko prema HRT-u? Međunarodna medijska politika Evropske unije traži nove načine opstanka i funkciranja javnih medija uzimajući u obzir složene ekonomske prilike, križu, i recesiju, jačanje korporativnog novinarstva. Iako postoji javni konsenzus o tome da su javni mediji u svakom nacionalnom medijskom prostoru nezamjenjivi jer emitiraju sadržaje od javnog interesa kao što su kultura, znanost, ljudska prava, civilno društvo i slične koji su temelj demokratizacije javnog prostora, gledanost javnih televizija ipak je u stalnome je padu, a prevladava interes za komercijalnim sadržajima privatnih televizija. Opstanak javnih televizija osigurava se stabilnim financiranjem kroz pristojbe, a Evropska unija postavlja javnim medijskim servisima stroga pravila o načinu raspolažanja tim novcem pa je sukladno tome i Hrvatska, krajem 2010. godine donijela novi Zakon o HRT-u. Odgovornost mendžmenta i proizvođača programa je maksimalizirana, a javnost uključena više nego ikada prije. Što to donosi gledateljima i slušateljima, koji su to aspekti zakona koje hrvatska javnost treba znati, na koji način se javnost uključuje u planiranje i nadzor programa HRT-a?

Public Service Serves the Public

What is happening with the Croatian Radio and Television (HRT) these days? What has the new law on HRT, passed in late 2010, brought to the HRT, and what to the public? Is there any hope the HRT will become the public medium we want and need it to be? Do we nowadays have a single public or are there many active publics and what do they have in common when it comes to HRT? The European Union's international media-related policy has been looking for new ways of the public media's survival and functioning, considering the rather complicated economic circumstances, crisis, recession, strengthening of the corporate journalism. Even though there is a public consensus on the public media being irreplaceable in any national media space, seeing as they air content of public interest, including culture, science, human rights, civic society, etc. – all of which form the basis of the democratization of the public space – the public TV stations' ratings are nonetheless dropping constantly, while the viewers' interest in the privately-owned TV stations' commercial content is growing by the day. The survival of the public TV stations has been ensured through the stable fee-based financing. At the same time, the European Union has laid down certain strict rules regulating the way the said fees are managed; in line with that, in late 2010 Croatia passed a new law on HRT. The responsibility of the management and programming producers has been maximized, and the public involved more than ever before. What does all that bring to the TV viewers and radio listeners? What aspects of the law in question should the Croatian public know about? In what way can the public be involved in the planning and supervision of a broadcaster's program?

SUDJELUJU / PARTICIPANTS:

Viktorija Car
Članica Programskega vijeća, HRT
Member of the Programming Committee, HRT



Božena Matijević
Novinarka, Večernji list
Journalist, Večernji list



Nina Obuljen
Državna tajnica, Ministarstvo kulture
State Secretary, Ministry of Culture



Josip Popovac
Predsjednik Uprave, HRT
President of the Board, HRT

MODERATOR:

Prof.dr.sc. Nada Zgrabljić Rotar
Predsjednica Programskega vijeća, HRT
Chairman of the Programming Committee, HRT

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKEND / WEEKEND STAGE

Što je regija? / What's a Region?

Više na str. / More on page 33

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE

Radionica: Treba li Vaš biznis... / Workshop: Does Your Business Need...

Više na str. / More on page 43

SUBOTA 16.15 -17.15 DVORANA VIKEND / SATURDAY 4.15pm - 5.15pm WEEKEND STAGE

Show Me the Money!

U posljednjih nekoliko godina sport je postao business broj jedan u industriji zabave na globalnoj razini. Postaje li sport u regiji unosan business i tko će u tome profitirati? Gdje su tu sportaši i klubovi? Što se događa s vrednovanjem sportskih prava u regiji? Tko će preuzeti sportske prijenose? Koja je uloga agencija koje zastupaju TV prava i imaju li kompanije interes ulagati u sport?

Show Me the Money!

In recent years, sport has become the number one business in the entertainment industry on a global level. Is sport becoming a lucrative business in the region as well and who will benefit from it? Where are the athletes and clubs? What is happening in the field of distribution rights? Who will take over sports broadcasts? What is the role of TV rights agencies and what are the benefits to companies investing in sport?

SUDJELUJU / PARTICIPANTS:

Jure Košir
Predsjednik, Cm Sports
President, Cm Sports



Zdravko Mamić
Nogometni manager, Dinamo
Football Manager, Dinamo



Nataša Rapač
Operativna direktorka sektora za marketing za privatne korisnike, T-HT
Operating Director of the Sector for Private User Marketing, T-HT

MODERATOR:

Ivica Blažičko
Direktor, Sportska dimenzija
Director, Sportska dimenzija

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKENDICA / SUMMER HOUSE STAGE

Specijaliziraj se ili umri / Specialize or Die

Više na str. / More on page 36

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE

Konvergencija sadržaja / Content Convergence

Više na str. / More on page 37

SUBOTA 16.15 - 17.15 DVORANA VIKENDICA / SATURDAY 4.15pm - 5.15pm SUMMER HOUSE STAGE

Specijaliziraj se ili umri

Otkako se dogodila eksplozija besplatnog web sadržaja cjelokupna medijska industrija, a posebno tiskani mediji natjerani su u brze i snažne promjene te konstantne inovacije. U vremenu kada je medijski sadržaj besplatno dostupan online, magazini su, teorijski gledano, u usporedbi s dnevnim novinama u boljem položaju i manje osjetljivi na online kanibalizaciju čitateljstva jer se diferencirani od internet sadržaja urednički jasno koncipiranim, više analitičkim i manje vremenski osjetljivim sadržajem. Iako analize pokazuju da su globalno specijalistički magazini u 2009. imali jedan od najvećih padova i tržište im se smanjilo za 20%, u 2011. tržište magazina pokazuje blagi rast a u periodu od 2012. do 2015. se očekuje da će biti jedan od najbrže rastućih segmenata medijske industrije. Takve optimistične prognoze temelje se između ostalog na rastu tržišta tablet uređaja koji su idealne platforme za konzumaciju magazinskog sadržaja.

Svjetski trendovi govore da je za magazine ispravan put specijalizacija. Odgovara li isti put i dnevnim novinama te vrijede li ista pravila i na malim tržištima kakvo je Hrvatska i zemlje regije, odgovorit će nam sudionici ovog panela.

Specialize or die

Ever since the explosion of the free web content, the entire media industry, print media in particular, have been forced to make quick, major changes as well as continuous innovations. At a time when the media content is available online and for free, the magazines are, theoretically speaking, in a better position and less susceptible to the online cannibalization by the readership as compared to the daily papers. The reason lies in the fact that they are more differentiated than the online content, thanks to a clearly conceptualized, more analytical and less time-sensitive content. Even though analyses show that in 2009 specialized magazines had suffered one of the deepest plunges globally and their market decreased 20 percent, in 2011 the magazine market showed a mild increase. Moreover, it is expected that in the period between 2012 and 2015 magazines will be one of the fastest growing segments in the media industry. Such an optimistic outlook is based on the growth of the tablet market, among other things, as tablets are the ideal platforms for the consummation of the magazine content.

Global trends are telling us that the right thing to go in the magazine market is specialization. The participants of this particular panel discussion will try to answer if the same goes for the daily papers and if the same rules apply to small-sized markets such as those of Croatia and the countries in the region.

SUBOTA 16.15 - 17.15 DVORANA PRODUŽENI VIKEND / SATURDAY 4.15pm - 5.15pm EXTENDED WEEKEND STAGE

Konvergencija sadržaja

Konvergencija medija i kako se prilagoditi drastičnim promjenama u načinu konzumacije sadržaj jedan je od najvećih medijsko-tehnoloških izazova ovog stoljeća. Ubrzana evolucija medija, uzrokovana stalnim izmjenama u načinu njihove konzumacije, donosi nam cijeli niz promjena u svim industrijama koje na bilo koji način imaju dodira s medijima.

Ne samo da se, donedavno potpuno odvojeni, mediji spajaju, te se na razne načine jedni integriraju u druge, već se to isto događa i s biznisima poput telekoma, kablovskih operatera, proizvođača hardware-a, proizvođača sadržaja i internetskih kompanija, koji već neko vrijeme traže svoju poziciju, svjesni da više ništa neće biti kao prije.

Konvergenciju nije baš najjednostavnije definirati s obzirom da svi mi imamo neku svoju sliku o tome što bi to trebalo biti. Još teže je predvidjeti kuda nas trenutne promjene vode i što donose operaterima, proizvođačima, klasičnim medijskim kućama i svima drugima koji žele sudjelovati.

Stoga smo okupili neke od najutjecajnijih lidera u području novih medija i tehnologija, da zajedno pokušamo sagledati što nam ona donosi konvergencija kako se zapravo nositi sa svim onim dobrim i lošim stranama novodolazećeg medijskog doba.

Content Convergence

Convergence of media and how to adapt to drastic changes in content consumption is one of the largest media-technological challenges of this century. Accelerated evolution of media, caused by constant changes in the way they are consumed, brought a number of changes in all industries which, in any way, are in contact with or related to media.

Not only that, until recently, completely separated, different media are coming together and have started to integrate with each other in different ways. This is happening to various businesses - telecoms, cable operators, hardware manufacturers, content providers and Internet companies, which have been seeking their position, knowing that nothing will ever be the same.

Convergence cannot be defined easily, since we all have our own image of what it should be. It is even harder to predict where the current changes are leading us and what the tomorrow brings to operators, producers, traditional media companies and all others who wish to participate.

We gathered some of the most influential leaders in the field of new media and technologies, together to try and see what will convergence bring and how to deal with all those good and bad sides of the upcoming media age.

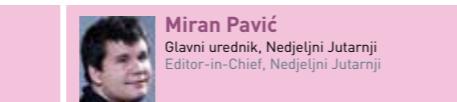
SUDJELUJU / PARTICIPANTS:



Josip Jagić
Glavni urednik, Business.hr
Editor-in-Chief, Business.hr



Goran Ogurlić
Glavni urednik, Večernji list
Editor-in-Chief, Večernji list



Miran Pavić
Glavni urednik, Nedjeljni Jutarnji
Editor-in-Chief, Nedjeljni Jutarnji



Miodrag Šajatović
Glavni urednik, Lider
Editor-in-Chief, Lider



Mislav Šimatović
Glavni urednik, Nacional
Editor-in-Chief, Nacional

MODERATOR:



Mislav Togonak
Zamjenik v.d. Urednika Informativnog programa,
Hrvatski radio
Deputy Acting News Program Editor, Hrvatski radio

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKEND / WEEKEND STAGE

Show Me the Money

Više na str. / More on page 35

DVORANA PRODUŽENI VIKEND / EXTENDED WEEKEND STAGE

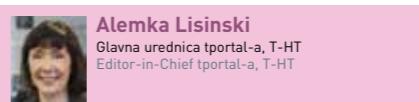
Konvergencija sadržaja / Content Convergence

Više na str. / More on page 37

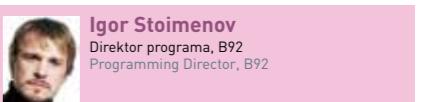
SUDJELUJU / PARTICIPANTS:



Adrian Ježina
Predsjednik Uprave, B.net
President of the Board, B.net



Alemka Lisinski
Glavna urednica portal-a, T-HT
Editor-in-Chief portal-a, T-HT



Igor Stoimenov
Direktor programa, B92
Programming Director, B92

MODERATOR:



Ante Magzan
Predsjednik Uprave, Adriatic Media
President of the Board, Adriatic Media

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKEND / WEEKEND STAGE

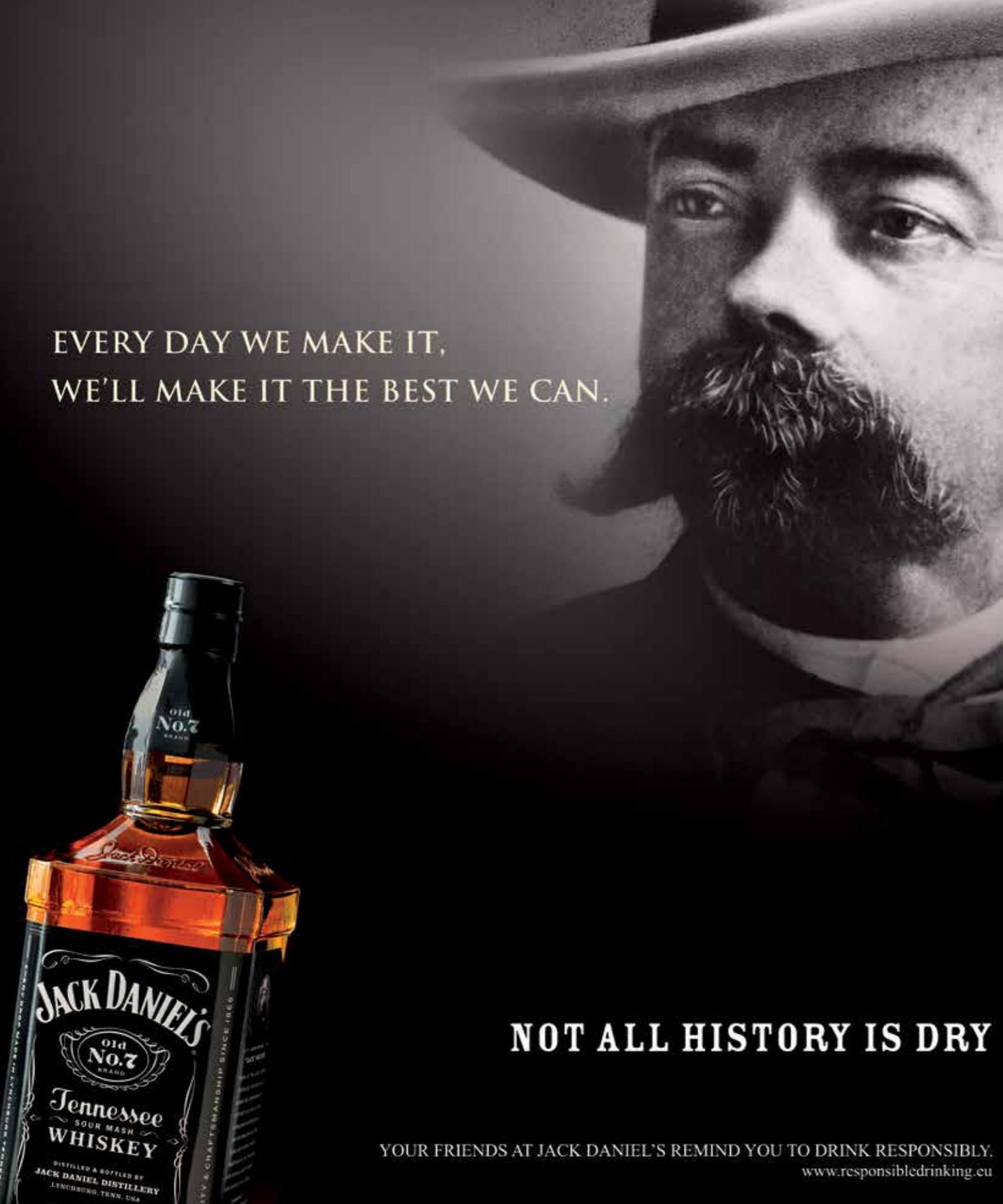
Show Me the Money!

Više na str. / More on page 35

DVORANA VIKENDICA / SUMMER HOUSE STAGE

Specijaliziraj se ili umri / Specialize or Die

Više na str. / More on page 36



EVERY DAY WE MAKE IT,
WE'LL MAKE IT THE BEST WE CAN.

NOT ALL HISTORY IS DRY

YOUR FRIENDS AT JACK DANIEL'S REMIND YOU TO DRINK RESPONSIBLY.
www.responsibledrinking.eu

WEEKEND
MEDIA FESTIVAL
2011



RADIONICE
& CASE STUDY
WORKSHOPS
& CASE STUDY

PETAK 10.00 - 12.00 DVORANA PRODUŽENI VIKEND / FRIDAY 10am - 12pm EXTENDED WEEKEND STAGE

Radionica: Stream & Project - Trending in New Media

Galerija 12 održat će radionicu u kojoj će demonstrirati aktualne mogućnosti i trendove iz područja media art-a, umjetnosti i tehnologije. Kroz kategoriju video mapiranja velikog formata, posjetiteljima će biti prikazani produkcijski mehanizmi i mogućnosti intervencija na pojedinačnim arhitektonskim cjelinama, kako u otvorenom tako i u zatvorenom prostoru. Jedan dio radionice će biti posvećen i mogućnostima i modelima interakcije publike i posjetitelja s projektiranim sadržajima.

Workshop: Stream & Project - Trending in New Media

Galerija 12 will hold a workshop to demonstrate the real opportunities and trends in media art, art and technology. Using the large format video mapping, Galerija 12 will show the participants the production mechanisms and the possibilities for intervening in particular architectural units, in both open and enclosed spaces. Furthermore, the workshop will also focus on the possibilities and models of the interaction between the audience and participants on one side and projected content on the other.

**Dorjan Kolundžija**Partner i suosnivač, Galerija 12, Srbija
Co-founder, Galerija 12, Serbia**Mitar Marinović**Partner i suosnivač, Galerija 12, Srbija
Co-founder, Galerija 12, Serbia

Diplomirao je primijenjenu grafiku na beogradskom Fakultetu primijenjenih umjetnosti, a zatim upisuje i završava Peck School of the Arts, University of Wisconsin-Milwaukee, Masters of Fine Arts, Design, Art and Technology. Radio je kao umjetnički direktor Beogradskog ljetnog Festivala (BELEF) 2008. i 2009., a 2009. radi i kao kreativni direktor novih medija u okviru Univerzijade u Beogradu. Kreativni je direktor Mikser festivala, te je trenutno angažiran na projektu Praško kvadrenale, kao Nacionalni kurator za srpsku nacionalnu postavku.

Predaje Nove medije na Fakultetu za umjetnost i dizajn Megatrend Univerziteta u Beogradu, i vodi Galeriju 12, studio za nove medije u Beogradu. Od 2007. godine radi kao umjetnički direktor KIOSK-a, platforme za suvremenu umjetnost. Sudjelovao je na mnogobrojnim samostalnim i grupnim izložbama u Srbiji i inostranstvu.

Od

2009.

angajažiran je kao izvanredni profesor na Univerzitetu Metropolitan gdje predaje nove medije, a od 2010. radi i kao direktor istraživanja i razvoja za Mikser Festival u Beogradu.

He

currently teaches New Media Arts at Metropolitan University Belgrade, runs Galerija 12 with partners and serves as Research and Development Director at Mikser Festival Belgrade.

PETAK 15.00 - 16.00 DVORANA PRODUŽENI VIKEND / FRIDAY 3pm - 4pm EXTENDED WEEKEND STAGE

Case Study: Internet prodaje! Pogledajte kako to rade odlikaši

2.7 milijuna ljudi koristi internet u Hrvatskoj,
1.4 milijuna Facebook korisnika u Hrvatskoj,
preko 7 milijuna Facebook accounta u regiji....

Svi koji razumiju ove brojke skočili su i plivaju! Kako nitko nije sveznajući pa tako ni odlikaši (pogotovo u području u kojem brzinu promjena nitko normalan ne može pratiti!), angažirali su stručnjake uz koje uče, odvojili su ozbiljne budžete i sad ubiru plodove.

Pogledajte neke od tih uspješnih primjera iz prakse.

Case Study: Internet Sells! Check Out How the Smart Ones are Doing it

2.7 million people use the internet in Croatia,
1.4 million Facebook users in Croatia,
over 7 million Facebook accounts in the region....

All those who understand these figures have already jumped in and are swimming! As nobody is all-knowing and omniscient, not even the smart ones (particularly as regards a field in which nobody in their right mind can track the speed at which the changes are happening!), they have hired experts that they can learn from, set aside serious budgets and are now reaping the benefits.

Check out some of those successful cases in practice.

**Saša Škorić**Menadžer digitalnog sadržaja, Omnicom Media Group, Hrvatska
Digital Manager, Omnicom Media Group, Croatia

Saša Škorić se zadnjih godina dana nalazi na poziciji Digital Managera u Omnicom Media Grupi. Gotovi svih dosadašnjih poslovi su bili vezani uz razvoj Internet poslovanja i tržišta novih tehnologija. Prije dolaska u OMG, bavio se razvojem online strategije za MTV na području bivše Jugoslavije, bio na poziciji Online direktora Oglasnik grupacije gotovo tri godine, a najduži radni staž ostvario u Vipnetu gdje je tijekom pet godina na poziciji Voditelja grupe Portali radio na razvoju web portofolia te tvrtke. Na prvom izdanju IdejaX festivala imao je čest biti predsjednikom žirija za dodjelu prvih hrvatskih nagrada MIXX za najbolje digitalne kampanje i elemente kampanja.

For the past year Saša Škorić has been a digital manager at the Omnicom Media Group (OMG). Almost all of his prior jobs have been connected to the development of the internet businesses and new technologies' market. Prior to his arrival in OMG, he worked on the online strategy development for the MTV in the former Yugoslavia region. He had also been Oglasnik Group's online director for three years; however, his longest spell was as the head of Portali Group at Vipnet, where for five years he had worked on developing the company's web portfolio. At the first edition of the IdejaX festival, he chaired over the jury that decided on the winners of Croatia's first MIXX awards for the best digital campaigns and specific campaign elements.

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKEND / WEEKEND STAGE

Mediji kao globalni brand / Media as Global Brands

Više na str. / More on page 15

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKENDICA / SUMMER HOUSE STAGE

Mediji / Media

Više na str. / More on page 16

SUBOTA 10.00 - 12.00 DVORANA PRODUŽENI VIKEND / SATURDAY 10am - 12pm EXTENDED WEEKEND STAGE

Radionica: Digitalni identitet

Do's and don'ts online nastupa, zakonitosti svakog od društveno-mrežnih kanala kroz koje se gradi digitalni identitet, studije slučaja i malih tvrtki i korporacija koje su uspješnim ili odvažnim nastupom ostvarile neke spektakularne rezultate, ali i nekih epic fail-ova.

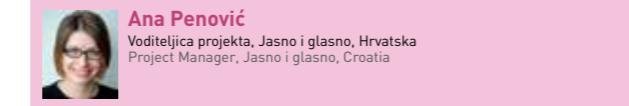


Boris Ličina Borja novinar je od 1994. godine, autor prve knjige o domaćoj blogosferi "Blogosfera i sve ostalo", vlasnik i jedini autor na sitemu/blogu borja.org koji postoji od 1999. godine, jedan od osnivača magazina Plan B u kojem je i kreativni direktor te zajedno s Anom Penović, osnivač tvrtke Jasno & Glasno, specijalizirane za online community management i proizvodnju sadržaja. Impresioniran internetom i od početaka i zanesen dot com boomom, zauvijek se vezao za ovaj medij eksperimentirajući s formom i formatima, tešći pritom diplomatske internetske vještine koje danas primjenjuje u svijetu online community managementa. U stvarnom svijetu je miran, tih i povučen.

Boris Ličina Borja has been a journalist since 1994. He has authored the first book on domestic blogosphere, titled "Blogosphere and Everything Else", and is the owner of and sole author on the site/blog borja.org, which has been in existence since 1999. He is also one of the founders of the magazine Plan B, in which he works as the creative director, together with Ana Penović. He has founded the company Jasno & Glasno, specializing in online community management and content production. Boris has been enthusiastic about the internet and the dot-com business since the very start. He has remained faithful to the medium in question by experimenting with form and formats, at the same time practicing his diplomatic internet skills that nowadays he uses in the world of online community management. In real life he is calm, quiet and introvert.

Workshop: Digital Identity

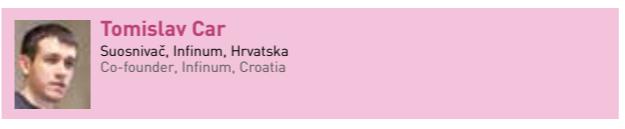
The do's and the don'ts of online appearance, the rules of any social and network channels through which one is building one's digital identity, case studies featuring both small-sized companies and large corporations that have achieved some spectacular results by making a successful or bold appearances as well as some epic fails.



Ana Penović informatička je novinarka koja se IT i telekom sektorom, ali i svim prekrasnim stvarima koje iz ove industrije proizlaze, bavi od 1999. naovo. Godinama je bila urednica vodećeg hrvatskog mobilnog magazina Moj Moby. Moreover, she oftentimes acts as a moderator at different panel discussions or conference host. Ana realized her life's dream by creating the magazine Plan B, which has been sailing the rough waters of the media for the past three years and which won Ana the award of the Croatian Journalists' Association. She also delights the readers with the special version of Plan B, which she does every day for the internet portal tportal [planb.tportal.hr]. Finally, Ana is especially proud of her new company Jasno & Glasno, which she founded together with Borja. In real life she is all but calm, quiet and introvert.

**Radionica: Treba li Vaš biznis svoju mobilnu aplikaciju?**

Zašto se u posljednje vrijeme diže toliko pitanja oko aplikacija za mobilne uređaje i treba li vaš posao svoju inačicu? Naši predavači će vam u brzorastući svijet mobilnih aplikacija, pokazati najbolje primjere iz regije i inozemstva te pokazati životni put jedne aplikacije od same ideje do prvih downloada i korisnika. Kako biti siguran da je vaša ideja ona prava? Koliko to košta i možete li zaraditi? Tko vam treba u timu? Na sva vaša pitanja odgovaraju iskusni predavači Admir Đozović, Tomislav Car i Luka Sučić. Powered by Hrvatski Telekom.



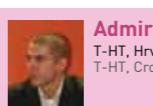
Suosnivač hrvatske tvrtke Infinum, koja se bavi dizajnom i razvojem mobilnih aplikacija, poput popularne HAK aplikacije za pomoć vozačima u prometu i aplikacije za news portal. Infinum je dosad razvio više od 35 mobilnih aplikacija za inozemne i domaće klijente i osvojio brojna priznanja na natječjima, od kojih je najpoznatija nagrada od 100 tisuća dolara na Samsung Global Developer Challenge.



Ekonomist koji nagnje tehnološkim temama i projektima, društvenim mrežama i njihovoj primjeni u poslovnoj praksi, web projektima te tržištu pametnih telefona i mobilnih aplikacija. Ponosan "early adopter", ovisnik o startup sceni kojoj po prirodi, ali i vokaciji pripada. Od nedavno u HT-sa do sada prikupljena znanja i iskustva testira u odjelu za tehnološki razvoj proizvoda i inovacije u Sektoru za marketinga za privatne korisnike.

Workshop: Does your business need its own mobile app?

Why are mobile apps such a big deal lately? Do your own businesses need their own mobile app versions? Our speakers will give you an overview of the fast-growing world of mobile apps, showcase the best examples from the region and abroad, as well as demonstrate an app's life cycle, from the initial idea to the first downloads and users. How can you be sure your idea is the right idea? How much does it cost and can you profit from it all? Who do you need on your team? Experienced speakers Admir Đozović, Tomislav Car and Luka Sučić will try to answer all your questions. Powered by Hrvatski Telekom.



Admir Đozović
T-HT, Hrvatska
T-HT, Croatia

Nakon prvih radnih iskustava na razvoju i unapređenju portala MojPosao, CentarNekretina, 4kotača (...) te rada u agenciji Imago, Admir je danas član marketinškog tima za privatne korisnike u Hrvatskom Telekomu. Odgovoran je za tehnološki razvoj proizvoda i inovacije, a vlastiti apetit za novim tehnologijama nalazi u projektima vezanim za mobilne aplikacije, IPTV i web.

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKEND / WEEKEND STAGE

CSR je (samo) PR / CSR is (just) PR

Više na str. / More on page 29

DVORANA VIKENDICA / SUMMER HOUSE STAGE

Mediji i tehnologija / Media and Technology

Više na str. / More on page 18

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKEND / WEEKEND STAGE

Što je regija / What's a Region?

Više na str. / More on page 33

DVORANA VIKENDICA / SUMMER HOUSE STAGE

Javni servis servisira javnost / Public Service Serves the Public

Više na str. / More on page 34

SUBOTA 17.30-18.30 DVORANA PRODUŽENI VIKEND / SATURDAY 5.30pm-6.30pm EXTENDED WEEKEND STAGE

Case Study: Uspješnice oglašavanja

Nacionalni festivali i nacionalna vrednovanja kreativnosti moraju se, osim s krizom, nositi s 'malom veličinom' nacionalnih tržišta i ograničenjima koje taj nedostatak donosi. Pri tome, svaka od zemalja regije ima svojih specifičnosti, kako u načinu kategorizacije, tako i u načinu izbora najboljih radova u tim kategorijama. Te će različitosti biti predstavljene kroz nagradjivane radove nacionalnih festivala kreativnosti Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Slovenije i Srbije. No, različitosti tržišta nisu jedina karakteristika koja ih opisuje, još su zanimljivije sličnosti koje ta tržišta povezuju. Jesu li sličnosti biti dovoljno privlačne i je li pravo vrijeme za regionalni festival kreativnosti?

**Ekrem Dupanović**Glavni urednik, Media Marketing, Bosna i Hercegovina
Editor-in-Chief, Media Marketing, Bosnia and Herzegovina

Ekrem Dupanović već četiri desetljeća radi u komunikacijskoj industriji. Radio je na najvećim komunikacijskim projektima u ex. Jugoslaviji, izdavač je i glavni urednik Media Marketinga, regionalnog magazina o oglašavanju i PR-u. Osnivač je No Limit Sarajevo Advertising Festivala, najprestižnijeg događaja u oglašivačkoj industriji BiH.

For four decades now Ekrem Dupanović has been actively involved in the communication industry. He has worked on the biggest communication-related projects in the former Yugoslavia; he is the publisher and editor in chief of the Media Marketing, region's advertising and PR magazine. He is the founder of the No Limit Sarajevo Advertising Festival, the most prestigious event in Bosnia-Herzegovina's advertising industry.

Case Study: Advertising Winners

Various national creativity-related festivals and evaluations have to cope with not only the ongoing crisis but also the "small amount" of national markets as well as all the restrictions that such a downside brings. At the same time, each of the countries in the region is specific, not only in the way it categorizes different works but also in the way they select the best works in each of the category. These specific characteristics will be presented through the works that have been awarded at the national festivals in Bosnia-Herzegovina, Croatia, Slovenia and Serbia. However, mutual differences are not the only thing shared by the said markets; even more interesting are the similarities connecting them. Are these similarities attractive enough and is it the right time for a regional creativity festival?

**Jelena Ivanović**Izvršna direktorka, IAA Serbia, Srbija
Executive Director, IAA Serbia, Serbia

Na poziciji izvršnog direktora srpskog ogranka International Advertising Association od januara 2011. godine. Ogranak u Srbiji centrala IAA nekoliko godina unazad proglašava jednim od najdinamičnijih u razvoju. Četiri godine provela je u redakciji marketinškog magazina TABOO, prvo kao novinar, a onda kao glavna i odgovorna urednica. Po obrazovanju diplomirani politolog za međunarodne odnose.

Jelena Ivanović has been the executive director of the Serbian International Advertising Association (IAA) branch since January 2011. The Serbian-based IAA has been voted one of the most dynamic branches development-wise for the past few years. She has also spent four years working on the editorial board of the marketing magazine TABOO, first as a journalist and then as the magazine's editor in chief. She holds a degree in international relations.

MODERATOR:

**Špela Levičnik Oblak**Direktorka, LUNA TBWA, Slovenija
Director LUNA TBWA, Slovenia

Špela Levičnik Oblak je direktorka agencije LUNA TBWA i regionalna direktorka TBWA CEEAdriatic. Ima više od 20 godina iskustva u oglašivačkoj industriji. U Luni TBWA radi od 2002. godine. Uz to, aktivna je članica SOZ-a (Slovenska udruga oglašivača). 2011 godine vodila je slovenski festival SOF.

Špela Levičnik Oblak, head of the agency LUNA TBWA and regional director of the TBWA CEEAdriatic, boasts over 20 years of experience in the advertising industry. She joined Luna TBWA in 2002. She is also an active member of the Slovene Advertising Chamber (SOZ). Back in 2001 she headed the Slovene Advertising Festival (SOF).

**Damir Ciglar**Direktor, Imago Reklamna Agencija, Hrvatska
Director, Imago Reklamna Agencija, Croatia

Damir Ciglar je osnovao Imago reklamnu agenciju iste godine kada je Hrvatska bila priznata kao samostalna država. Voli se praviti pametan i kreativan. Istini za volju, Damir ima par desetljeća kreativnih i marketinških iskustava, od kojih neka i u stranim (ali prijateljskim) državama, kao i nekoliko nedovršenih postdiplomskih studija (gdje ima iskustva i kao predavač), tako da ima i zrnce marketinške teorije.

Damir Ciglar founded the advertising agency Imago in the same year that Croatia's independence had been recognized. He likes to show off his creativity and be a wise guy. Truth be told, Damir boasts a few decades of experience creativity and marketing-wise; some of those years he spent in different foreign (but friendly) countries. He also has a few unfinished postgraduate studies (some of which he had even taught at), which means that he possesses a smidgeon of marketing theory as well.



...osvježava Weekend!

The Party



Masterpiece of nature

WEEKEND
MEDIA FESTIVAL
2011



PROMOCIJE
PROMOTIONS

PETAK 12.30 - 13.30 DVORANA PRODUŽENI VIKEND
FRIDAY 12.30pm-1.30pm EXTENDED WEEKEND STAGE

Kako povećati radijsko slušateljstvo

Na nizu uspješnih primjera iz europske prakse naučite kako izraditi pobjedničku radijsku strategiju i na taj način povećati broj svojih slušatelja.

- Kako ponovno pokrenuti brend na silaznoj putanji, pružiti dostojan otpor vodećem igraru na tržištu u borbi za srednjestručko slušateljstvo, te povećati broj dnevnih slušatelja s 400 tisuća na 1,8 milijuna;
- Najbolji primjeri iz prakse pokazat će vam kako iskoristiti vrhunsko istraživanje u cilju stvaranja uspjeha;
- Kako otkriti veliki, dotad nepoznat glazbeni format na prenartpanom tržištu, uspješno ga osvojiti i utrostručiti dnevni doseg sa 165 na preko 500 tisuća.

How to Grow Your Radio Audience

Learn from a number of European success stories how to create a winning radio strategy to grow your audience.

- How to re-launch a declining brand, give the market leader a fight for the mainstream audience, and grow the audience from 400' to 1,8 million daily listeners.
- Best practice examples will show you how to use state of the art research to create success.
- How to uncover a big, untapped music format in a crowded market, successfully win this format and triple the daily reach from 165' to over 500'.

PREZENTERI / PRESENTED BY:

	Björn Mohr Direktor programa i strategije, suosnivač kompanije, Radio Intelligence, Švedska Head of Programming and Strategy, Co-founder, Radio Intelligence, Sweden
--	---

	Ulf Tjerneld Potpredsjednik zadužen za izradu programa, Radio Intelligence, Švedska Vice President Programming, Radio Intelligence, Sweden
--	---

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKEND / WEEKEND STAGE
Oglašavanje 2020. / Advertising 2020

Više na str. / More on page 25

DVORANA VIKENDICA / SUMMER HOUSE STAGE

Free or Fee?

Više na str. / More on page 26

PETAK 17.00 - 17.30 DVORANA PRODUŽENI VIKEND
FRIDAY 5pm - 5.30pm EXTENDED WEEKEND STAGE

Prezentacija modela Nedjeljnog Jutarnjeg

Prezentacija Nedjeljnog Jutarnjeg i njegovih revijalnih izdanja : Dobra hrana, Svijet i najnovije izdanje koje će se na tržištu pojaviti 25.09., Dom i Dizajn.



Presentation of Jutarnji list's Sunday Edition

The presentation of Jutarnji list's Sunday edition and its periodicals: Dobra hrana, Svijet and Dom i dizajn, the latter being the latest edition that will hit the market on September 25th.

PREZENTERI / PRESENTED BY:

	Željka Klemenčić Novinarka, Jutarnji list, Hrvatska Journalist, Jutarnji list, Croatia
	Miran Pavić Glavni urednik, Nedjeljni Jutarnji, Hrvatska Editor-in-Chief, Nedjeljni Jutarnji, Croatia
	Ana Šarić Direktorkica prodaje oglašnog prostora, EPH, Hrvatska Advertising Sales Executive, EPH, Croatia

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

DVORANA VIKEND / WEEKEND STAGE
Više igraca, manje kolača.. / More Players, Less Cake..

Više na str. / More on page 27

DVORANA VIKENDICA / SUMMER HOUSE STAGE

Radio 365 dana kasnije / Radio 365 Days later

Više na str. / More on page 28

SUBOTA 12.15 - 13.15 DVORANA PRODUŽENI VIKEND
FRIDAY 12.15pm - 1.15pm EXTENDED WEEKEND STAGE

Upoznajte web startupe i kako mogu pomoći vašem brendu ili mediju

Startup, a posebice web startipi su tvrtke koje izuzetno brzo razvijaju svoje usluge, proizvode i rješenja tražeći put prema profitabilnosti, korisnike i partnerima. Oni su donosioci pravih inovacija koje ne brinu postojeća pravila i spremni su uzdrmati svako tržište pa tako i naše regionalno. Upoznajte web startupe koji vas svojim idejama i praksom neće samo potaknuti na razmišljanje, već pomoći u poslovanju.

SUBOTA 16.00 - 16.15, VRT
SATURDAY 4pm - 4.15pm, GARDEN

INdoor KREATIVAC - dodjela nagrada

Nakon tri mjeseca sakupljanja radova stručni žiri odabrao je najbolje.

Slijedi dodjela zaslужenih nagrada te proglašenje INdoor KREATIVCA 2011.

Družimo se uz šampanjac i jagode!



INdoor KREATIVAC - Award Ceremony

After three months of compiling submissions, the expert jury has chosen the best ones.

The award ceremony is next, along with the announcement of the INdoor CREATIVE ARTIST OF THE YEAR 2011.

Let's have some fun and enjoy some champagne and strawberries!

THE WALKING DEAD



OCTOBER 17TH

FOXCRIME



CHANNELS
BALKANS

WEEKEND
MEDIA FESTIVAL
2011

PARTY PARTY PARTY
EXTRA EXTRA EXTRA



JACK DANIEL'S



Četvrtak 22.09.2011.
od 23.00 - 03.00 h

DJ's / Tomo Ricov / Marek



soundset®

Nismo sigurni kakvog je okusa, ima li karakterističan miris, kako točno izgleda, ali u jednu smo stvar potpuno sigurni:

ZNAMO KAKO SREĆA ZVUČI !!!

Osjeti sreću na našem cocktail party...

petak, 23. rujan, 18:30, u Pepermint Klubu, WMF 2011



Više informacija na:

javno.hr
uvijek otvorenih očiju



Film Igora Stoimenova
A film by Igor Stoimenov

NOVO VREME

Petak, 20.00h | DVORANA VIKENDICA
Friday, 8pm | SUMMER HOUSE STAGE

PRLJAVO KAZALIŠTE

Šarlo Aikrobata

Krajem 70-ih godina prošlog stoljeća, u SFRJ se dogodila jedna od najvećih kulturnih revolucija – nastao je „NOVI VAL“, umjetnički pravac, koji je okupio mlade, kreativne ljude iz Ljubljane, Rijeke, Zagreba, Beograda i Novog Sada sa jednim ciljem: da vide koliko daleko mogući u provokaciji ustaljenog političkog establišmenta. Krenuo je val, koji je obuhvatio muziku, film, televiziju, primjenjenu umjetnost, modu, noćni život...

U filmu sudjeluju: Srdjan Šaper, Darko Rundek, Vlada Divljan, Jura Stublić, Piko Stančić, Koja, Srdjan Gojković Gile, Davor Gobac, Mirko Ilić, Nebojša Krstić

Narator: Nikola Djuričko
Redatelj: Igor Stoimenov
Proizvodnja: Absinthe production

BLOODY GOOD PARTY!

Neke tulume ne smijete propustiti ni za živu glavu. Bloody Good Party takav je tulum.

Izvrsna glazba, plesne točke koje dižu iz mrtvih te nastup

The Beat Fleeta osigurat će vam krvavo dobar provod.

Dvorana vrt - 23.9.2011. - 21.00

PEPERMINT KLUB

Heineken

Fresh Funk

PETAK 23.09.2011.

23-04h

DJ Tomo Ricov
DJ Renin Black

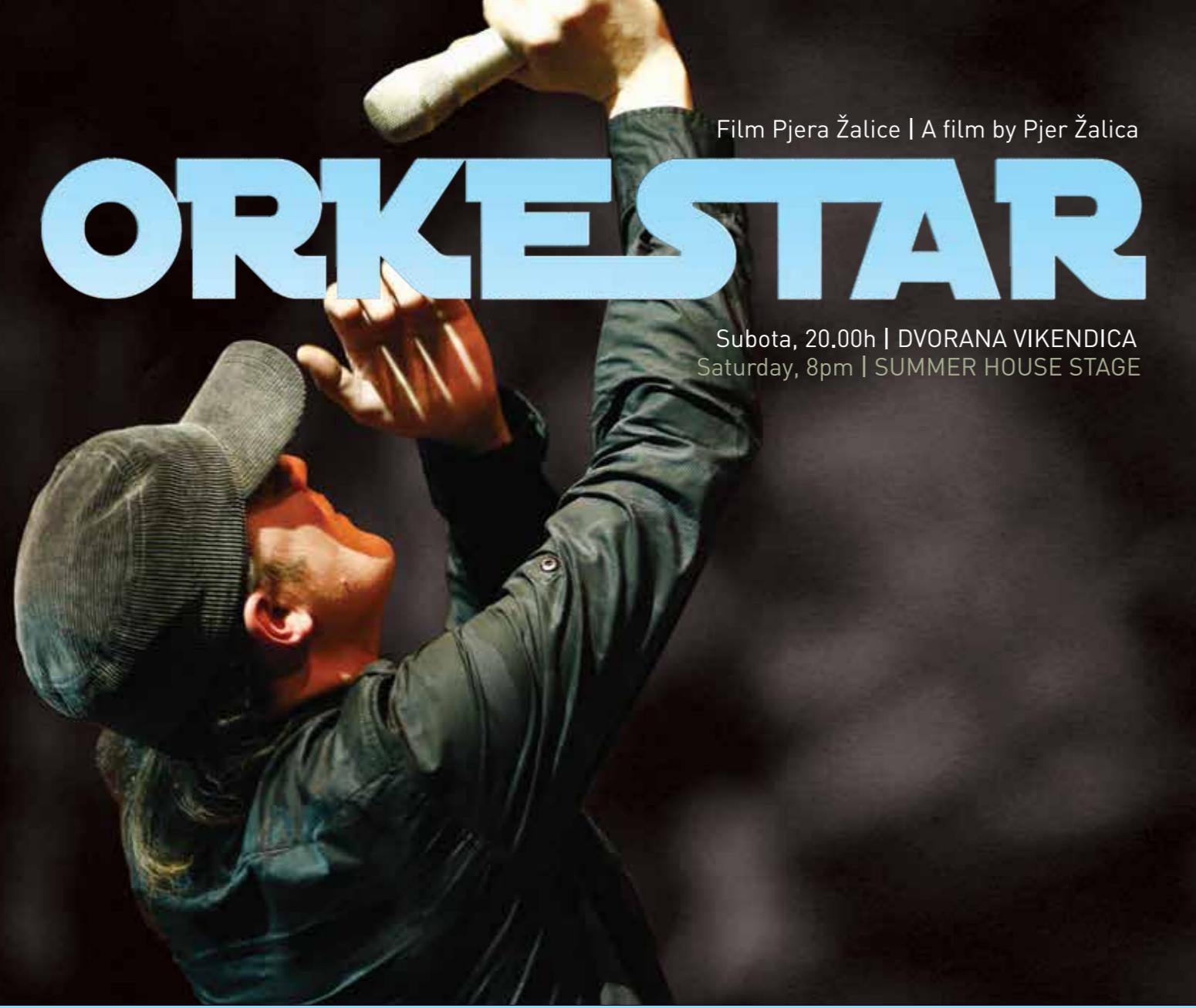


The
Party



Masterpiece of nature
cocktail party

subota | 18:30 | Pepermint klub



Film Pjera Žalice | A film by Pjer Žalica

ORKESTAR

Subota, 20.00h | DVORANA VIKENDICA
Saturday, 8pm | SUMMER HOUSE STAGE

Ovaj film predstavlja dokument o fascinantnoj 25-godišnjoj karijeri Saše Lošića i sarajevskog benda Plavi orkestar, te slikovito opisuje jedno vremensko razdoblje i generaciju koja je, usprkos činjenici da je svjedočila mijenjanju sustava vrijednosti, ostala odana samoj sebi. To je film o optimizmu, snazi i neuništivosti talenta, prijateljstva i glazbe.

U filmu se pojavljuje više od stotinu osoba koje su odigrale značajnu ulogu tijekom spomenutog razdoblja te su važne za kontekst filma. Među njima su brojni glazbenici, političari, umjetnici i novinari, te niz nepoznatih ljudi koji na najbolji mogući način dočaravaju emocionalnu kartu filma.

Scenarij za film potpisuje redatelj Pjer Žalica, dok je Saša Lošić suautor projekta. Produciju radi kompanija Refresh Production. „Orkestar“ je sniman u Ljubljani, Beogradu, Sarajevu i nekoliko europskih gradova.

Redatelj: Pjer Žalica
Proizvodnja: Refresh produkcija

This film represents a document about the fascinating twenty-five-years-long career of Saša Lošić and Sarajevo's band "Plavi orkestar", and describes a period and generation that lived through a change of system of values but also remained loyal to itself. This is a film about optimism, strength and indestructibility of talent, friendship and music.

‘Orkestar’ includes over a hundred personalities which are of significance for the period and the film's context, among which are numerous musicians, politicians, artists, and journalists, but also a lot of unknown people who portray in the best way the emotional map of the film.

The screenplay for this film is signed by director Žalica, whereas Saša Lošić is the co-author of the project. Film production is made by the Refresh Production. ‘Orkestar’ was filmed in Ljubljana, Belgrade, Sarajevo, and several European cities.

Director: Pjer Žalica
Production: Refresh produkcija

MTV ADRIA! nickelodeon

SEASIDE BASH!

UŽIVO!

JINX

ZEMLJA GRUVA

PEPERMINT KLUB @ WEEKEND MEDIA FESTIVAL

SUBOTA, 24. RUJNA OD 21:00 - 23:00

MTV.COM.HR | MTV.RS | MTV.SI



Македонски празници

Subota 24.09.2011. od 23h

Dvorana Vrt

Гејковски
KIRIL

POWERED BY:



PRISTOPIK



WEEKEND
MEDIA FESTIVAL
2011

CONTENT MARKET

CONTENT MARKET

chellocentraleurope
a Chellomedia company

chellozone
a Liberty Global company

www.chellozone.com

Chello Zone je vodeći međunarodni radio izdavač i distributer tematskih televizijskih kanala diljem Europe, Bliskog Istoka, Afrike i Azije. Njihovi kanali nude za svakoga ponešto, od drame, dokumentaraca, filmova do dječje i lifestyle televizije. Kompanija u svojem vlasništvu objedinjuje 5 brandova kanala: Zone Reality, Zone Romantica, Fantasy, Extreme Sports Channel i predškolski program JimJam. Chello Zone također sudjeluje u mnogim zajedničkim potvratima i upravlja programskim servisima u EMEA regiji, uključujući Outdoor Channel, Fook Network i Fine Livin Network sa Scripps Networks Interactive, kao i skup 6 britanskih zabavnih kanala sa CBS Studios International. Konsolidirani i zajednički programi dosežu široku publiku, od čak 160 milijuna kućanstava u više od 100 zemalja i na 25 jezika. Cello Zone je poslovni jedicica kompanije Chellomedia, vodeće međunarodne medijske kompanije, i europska divizija za medejske sadržaje kompanije Liberty Global, Inc.

Chello Zone is a leading international broadcaster and distributor of thematic television channels across Europe, the Middle East, Africa and Asia. With drama, factual, sports, movies, children's and lifestyle television, its channels offer something for everyone. The company owns a portfolio of five consolidated channel brands: Zone Reality, Zone Romantica, Fantasy, Extreme Sports Channel and preschool channel JimJam. Chello Zone also operates a number of joint venture and managed channel services in the EMEA region, including Outdoor Channel; Food Network and Fine Living Network with Scripps Networks Interactive; and a portfolio of six UK entertainment channels with CBS Studios International. The consolidated and joint venture channels reach audiences in more than 160 million homes across over 100 countries and in 25 languages. Chello Zone is a business unit of Chellomedia, a leading international media company, and the European content division of Liberty Global, Inc.

- customer oriented printing and binding services
- prepress, printing and binding »under one roof«
- comprehensive and flexible services
- superior quality
- renowned customers all over Europe
- more than 100 years of tradition
- ISO 9001, ISO 14001, FSC CoC
- Gourmand Award 2009 and several international awards for excellence in quality

We care about differences and are ready to help you realize your printing challenges in highest quality -
PRINT DIFFERENT!

- Usluge tiska i uveza za korisnike
- Grafička priprema, tisk i uvez, pod istim krovom
- Sveobuhvatne fleksibilne usluge
- Vrhunска kvaliteta
- Ugledni klijenti iz cijele Europe
- Više od sto godina tradicije
- ISO 9001, ISO 14001, FSC CoC
- Nagrada udruženja Gourmand International 2009. godine te niz međunarodnih nagrada za izvrsnost u kvaliteti

Stalo nam je do razlika i spremni smo vam pomoći u savladavanju izazova koje pred vas stavlja visokokvalitetni tisk - **TISKAJTE DRUGAČIJE!**


Gorenjski tisk storitve
Kontakt / Contact:
Gorenjski tisk storitve d.o.o.
Printing and Binding House
Mirka Vadnova 6, 4000 Kranj
Slovenia
W: www.go-tisk.si
E: info@go-tisk.si

Kontakt osoba / Contact person:
Mr. Bogdan Perhavec
T: +386 (0)4 20 16 364
F: +386 (0)4 20 16 304
E: bogdan.perhavec@go-tisk.si



Discovery Communications (NASDAQ: DISCA, DISCB, DISCK) je vodeća svjetska dokumentarna izdavačka kompanija koja doseže više od 1,5 milijardi kumulativnih pretplatnika u 210 zemalja. Discovery potiče ljudе da istražuju svoj svijet i zadovolje svoju znatitelju kroz više od 130 svjetskih mreža, na čijem je čelu Discovery Channel, TLC, Animal Planet, Discovery Science i Discovery HD, kao vodeći potrošački i obrazovni proizvodi, te nude raznoliki portfelj digitalnih medijskih usluga, uključujući HowStuffWorks.com. U Srednjoj i Istočnoj Europi, Bliskom Istoku i Africi, deset Discovery brendova doseže 141 milijuna kumulativnih pretplatnika u 105 zemalja s programom prilagođenim na 17 jezika.

Discovery Communications (NASDAQ: DISCA, DISCB, DISCK) is the world's #1 nonfiction media company reaching more than 1.5 billion cumulative subscribers in 210 countries and territories. Discovery empowers people to explore their world and satisfy their curiosity through 130-plus worldwide networks, led by Discovery Channel, TLC, Animal Planet, Discovery Science and Discovery HD, as well as leading consumer and educational products and services, and a diversified portfolio of digital media services including HowStuffWorks.com. In Central and Eastern Europe, the Middle East and Africa, 10 Discovery brands reach 141 million cumulative subscribers in 105 countries with programming customized in 17 languages.

TELEVIZIJA CLASSICUM d.o.o. is a privately owned company which produces the Klasik TV (www.klasiktv.com) channel. Klasik TV is a 24/7 IPTV & cable movie channel dedicated to feature movies, series, documentaries and animated features from the region of the former Yugoslavia. Launched at the end of October 2010, Klasik TV has become one of the top rated IPTV/Cable TV channels in Croatia. Klasik TV began distribution via Amos satellite on July 1 2011, and soon after entered the market of Bosnia and Herzegovina, starting its expansion to the other countries in the region with the goal to be present in all the markets of former Yugoslavia by the end of 2011. Klasik TV aims to be the main platform for promotion of local and regional content, including recent productions.

TELEVIZIJA CLASSICUM d.o.o. is a privately owned company which produces the Klasik TV (www.klasiktv.com) channel. Klasik TV is a 24/7 IPTV & cable movie channel dedicated to feature movies, series, documentaries and animated features from the region of the former Yugoslavia. Launched at the end of October 2010, Klasik TV has become one of the top rated IPTV/Cable TV channels in Croatia. Klasik TV began distribution via Amos satellite on July 1 2011, and soon after entered the market of Bosnia and Herzegovina, starting its expansion to the other countries in the region with the goal to be present in all the markets of former Yugoslavia by the end of 2011. Klasik TV aims to be the main platform for promotion of local and regional content, including recent productions.


Kontakt / Contact
Televizija Classicum d.o.o.
Palmotićeva 80/1
10 000 Zagreb
Web: www.klasiktv.com

Kontakt osoba / Contact person:
Maja Jelišić Cooper
maja@klasiktv.com
Tel. +385-1-777-20-30
Fax. +385-1-777-20-40

Kontakt / Contact:
Mihaits Starodubovs
Distribution Sales Manager
CEEMEA - South-Eastern Europe

W: +44 (0) 208 811 3464
E: mihaits_starodubovs@discovery-europe.com

Discovery Communications Europe Ltd
Chiswick Park Building 2,
566 Chiswick High Road, London W4 5YB
www.discovery-distribution.com



GBOX je projekt tvrtke Preon NT d.o.o., osnovane u Zagrebu, koja se primarno bavi programiranjem i razvojem poslovnih aplikacija, izradi grafičkih sučelja i sustava za baratanje multimedijom, te web programiranjem i dizajnom. Razvili smo vlastitu digital signage platformu koja na brojnim javnim lokacijama pokreće multimedijski sustav nazvan GBOX. Zamišljen kao centralno mjesto digitalne zabave za pojedinu lokaciju, GBOX emitira personalizirani zabavni program sa šarolikim izborom sadržaja (foto/video galerije, glazba i glazbeni spotovi, flash novosti, oglasne poruke i poruke lokacije), a po potrebi može korisnicima omogućiti i aktivno uređivanje sadržaja.

Preon NT d.o.o. is a company established in Zagreb and stands behind the GBOX project. GBOX featured services include programming and development of business applications, graphic interfaces, multimedia management systems and web programming and design. We have developed our own digital signage platform that runs the GBOX multimedia system in numerous public areas. Conceived as a central point of digital entertainment in a particular location, GBOX emits a personalized entertainment program with the variety of content (photo / video galleries, music, music videos, news flash, advertising messages, and location), and if necessary, can allow users to actively edit its content.

Orlando Kids (OK) je number one children's cartoon channel in the region. Since 2009. we broadcast our fully localized program on several different languages. We runned more than 1000 hours of program until today. Every year we have more than 300 hours of exclusive new content. We are highly promoted regionally and we have extensive back up on our web site in five different languages. The program we provide is offering the best combination of localized content, educational and entertaining – ideal environment for commercial communication. Our primary target are children from 5 to 14 years. Angel's fiends, Atomic Betty, Bunny Maloney, The Magician, Johnny Test, Iron Man, Hairy Scary, Wolverine... are part of our portfolio that consist from more than 40 different cartoons. In 2011. we launched our second channel named "Bambino" that targets pre school children from 2 to 6 years. Hello Kitty 3D, Bugtime Adventures, Lifeboat Luke and The Gloops are part of our Bambino portfolio.

Orlando Kids (OK) je najbolji dječji kanal za animirani film u regiji. Od 2009. emitiramo kompletno lokaliziran program na nekoliko stranih jezika. Do sada smo prikazali više od 1000 sati programa. Svake godine imamo više od 300 sati novog ekskluzivnog sadržaja. Izrazito smo regionalno orijentirani te imamo veliku podršku na našoj web stranici na pet stranih jezika. Program koji mi osiguravamo, pruža najbolju kombinaciju lokaliziranog sadržaja, edukacije i zabave – idealnog okruženja za komercijalne komunikacije. Naša ciljna skupina su djeca od 5-14 godina. Dio našeg portfelja koji sadrži više od 40 različitih animiranih filmova je Angel's fiends, Atomic Betty, Bunny Maloney, The Magician, Johnny Test, Iron Man, Hairy Scary, Wolverine... U 2011. pokrenuli smo naš drugi kanal pod nazivom Bambino koji je namijenjen preškolskom uzrastu u dobi od 2-6 godina. Dio Bambino portfelja su Hello Kitty 3D, Bugtime Adventures, Lifeboat Luke te The Gloops.


Kontakt / Contact:
Orlando Kids Zagreb
Medimurska 19
www.orlando-kids.tv

Kontakt osoba / Contact Person:
Nikolina Dvorski
Tel: +385 1 3909 092
Fax: +385 1 3909 099

Kontakt osoba / Contact person:
Bojan Basrak
E-mail: bojan@gbox.hr
Mob: +385 (0)98/410-792

CONTENT MARKET



Kontakt / Contact

Daniela Trtinjak Semenčić
Mob. +385 99 232 60 68
daniela.trtinjak@salsa-adria.hr

Salsa Adria Producije d.o.o
6. Podbrežje 17, 10020 Zagreb
Tel. Fax +385 1 6523 906,
Mob. +385 1 98 913 4354



Kontakt / Contact:

Danijel Tipura CEO, Bitch
tipity.hr@gmail.com
Preradoviceva 17.
10 000 zagreb
www.tipity.hr

Salsa festival jedinstvena je kulturno-zabavna manifestacija koja se svojom plesno-romantičnom tematikom savršeno uklapa u sliku Rovinja kao romantičnoga utočišta i ukupnu turističku ponudu Istre oplemenjuje drugaćijim sadržajem uz klasične filmske i kazališne festivalte te koncerte. Od svojih samih početaka 2005. godine festival privlači emocionalno involviranu publiku željnu putovanja i avantura, dobre zabave te kvalitetnog glazbeno-plesnog sadržaja. Publiku koja je spremna zbog tih svoji strasti doputovati ako treba i iz nama najudaljenijih kutaka svijeta. Zahvaljujući predanom dugogodišnjem radu te uspješnoj suradnji s partnerima festivala TZ i Gradom Rovinjem, te hotelskom kućom Maistra, danas je Croatian Summer Salsa Festival europska top plesna manifestacija na kojoj se mora biti te opravljano nosi svoj slogan - Unique Sea, Sun & Salsa event in Europe! Posjetite nas na Weekend Media Festivalu i postanite i Vi dio ove velike avanture!

Croatian Summer Salsa Festival is a weeklong premium and unique dance festival in Croatia and the whole East European region. It is an annual event which celebrates and promotes creativity, life, fun and good emotions through dancing. This international event is situated in a pearl of Adriatic coast - beautiful town of Rovinj where the festival activities are held in many open-air and closed venues throughout this beautiful city called „small Venice“ giving you a chance to taste the Mediterranean life while enjoying passionate and musical Cuban atmosphere. Enjoy life and salsa in the top world destination - Croatia. Preview our UNIQUE SEA, SUN & SALSA EVENT on Weekend Media Festival in Rovinj and be a part of the adventure!

TipiTV je video portal bez cenzure, a sakazam, satira, istina, kontroverzija, originalnost, zabava - su naše vodilje.

Suradnici portala su: Mario Petreković, Phat Phillie, Jura Blaze, Lucija Juroš i Dražen Kljajić - nažalost.

Izdvojeni projekti: Intervju s Pharrell Williams - voditelj Phat Phillie, svadba u sv.Ivan Žabno - voditelj Mario Petreković.

TipiTV is a video portal free of censorship. Sarcasm, satire, truth, controversy, originality and fun are our guiding principles.

Web site associates, unfortunately, include Mario Petreković, Phat Phillie, Jura Blaze, Lucija Juroš i Dražen Kljajić.

Our Featured Projects are: interview with Pharrell Williams – hosted by Phat Phillie and wedding in St. Ivan Žabno – hosted by Mario Petreković.

ZIGANTE tartufi®

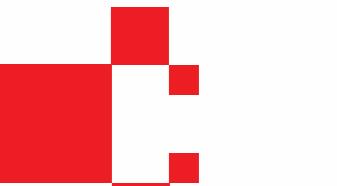
POSJETITE NAS U NAŠIM SPECIJALIZIRANIM TRGOVINAMA
VISIT US IN OUR SPECIALIZED SHOPS

BUJE • LIVADE • MOTOVUN • GROŽNjan • BUZET • KOPER

ORGANIZRAMO DEGUSTACIJE I POKAZNA TRAŽENJA TARTUFA
WE ARE ORGANIZING DEGUSTATION AND TRUFFLE HUNTING

RESTAURANT ZIGANTE
Livade 7, 52427 Livade, Tel: +385/(0)52 664 302, Fax: +385/(0)52 664 303
E-mail: info@livadetartufi.com

ZIGANTE TARTUFI d.o.o. • Portoroška 15 • 52460 Buje, Plovanija
Tel. +385/(0)52 777 409, 777 410 • Fax. +385/(0)52 777 111 • E-mail: office@zigantetartufi.com • www.zigantetartufi.com



Izvorno hrvatsko
Croatian Creation



Hrvatska kvaliteta
Croatian Quality



oglašavajte se iznad konkurenčije

Iskoristite sve prednosti ekskluzivnih medija Croatia Airlinesa:

- ➔ putni časopis
- ➔ red letenja
- ➔ program na video ekranima
- ➔ knjižica za djecu
- ➔ newsletter za putnike

Prema dogovoru možemo osigurati i različite druge vrste promocije vaših proizvoda i usluga (podjela letaka/poklona u zrakoplovu i sl.).

Više informacija na: tel. 01/616-0016, 01/616-0017
advertising@croatiaairlines.hr

www.croatiaairlines.com

Više od udobna leta

 CROATIA AIRLINES

A STAR ALLIANCE MEMBER 



HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA
CROATIAN CHAMBER OF ECONOMY



**Sve što ste oduvijek željeli isprintati,
a niste znali gdje**

Print Studio

01 600 8888 prodaja@printstudio.hr www.printstudio.hr

**POŠALJITE SVE
NA SVOJE MJESTO
JEDNIM POTEZOM.**



S NAMA JE SVE JEDNOSTAVNIJE.

Kompletna transportna i logistička rješenja u domaćem i međunarodnom prometu.

MEĐUNARODNI PRIJEVOZI (cestovni, avio, željeznički, pomorski) / EXPRESS DOSTAVA 24 / UGOVORNA LOGISTIKA / CARINJENJE

EXPRESS 24 062 500 500 prodaja@trast.hr www.trast.hr

Logistički partner Weekend Media Festivala

Trast
LOGISTIKA BEZ GRANICA

Obogaćeni NOVIM iskustvom.

KUTJEVSKA VINA, SIMBOL HRVATSKE VINSKE KULTURE ČJI POČECI SEŽU U DAVNU 1232. G. DONOSE NAM SASVIM NOVO ISKUSTVO: TRADICIONALNU PROIZVODNJU NAJKVALITETNIJIH VINA OPLEMENJENU NAJMODERNIJIM TEHNOLOŠKIM DOSTIGNUĆIMA 21. STOLJEĆA. BOGATSTVO OKUSA I VIŠESTRUKO NAGRADENU KVALitetu OD SADA MOŽETE DOŽIVJETI U SASVIM NOVOM RUHU.



GRAFIČKI
ZAVOD
HRVATSKE
UTEMELJEN 1874

Radnička cesta 210
HR-10000, Zagreb
info@gzh.hr | www.gzh.hr

AUDIO VIDEO LIGHTING RENTAL

ELDRA

www.eldra.hr

BARCO

EAW

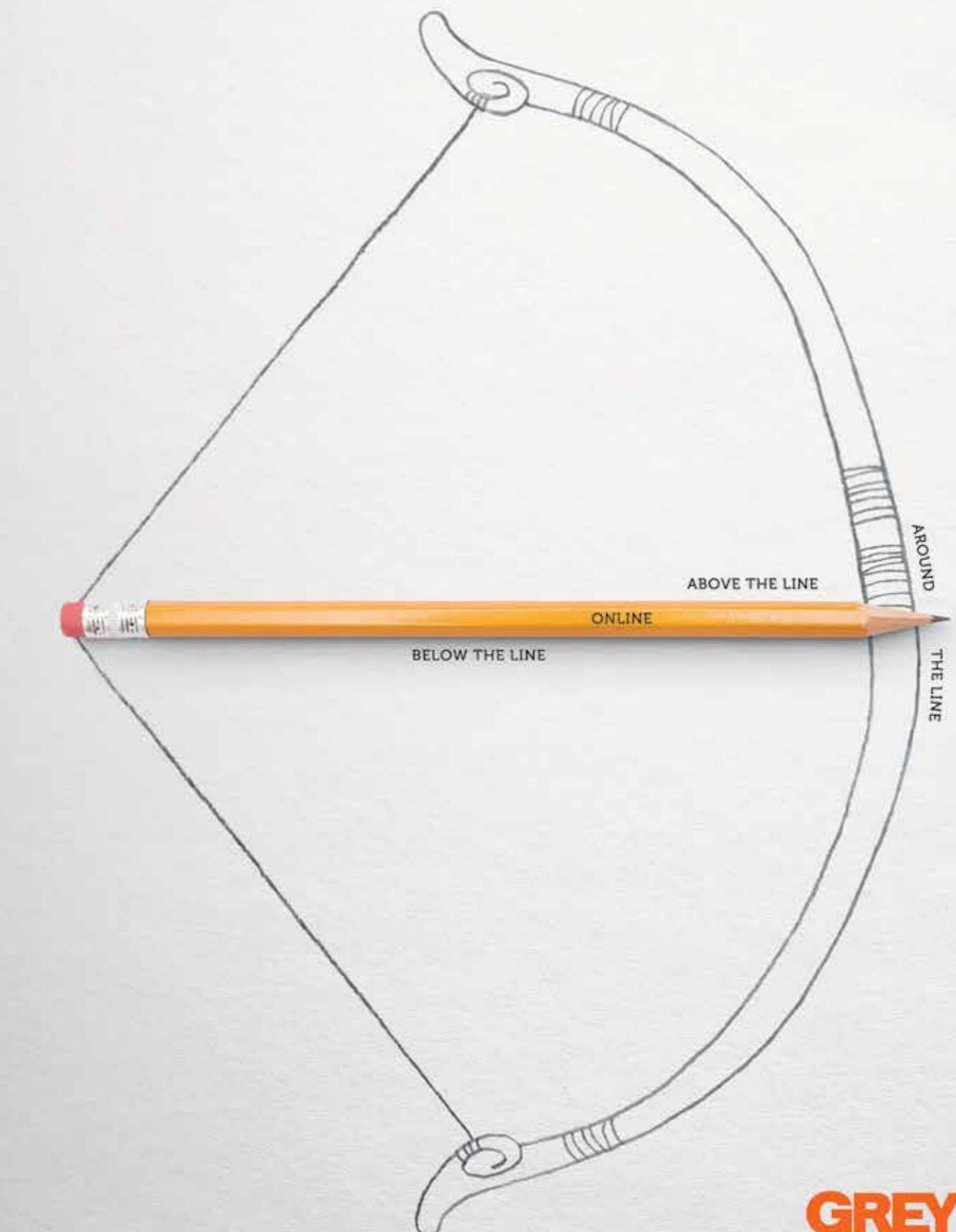
Martin

JVC
PROFESSIONAL

OMIDAS

G grass valley

NEC



GREY FAMOUSLY
EMEA EFFECTIVE
SINCE 1917

ginger

: by Malene Birger | Pedro Garcia | TARA JARMON | Hoss Intropia | CELYN b. | Pretty Ballerinas | Shirty bag



PIXSELL. SVE ŠTO TREBA VIDJETI.



Teslina 9, Zagreb

PIXSELL
WWW.PIXSELL.HR



Hrvatska udruga za odnose s javnošću
Croatian Public Relations Association

www.hujr.hr



HU^RA
CROATIAN ASSOCIATION OF
COMMUNICATIONS AGENCIES

PROMOTING THE VALUE OF AGENCIES
SINCE 1999

Prvi put je uvijek najbolje.



Dobra ideja može promijeniti sve.

idejaX⁰²

festival oglašavanja
11–12 svibnja 2012
www.idejax.com

ORGANIZATORI

HU®A
GOSPODARSKOINTERESNO DRUŠTVA ZA ŽIVOKOMUNIKACIJU

iab.^{croatia}

Destly

PUTUJTE
PAMETNIJE,
PUTUJTE
LUKSUZNIJE

www.destly.hr

Otkrijte drugačiju jesen



...na prvom i drugom.

HRT Hrvatska
radiotelevizija

RUŽA VJETROVA

SPOJILA IH JE OLUJA

SVI IH ŽELE RASTAVITI



PON-PET | 20:00

RTL
TELEVIZIJA



06.11.2011.





Digitalno: 29 kanal (538Mhz), MaxTv: 812 kanal, B.net: C-10, OptiTv: kanal 52



Ијуче. И сутра.

NACIONALNA GLAZBENA TELEVIZIJA





Media Prime Time (MPT) is a production house specialized for reality shows, large-scale variety programs, sitcoms and game/quiz shows.



The record label has emerged as the most successful in Southeast Europe. City has an unrivaled stable of popular artists and performers from the region.



Media System is a multi-faceted production design house, specializing in motion animation, set designs, corporate image, and advertisement production.



MGUM, the newest member of the PMG family, produces, distributes and markets the Stars chewing gum brand.



Pink Films International

The construction of the largest and most modern studio complex in Europe positions PFI's division of Pink International to become international film production powerhouses.



Airpink specializes in VIP and corporate executive aviation services, providing safe, secure and comfortable air transport.



Pink Digital System (PDS) is the region's largest legal CD/DVD replication facility.

PINK MEDIA GROUP

ENTERTAINMENT

The Pink Media Group (PMG) is the largest, private commercial broadcast entertainment and media group in Southeast Europe. The group's operations encompass: filmed entertainment production, radio and television broadcasting /production, satellite tv production, music recording, optical disc/media replication, executive/VIP aviation/nautical services, and education. PMG refers to eleven individual, legally and financially, independent companies.



SATELLITE CHANNEL PACKAGE

ALL CHANNELS, ONE PACKAGE.



POP NON STOP is the first Slovenian Pay-TV package that brings all the best content in one package, since it includes 6 new channels for every taste:

POP KINO, POP KINO 2, POP BRIO, POP FANI, POP OTO and POP SPOT.

This infinite package of entertainment offers the best movies, the newest series, popular local shows, the first Slovenian channel with synchronized cartoons, and a big selection of music hits.

federalnaTV

federalnaTV

federalnaTV

federalnaTV

federalnaTV

federalnaTV



гледај!

Гундулићева 33
78 000, Бања Лука
+ 387 51 348-248



Now you get only popcorns to choose.



KANAL 5 TV
R. Macedonia

www.kanal5.com.mk



 **europakat**

10 MILIJUNA PRIMJERAKA U SRPNJU

Tiskane naklade dnevnika, tjednika i ostalih izdanja Styrije u srpnju su dosegle nevjerojatnih 10 milijuna primjeraka, što nas je potvrdilo kao najjaču medijsku kuću u Hrvatskoj.



content company :**STYRIA** *Najjača medijska kuća u Hrvatskoj*

GODIŠNJA NAGRADA ZA NAJBOLJE KREATIVNE RADOVE
NA INDOOR MEDIJIMA TE MEDIJIMA NA PLAŽAMA
DODJELA NAGRADA ▶ WEEKEND MEDIA FESTIVAL 2011.

powered by

ADCC & **B1 PLAKATI**

IN
door
KREATIVAC
2011.
GODINE

komunikacija s ciljem



lifestyle



lifestyle

časopisi

COSMOPOLITAN

MensHealth

sensa

MAGAZIN ZA SRETNJI ŽIVOT

sensa

sretna hrana

Moje dijete

burda

StoryBook

ELLE

ELLE

DECORATION

moji LJEPEZI

vrt

Čarolija okusa

Lisa

Story

vjenčanja

Cvijeće

NATIONAL GEOGRAPHIC

TRAVELER

NATIONAL GEOGRAPHIC

HRVATSKA

Moj stan

internetski portali

Story.HR

sensa

club

R

roditelji.hr

CRO

PORTAL

.NET

COSMOPOLITAN.hr

NATIONAL GEOGRAPHIC.com.hr

vjenčanja.hr

business2business izdavaštvo

B4B

PUBLISHING

EDITE MEDEA

AM
adria media
www.adriamedia.hr

Najbolji **WEEKEND** je vikend uz
Jutarnji LIST

Jutarnji list

Već 52 godine
čitatelji najviše
vjeruju novinama
s faktorom **iks***

* iskustvo, kredibilitet, stručnost

Izvor: IPSOS puls, veljača, 2010. CATI (nacionalno).

**Večernji
list**
Želim znati, volim čitati.

BILO JE OVO IDEALNO LJETO.



RASHLADENI



OPUŠTENI

in & out Vrijeme je za pretplatu | Instinkt nije dovoljan
Sve što Vam treba | Što čitaju uspješni
za uspjeh... menadžeri

Poslovni dnevnik
Dnevnik poslovne kulture i ekonomije



INFORMIRANI

www.poslovni.hr

*potvrđeno prosječno 70.000 čitatelja dnevno tijekom ljeta

Poslovni dnevnik

Instinkt nije dovoljan.

KOJE DNEVNE NOVINE LJETI RUŠE SVE REKORDE ČITANOSTI?

ZA ODGOVOR IMATE SAMO **DVADESET ČETIRI SATA**.

Ljeto je vrijeme kada se novine najviše čitaju, a vaši oglasi najviše primjećuju! 24sata, najčitanije hrvatske novine u srpnju su ostvarile rekordnu prosječnu dnevnu nakladu od čak **220.000** primjeraka (170.000 prodanih + 50.000 popodnevnih promotivnih), što znači da ih je svakodnevno čitalo više od milijun ljudi! Dodamo li tome posjetitelje 24sata portala i gledatelje 24sata TV-a, dolazimo do impresivne brojke od milijun i pol korisnika svaki dan!

1,500.000 KORISNIKA SVAKI DAN

PRINT | WEB | TELEVIZIJA | MOBILE

www.24sata.biz



Nagradna igra Novog lista

ŠOPING IZ SNOVA

Od petka,
23. rujna!

Osvoji
50.000 kn
za šoping u
Tower centru Rijeka



NOVI LIST

TOWER CENTER RIJEKA
Shopping Fun & Leisure

LIDER

NOVINE ZA AMBICIOZNE



Najprodavan

Prosječna tjedna prodana naklada: 6
Prosječan broj pretplatnika: 5.300*

* Lider su prve poslovne novine koje su od međunarodnog priznatog sustava revizije naklade ABC-a Hrvatske dobile certifikat za prodanu nakladu.



Best Buy Award u kategorii

'poslovni magazin'
Zaposleni hrvatski građani smatraju
tjednik Lider nudi najbolji omjer izme-
cijene i kvalitete, odnosno da je kupnja
Lidera, kad je riječ o poslovnim novinama,
nezbjeljiva kupnja.*

* prema GfK-ovoj istraži

A group of six business professionals (three men and three women) in formal attire are gathered around a laptop computer, looking down at it together with a focused and collaborative expression. The background is plain white.

www.poslovni-savjetnik.com

Utjecajni čitatelji

Prosječan broj čitatelja po broju: 24.4
Doseq: 50.268

- 67 posto čitatelja ima natprosječne osobne prihode, a od toga više od 15 posto primanja veća od 10.000 kn*
 - 16 posto čine menadžeri, direktori i vlasni 31 posto stručnjaci (lječnici, odvjetnici, finansijski stručnjaci i sl.), a 11 posto zaposlenici u državnim ustanovama, službama i agencijama

* Media Puls 2010 / Brand Puls

www.liderpress.hr - četvrta web stranica s najvećim postotkom publike s neprimanjima većima od 6.000 kn*

* prema istraživanju qemiusAudi

6.500 sudionika iz svijeta biznisa i
Liderovim konferencijama

**poslovni
savjetnik** •com
CENTRALNI POSLOVNI PORTAL



...mnoštvo misija i vizija, priča o uspjesima i padovima, na tisuće junaka i antijunaka, a samo jedan redatelj...

business.hr

BANKA
www.bankahr

Naslovica

Magazin

Financije i biznis

Multimedija

Projekti

Indeks sreće

Tržište osiguranja

EU fondovi

Novi model rasta

Analiza mirovinskog sustava

Hrvatska ICT industrija

Web shop

/ Svaki dan poslovne e-vijesti iz Hrvatske, regije i svijeta /

/ Svaki tjedan pregled vijesti iz financija i s tržišta kapitala /

/ Svaki mjesec Banka na vašem stolu /



nacionalni
indeks **sreće**

AMS

Poslovni
FORUM

ICT

TRŽIŠTE OSIGURANJA

EU
FONDLOVI

Pretplatite se na Banku i postanite član Kluba Banka.
besplatni telefon 0800 22 95 :: tel: 385 1/4882-600, 4882-576 :: faks: 385 1/4843-083, 4843-929
www.bankahr

Aktual SVAKI UTORAK
PROVJERENO - TJEDNIK SVIH TJEDNIKA
150 stranica 15 kn



PLAN B

www.planb.com.hr
planb.tportal.hr



CITY MAGAZINE
Besplatan magazin za urbani životni stil

www.citymagazine.hr

www.citymagazine.si

www.citymagazine.rs

GET A LIFE

BIZdirekt

Izabrali smo najbolje!

Poslovni časopis BIZdirekt putem tri regionalna izdanja besplatno prima 12.000 vodećih hrvatskih poduzetnika i managera među kojima su i najuspješniji odvjetnici, arhitekti, javni bilježnici, političari, privatni liječnici te ostali uspješni gospodarstvenici.

mirakul d.o.o. | www.mirakul.hr | marketing@mirakul.hr | t: +385 31 210 198

Maribor, 8. 9. 2011

Ljubljana, 15. 9. 2011

Gozd Martuljek, 22. 9. 2011

Celje, 29. 9. 2011

Dolenjske Toplice, 6. 10. 2011

Nova Gorica, 13. 10. 2011

Ljubljana, Cankarjev dom, 26. 10. 2011



2011

Spodbujamo rast.

www.gazela.com

ekskluzivni telekomunikacijski partner



zlata pokrovitelja



ekskluzivni avtomobilistični partner



častna pokrovitelja



Javna agencija Republike Slovenije za projektno in tehnološko razvojno podprtje in podprtje za podjetnike in tudi investicije

medijski partner

Ministrstvo za gospodarstvo
Republika Slovenija

sponzori



Ljudi koji vole Press vole da čitaju!

REVLA Pressmagazin Kofler TV
TopSpeed Zivot Olimpijska revija

Novi Press za novo doba, novi dodaci - stara cena

30 dinara

Press UVEK DAJE VIŠE



Прочитај повеќе.

**НОВА МАКЕДОНИЈА**
ПРВИОТ МАКЕДОНСКИ ДНЕВЕН ВЕСНИК
www.novamakedonija.com.mk

Novine
koje odolijevaju
svim izazovima!

**Dnevni list
sa provjerjenim
rezultatima!**



MARKETINŠKI UDŽBENIK GODINE

MARKETINŠKA KNJIGA GODINE

TABOO 2011
Marketinški događaj godine
Beograd, 15 - 18. novembar 2011.

MARKETINŠKA LIČNOST GODINE

MARKETINŠKA LIČNOST DECENIJE
OSTVARENA DOSTIGNUĆA NA MARKETINŠKOJ SCENI SRBIJE
www.taboomagazine.org



COLOR
PRESS
GRUPA

CUSTOM
PUBLISHING
SERVICES

am
ATTICA MEDIA SERBIA

11000 Belgrade, Kozjačka 2

Tel. +381 11 264 84 32, +381 11 264 48 32

Fax +381 11 264 84 57

office@atticamedia.rs

telenor
KONTAKT

 **TREND**

FASHION&FRIENDS
magazine

Pepsico **novine**
PEPSICO ZAPADNI BALKAN KORPORATIVNE



NATIONAL
GEOGRAPHIC
SRBIJA

sensa
MAGAZIN ZA SREĆNIJI ŽIVOT

COSMOPOLITAN

ELLE Men's Health

Story

MAMA

Lisa

Moj stan

bašta



Z NAMI VAM
NIKOLI NI
DOLGČAS!

YOU WILL
NEVER BE BORED
WITH US AROUND!

ELLE Nova COSMOPOLITAN Story Stanovanje MOJE sensa
avto magazin Lea PLAYBOY Lisa Čarovnija okusa Mojvrt



AM Ljubljana, d. o. o., Volenjakova 3, 1000 Ljubljana



JANA Lady STOP Obrazi Smrkla eva Anja VITKA Anja RECEPTI MODNA ambient Doma Roze & VRT KIH Ladykriticke Lady

Капитал...
само искрјата и капитал, се друго е пари...



Kapital Business Magazine



Kapital Special Editions



www.kapital.mk



Kapital Daily Newspaper



+389 2 3298 110



kontakt@kapital.mk



@KapitalMediaGr



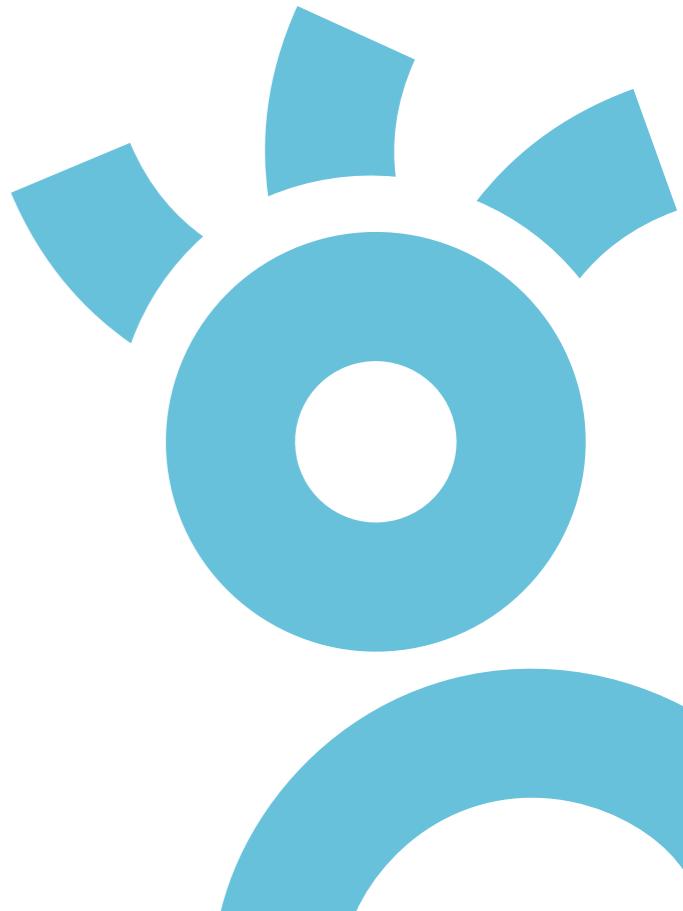
Kapital

KAPITAL MEDIA GROUP

GINGER

New media experience.

facebook.com/gingernet.hr
twitter.com/ginger_net
www.gingernet.hr



VIŠE DOBRE GLAZBE.

PRVA PRAVA PROGRAMSKA MREŽA.



8 RADIJSKIH POSTAJA.

8 URBANIH PODRUČJA.

2 MILIJUNA SLUŠATELJA.

I VAŠ OGLAS: NACIONALNO ILI LOKALNO, ILI OBOJE :)

WWW.TOTALNIFM.HR
NACIONALNA RADIJSKA MREŽA



NOVI RADIO (ĐAKOVO) 99.5 MHz

ZAGREBAČKI RADIO 99.0 MHz 97.0 MHz

RADIO GIARDINI (PULA) 87.7 MHz

RADIO RIVA (SPLIT) 93.6 MHz 96.8 MHz 99.3 MHz

RADIO VELIKA GORICA 94.9 MHz

RADIO SISAK 89.4 MHz 93.1 MHz

PRIMORSKI RADIO 104.2 MHz 96.5 MHz 103.2 MHz

RADIO AKTIV (VARAŽDIN) 100.3 MHz



- Zastupamo medije s najvećim dosegom slušatelja u Hrvatskoj
- Jedini u sustavu praćenja radijskog oglašavanja - Radio AdEx (Advertising Expenditure)
- One stop shop za radijsko oglašavanje - kompletna client service usluga
- Nositelj Effie nagrade za 2010. - kampanja „Ljubavnica“ na Anteni Zagreb
- Partner Radio Advertising Bureau-a (RAB)
- Strateški partner IdejeX 2011, nacionalnog festivala oglašavanja
- Partner Weekend Media Festivala 2010. i 2011.

Želite li doseći?

2,1 milijuna slušatelja tjedno*
Web dnevno 250.000 posjetitelja

*Antena Zagreb, Narodni radio, Totalni FM i Media Servis ukupno
Izvor: MEDIAPULS, siječanj - srpanj 2011., 10-74

RADIO INFUZIJA

ILI NEKA SVIRA RADIO

početnica za radijsko oglašavanje

KREATIVNI RADIO



- Zašto i kako koristiti radio pri planiranju medijskog miksa?

- Što jamči uspjeh radijskih oglasa?

- Kako doprijeti do slušatelja?

- Što znači "dobar radijski spot"

Narudžbu uputite na:

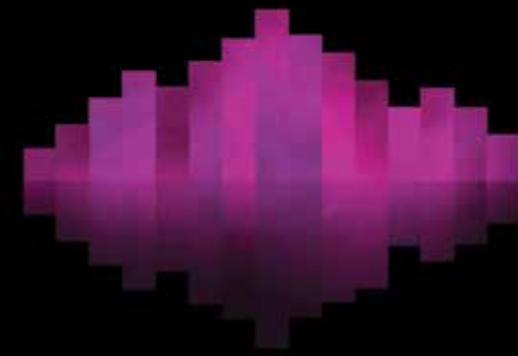
Daria.Loops@media-mix.hr

Tel. 01 6690 675

NABAVITE
SVOJ
PRIMJERAK
ODMAH!



SNAŽA ZVUKA



soundset®

najveća radijska mreža

NAMAJE GLAZBANA PRVOM MJESTU!



JEDNOSTAVNO NACIONALAN.





105.2 FM RADIO BUBAMARA

WWW.RADIOBUBAMARA.COM.MK

Antenna 5
RADIO NETWORK
MACEDONIA

SKOPJE	95.5 MHz
GEVGELIJA	89.2 MHz
VELES, BITOLA, PRILEP	91.9 MHz
OHRID	92.0 MHz
KICEVO	95.5 MHz
BEROVO, NEGOTINO, KAVADARCI	97.9 MHz
STRUMICA	100.5 MHz
STRUGA	103.3 MHz
DOJRAN, VALANDOVO	104.2 MHz
KOCANI, STIP	104.8 MHz
MAVROVO, KRATOVO	105.5 MHz
KRUSEVO, KUMANOV, D. KAPIJA	106.3 MHz
TETOVO, GOSTIVAR	106.9 MHz

www.antenna5.mk

ANTENNA 5 RADIO NETWORK MACEDONIA
NO. 1 HIT MUSIC RADIO STATION

tportal.hr

Sa svih strana!

index ROUGE
www.index.hr/rouge

IZREŽI I POŠALJI

PITANJA I ODGOVORI

Pitanje:

**KAKO USREĆITI
MUŠKARCA?**

KOGA BI RI GA
TOČAN ODGOVOR.

868 tisuća
stvarnih posjetitelja

45.32%
doseg

net.hr

51% 49%

182 milijuna
pričazanih stranica

DNEVNIK.hr
Sada.Ovdje.Uživo.

u moru portala uhvatite najbolje...

izvor: genius audience Sputnik 2011

javno.hr

uvijek otvorenih očiju

njuskalo.hr

GLAVNA NJUŠKA MEĐU OGLASNICIMA

2:04am

(Drugi export kataloga, u prvom pulču Orkestar)





SVJEŽE IDEJE

Pepermint, Heinzelova 62a, 10000 Zagreb
Tel. +385 1 2359 172 | Fax +385 1 4651 709

Direktor festivala / Festival Director

Tomislav Ricov
tomo.ricov@weekendmediafestival.com



Izvršni direktor i producent / Managing Director and Producer

Boris Kovacek
boris.kovacek@weekendmediafestival.com



Izvršna direktorka i sponzorstva / Managing Director and Sponsorships

Zelda Bećirević
zelda.bećirevic@weekendmediafestival.com



Direktor programa / Program Director

Nikola Vrdoljak
nikola.vrdoljak@weekendmediafestival.com



PR direktorka / PR Director

Martina Pintaric
martina.pintaric@weekendmediafestival.com

Koordinatorica programa / Program Coordinator

Petra Čakarun
petra.cakarun@weekendmediafestival.com

Koordinatorica PR / PR Coordinator

Amadea Mladina
amadea.mladina@weekendmediafestival.com

Prijem uzvanika / Hospitality

Mirella Fuček
mirella.fucek@weekendmediafestival.com

Programski savjetnik / Program Advisor

Iva Biondić
iva.biondic@weekendmediafestival.com

Direktor tehnike / Technical Director

Andraš Trkulja
andras.trkulja@weekendmediafestival.com

Art direktor / Art Director

Marin Rajčić
marin.rajic@weekendmediafestival.com



www.weekendmediafestival.com

SURADNICI / ASSOCIATES

Nina Marić
Željka Zrnić
Petra Tomašegović
Anja Belobrk
Ana Jelušić
Vedran Vereš
Maja Žigić
Iva Šunjić
Dalibor Franjković
Senka Kulenović
Marija Lukić
Damir Stupnišek
Jan Jerić
Dražen Seifert
Hrvoje Jelinic
Adis Terzić
Enisa Jelečević
Igor Cenić
Martina Matušin
Lidija Blažičko
Lejla Softić
Ana Brković
Bojan Kocovski
Nevena Cvetic



HVALA / THANKS

Mimi Sejkeroska
Ivan Stanković
Bojan Hadžihalilović

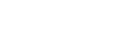
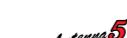
PARTNER FESTIVALA

DigitelKomunikacije

SPONZORI



PRIJATELJI



A
ADRIS
g r u p a
GENERALNI POKROVITELJ

