



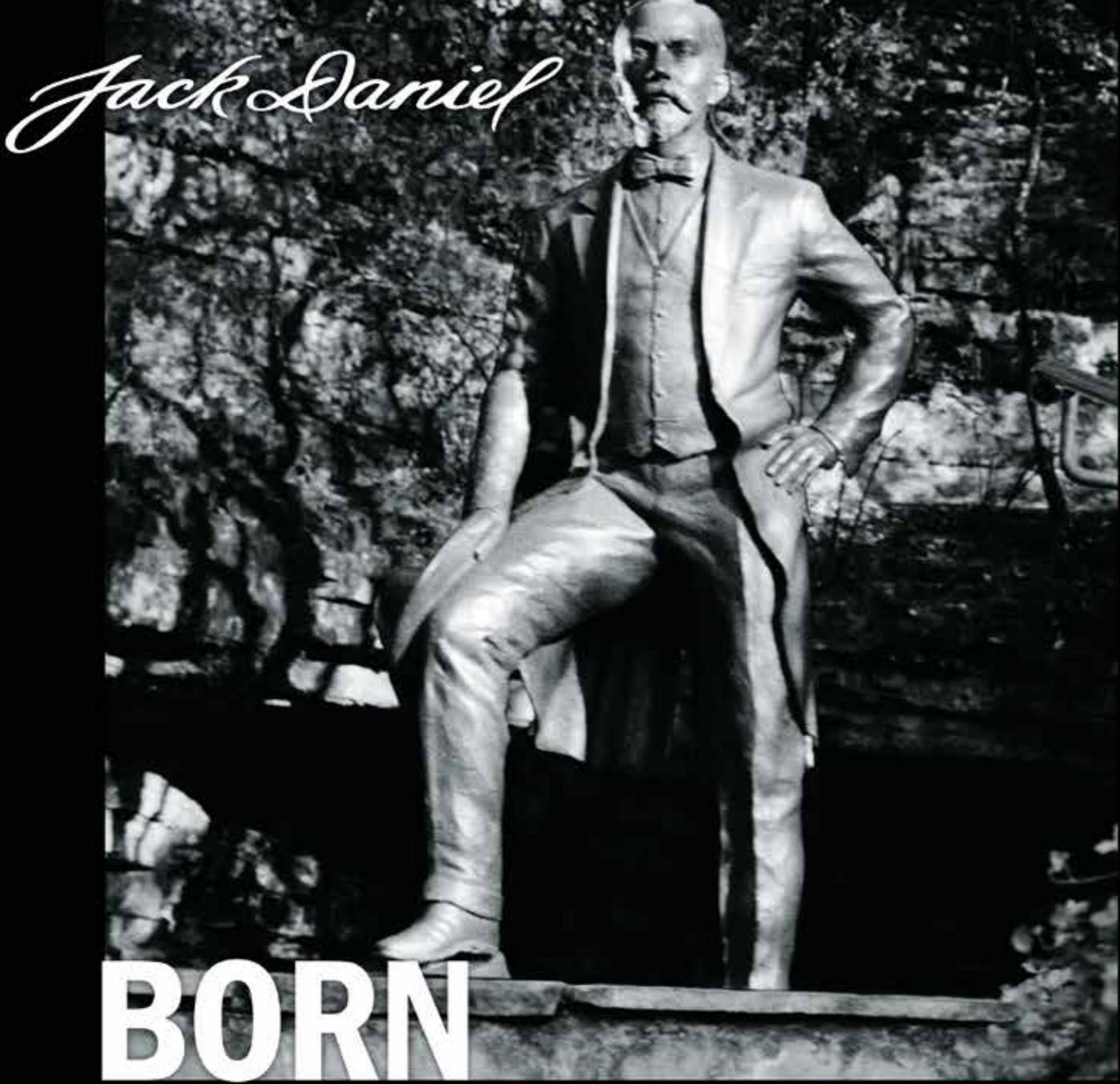
WEEKEND



8







**BORN  
TO MAKE  
WHISKEY**

LIVE FREELY. DRINK RESPONSIBLY.



Osigurala  
**CROATIA**



**UTEMELJ. 1884.**

*Najbolji Weekend u godini  
– osigurala Croatia*



SAMSUNG

# Galaxy S6 edge | S6 edge+



NEXT IS NOW

R  
S



RASPORED  
SCHEULE











Čarobni napitci postoje.



Život je  
čepši s topлом  
šalicom u ruci

# NOVI PEUGEOT 208

POKRENI ENERGIJU U SEBI

PEUGEOT i-COCKPIT | ACTIVE CITY BRAKE  
PureTech BENZINSKI MOTORI | BlueHDI DIESEL MOTORI

KREDIT 2,08%  
FIKSNO

PEUGEOT REPUBLICA TOTAL PEUGEOT REPUBLICA PEUGEOT FINANCIRANJE  
Kombinirana potrošnja (l/100 km): od 3,4 do 5,4. Masa ispuštenog CO<sub>2</sub> (g/km): od 87 do 125.

NOVA PREDNJA MASKA SPORTSKOG DIZAJNA / LED STRAŽNJA SVIJETLA S 3D EFEKTOM / 7' DODIRNI EKRAN / BLUE HDI MOTORI / STRAŽNJA KAMERA / NOVE BOJE VOZILA / NOVI PAKETI PERSONALIZACIJE

\* Reprezentativni primjer ponude Peugeot Financiranja (PSA Financial d.o.o.) za kupnju novog vozila PEUGEOT 208 na kredit u EUR, fiksnu komatnu stopu od 2,08%, troškove obrade 3,99%, efektivnu komatnu stopu 3,66%, rok otplate 60 mjeseci, mjesечna rata od 1.212 kn, učešće 20% od vrijednosti vozila, iznos finansiranja 66.383 kn, ukupni troškovi finansiranja 89.339 kn, cijeno vozila za gotovinu 82.979 kn. Ponuda vrijedi kod koncesionara koji sudjeluju u akciji. Slika automobila je simbolizna.

NOVI PEUGEOT 208

MOTION & EMOTION



PEUGEOT



**Pratite nas na Twitteru i Instagramu**

Croatia Airlines proširuje svoju prisutnost na društvenim mrežama pa nas uz Facebook, LinkedIn, Google+ i YouTube možete pronaći također na Instagramu i Twitteru. Pratite sve naše novosti i posebne ponude na Twitteru, a svoje fotografije s putovanja podijelite na Instagramu!

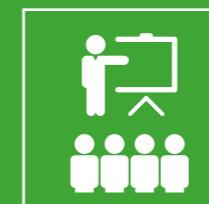


[croatiaairlines.com](http://croatiaairlines.com)



A STAR ALLIANCE MEMBER 

 CROATIA AIRLINES



**GOVORNICI  
SPEAKERS**

Gs

















# KAWA SAKI

---

# 3P

---

# SUBOTA

---

# 26. RUJNA



Jägermeister

ARE  
YOU  
IN?

f JagermeisterHrvatska

JÄGERMEISTER  
ENDLESS SUMMER  
presents

DRINK RESPONSIBLY



- KREM JUHE -

# Krema među juhamu



NOVO



NIŠTA NIJE TAKO FINO KAO TOPLA KREM JUHA BOGATA POVRĆEM.

Uz maštovito spojene okuse, nove Podravka krem juhe istinska su krema među juhamu.  
Potražite ih i opustite se dok vaše nepce uživa.

[www.podravka.com](http://www.podravka.com)



COLD ACTIVATED  
**COLD EDGE**  
TECHNOLOGY

Zakon br. 769:

**Kad je  
ETIKETA PLAVA,  
temperatura  
JE PRAVA.**

Ako je etiketa **plave boje**  
možete biti sigurni da u ruci držite  
**savršeno ohlađenu Žuju!**

**ŽUJA JE ZAKON!**  
*od 1892.*

RAZMISLI  
KAD PIJEŠ, NE VOZI



YOU CAN'T MARKET ARTISTS LIKE  
MILK, BUT YOU CAN MARKET  
MILK LIKE ARTISTS!



UNIVERSAL MUSIC GROUP  
& BRANDS

TURN YOUR CUSTOMERS INTO FANS!

Music licensing Content Creation & Marketing Endorsement & Testimonials



[wb.universalmusic.at](http://wb.universalmusic.at)

[universalmusicandbrands.com](http://universalmusicandbrands.com)

**idm**music  
INTELLIGENT DIGITAL MEDIA & MUSIC

[idmmusic.com](http://idmmusic.com)

PP



PANELI  
PANEL DISCUSSIONS









## PANELI // PANEL DISCUSSIONS

PETAK 15.30 - 16.30 DVORANA VIKEND // FRIDAY 3.30pm - 4.30pm WEEKEND STAGE

### BalCannes Talk Show: Od Laibacha do Pjongjanga (Kako je jugoslavenska provokacija postala svjetski fenomen)

Kao dio ovogodišnjeg programa BalCannes-a, regionalne revije reklamnih agencija, u Rovinj dolazi kultna slovenska grupa Laibach. S članovima kontroverzne grupe koja se upravo vratila s gostovanja u Sjevernoj Koreji, razgovarat će izvršni kreativni direktor slovenske agencije Pristop, Aljoša Bagola. Vokalistkinja Mina Špiler i Jani Novak, idejni voda i član grupe od njenog samog početka, ekskluzivno će podijeliti svoja iskustva s globalno značajnih koncerata u Sjevernoj Koreji, gdje su, kao prva glazbena grupa sa Zapada, bili pozvani od službenog Pjongjanga. Bagolu će, osim marketinške spretnosti Laibacha i njihovog mesta u modernoj pop kulturi, zanimati i doživljaj najtotalitarnijeg režima na svijetu, njegova čuvena cenzura i strahovlada, za koju Laibach kažu da je nisu ni osjetili.

### BalCannes Talk Show: From Laibach to Pyongyang (How the Provocation from Yugoslavia Came to Be a Global Phenomenon)

The renowned Slovenian group Laibach will visit Rovinj during Weekend Media Festival, as part of this year's BalCannes, the regional showcase for marketing agencies. Aljoša Bagola, the executive creative director of Slovenia's leading agency Pristop, will guide the conversation with the members of the controversial group, on the heels of their concert in North Korea. Laibach's lead vocalist Mina Špiler and their creative director Jani Novak will share their experiences from the groundbreaking performance as the first music group from the Western hemisphere invited to Pyongyang, exclusively with the BalCannes' crowd. Aside from learning about Laibach's marketing strategy and their place in modern pop culture, Bagola will look into the totalitarian regime, it's famous censorship and terror which Laibach claims didn't affect them at all.

#### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



Jani Novak

Laibach, Slovenija  
Laibach, Slovenia



Mina Špiler

Laibach, Slovenija  
Laibach, Slovenia



#### MODERATOR



Aljoša Bagola

Pristop, partner i izvršni kreativni direktor, Slovenija  
Pristop, Partner and Executive Creative Director, Slovenia

#### U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // BUZZWORD... / BUZZWORD... // Više na str. 22 / More on page 22  
Dvorana Produceni Vikend / Extended Weekend Stage // KAKO STVORITI I SVIJETU... / HOW TO PRODUCE... // Više na str. 23 / More on page 23  
Dvorana BalCannes / BalCannes Stage // GIRL POWER / GIRL POWER // Više na str. 45 / More on page 45  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // IGROM DO PRIJESTOLJA / GAMING TO THE THRONE // Više na str. 62 / More on page 62  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // KAKO NAPRAVITI LOKALNU... / HOW TO MAKE A LOCAL... // Više na str. 72 / More on page 72

## PANELI // PANEL DISCUSSIONS

PETAK 15.30 - 16.30 DVORANA BALCANNES // FRIDAY 3.30pm - 4.30pm BALCANNES STAGE

### Girl Power

The number of women in managerial positions in the regional advertising industry has continued to grow to the point where it seems the industry is dominated by women. In order to corroborate this statement, Media Marketing has devoted 30 pages in their September issue called "THE SOFTER SIDE OF ADVERTISING" in which they presented 11 women from the regional communication industry. We wanted to show that the Balkans are not literally a black hole and that women are more represented in the communication industry than anywhere in the world. How many women do you know that are heads of advertising agencies? The region has tens if not even over a hundred. How many women in the world are Creative Directors? This region has tens of them, they definitely do dominate. When we finalized the texts, the first conclusion we drew was that the women we interviewed don't agree with our claim. They even think that this is not as important and they also don't agree with the gender division. Where does the real truth lie and what is the real situation – find out at this BalCannes panel.



#### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



Aleksandra Dilevska

Publicis Groupe Macedonia, direktorka, Makedonija  
Publicis Groupe Macedonia, Chief Executive Officer, Macedonia



Selma Riđanović Kenović

UniCredit Bank, direktorka marketinga i PR-a, Bosna i Hercegovina  
UniCredit Bank, Marketing and PR Director, Bosnia and Herzegovina



Vedrana Hercigonja Majetić

Tele2, direktorka odnosa s javnošću, Hrvatska  
Tele2, Public Relationship Director, Croatia



Marija Vićić

I&F McCann Grupa, direktorka komunikacija, Srbija  
I&F McCann Grupa, Communications Director, Serbia

#### MODERATOR



Iva Šulentić

voditeljica, Hrvatska  
Presenter, Croatia

#### U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // OD LAIBACHA DO PJONGJANGA / FROM LAIBACH TO PYONGYANG... // Više na str. 44 / More on page 44  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // BUZZWORD: PROGRAMMATIC / BUZZWORD: PROGRAMMATIC // Više na str. 22 / More on page 22  
Dvorana Produceni Vikend / Extended Weekend Stage // KAKO STVORITI I SVIJETU... / HOW TO CREATE AND SELL... // Više na str. 23 / More on page 23  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // IGROM DO PRIJESTOLJA / GAMING TO THE THRONE // Više na str. 62 / More on page 62  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // KAKO NAPRAVITI LOKALNU... / HOW TO MAKE A LOCAL... // Više na str. 72 / More on page 72



## PANELI // PANEL DISCUSSIONS

PETAK 16.45 - 17.45 DVORANA VIKENDICA // FRIDAY 4.45pm - 5.45pm SUMMER HOUSE STAGE

### Ko to tamo glumi

„Pravi umjetnici kradu, ostali imitiraju”, rečenica je koja se pripisuje Picasso. Možda zato one prave poduzetnike često nazivaju i umjetnicima, jer na originalan način kombiniraju poznate elemente i tako stvaraju novo - novi proizvod, ponude novu uslugu, stvore novu kompaniju. Nastanak novog drugačijom kombinacijom poznatog jedna je od brojnih definicija kreativnosti. Ako tako, zašto onda nema više umjetnika među poduzetnicima? Proslavljeni glumci Branko Đurić – Đuro i Rene Bitorajac došli su na ideju da osnuju novo privatno institucionalno kazalište koje već od jeseni počinje s radom u Zagrebu. Znači li to da je vrijeme da se bježi iz kulture i umjetnosti u biznis? Ili je to potvrda teze da je poduzetništvo umjetnost, i nagovještaj da će se umjetnici sve više bacati u poduzetničke vode? Koliko će im u ovom projektu pomoći glumačko iskustvo? Imaju li svog omiljenog poslovnjaka koji im je inspiracija za vlastiti biznis? Što im o tome može reći Dragan Bjelogrlić, još jedan renomirani glumac, koji je osmislio, režirao i uspješno vodio umjetnički relevantne i istovremeno komercijalno uspješne projekte „Vratit će se rode“ i „Montevideo – Bog te video“? O svemu tome i o mnogo čemu još bit će riječ na ovom panelu.

### Who's Actin' Over There

“Real artists steal, others imitate” a sentence attributed to Picasso. Maybe that’s why real entrepreneurs are often called artists, because they combine known elements in an original way and create something new – make a new product, offer a new service, create a new campaign. The creation of something that is new by different combination is also one of many definitions of creativity. If this is so, why are there not more artists within entrepreneurs? Acclaimed actors Branko Đurić – Đuro and Rene Bitorajac have come up with an idea of founding a new private institutional theatre which will open its doors in Zagreb this fall. Does this mean that it’s time to get away from culture and arts into business? Or is it a confirmation of a thesis that entrepreneurship is an art and a hint that artists will become more entrepreneurial? How much will their acting experience help them in this? Do they have a business role model for their own business? What does Dragan Bjelogrlić - a renowned actor who designed, directed and successfully led similar artistically led and commercial projects “Vratit će se rode” and “Montevideo – Bog te video” - have to say about this thesis? Find out more about this and many other issues in this panel

#### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



Rene Bitorajac

glumac, Hrvatska  
Actor, Croatia



Dragan Bjelogrlić

glumac, režiser i producent, Srbija  
Actor, Director and Producer, Serbia



Branko Đurić Đuro

glumac, režiser i producent, Slovenija  
Actor, Director and Producer, Slovenia

#### MODERATOR



Branimir Brkljač

Terra Panonica, osnivač, Srbija  
Terra Panonica, Founder, Serbia

#### U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // BALCANNES PREDSTAVLJANJE... / BALCANNES TO PRESENT... // Više na str. 84 / More on page 84  
Dvorana Produženi Vikend / Expanded Weekend Stage // ŽIVIMO U NEVJEROVATNOM VREMENU... / WE LIVE IN A... // Više na str. 24 / More on page 24  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // MOĆ NETWORKINGA / THE POWER OF NETWORKING // Više na str. 63 / More on page 63  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // SHOW ME THE MONEY!!! / SHOW ME THE MONEY!!! // Više na str. 73 / More on page 73

## PANELI // PANEL DISCUSSIONS

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



### Media Survival Kit

While still being caught up in the hard economic crisis and an unforgettable revenue decrease, the media are forced to find and develop new business models in order to survive. Which models have proved to be successful in the west, and which ones do we recognize in the region will be detected in this panel.

### Medijski survival kit

Zahvaćeni velikim tehnološkim promjenama i teškom ekonomskom krizom mediji su prisiljeni pronalaziti i razvijati nove poslovne modele. U zadnjih nekoliko godina pratimo veliki broj eksperimenata kojima mediji traže nove izvore prihoda. Koji su se modeli pokazali uspješnima na zapadu, a koje prepoznajemo u regiji? Kako prilagoditi modele velikih tržišta ovoj regiji? Mogu li mediji i dalje biti dobar poslovni poduhvat? Ugrožavaju li novi poslovni modeli novinarstvo?

#### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



Marko Biočina

Jutarnji list, pomoćnik glavnog urednika, Hrvatska  
Jutarnji list, Assistant Editor, Croatia



Ivana Čulo

Adria Media Zagreb, generalna direktorica, Hrvatska  
Adria Media Zagreb, CEO, Croatia



Marijan Jurenec

Planet TV, direktor, Slovenija  
Planet TV, General Manager, Slovenia

#### MODERATOR



Saša Ćeramilac

BLISSD17, direktor, Hrvatska  
BLISSD17, Director, Croatia

#### U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // POGLED PREKO PLOTA / PEEK OVER THE FENCE // Više na str. 48 / More on page 48  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // VELIKE OČI MALIH... / BIG EYES OF LITTLE ... // Više na str. 49 / More on page 49  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // BUDUĆNOST PROFESIONALNE... / THE FUTURE OF PROFESSIONAL... // Više na str. 64 / More on page 64

## Pogled preko plota

Pogled preko plota je format koji predstavlja pregled medijske scene svih tržišta regije. Često svjedočimo dobrom kampanjama, odličnoj produkciji ili čujemo za neko novo medijsko preuzimanje bez da razumijemo ili poznajemo kontekst. Svako malo nas iznenadi neki novi startup predstavljajući novu tehnologiju u medijima, a da toga nismo bili ni svjesni. Kako bismo sve lakše pratili, kako bismo razumjeli što se događa i tko na koji način napreduje - i ove vam godine dovodimo stručnjake koji će prenijeti sve što ste propustili od Weekend-a do Weekend-a.

## Peek Over the Fence

Peek over the Fence is a format featuring an overview of the region's markets. It was introduced two years ago as we had realized that even if we know the brands, we don't know what is really going on.

Oftentimes we come across good companies and great production or hear of a new media takeover without actually understanding or knowing the context. Every once in a while a new startup surprises us by presenting a new technology in the media without us knowing about it. In order to keep track easier and understand what is going on and who is advancing in what way, this year the Weekend will once again bring six experts who will quickly inform you of all the things that you have missed from one Weekend to another.

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:


**Miro Bižić**

 FOX International Channels, Sales Manager, Hrvatska  
 FOX International Channels, Sales Manager, Croatia

**Robert Čoban**

 Color Press Group, predsjednik Upravnog odbora, Srbija  
 Color Press Group, Chairman of the Board, Serbia

**Lejla Dautović Čaić**

 Atlantic Grupa, direktorica programa kozmetike, Hrvatska  
 Atlantic Grupa, Director - Cosmetics, Croatia

### MODERATOR


**Marijana Novak**

 Pro media group, Business Director, Hrvatska  
 Pro media group, Business Director, Croatia

### U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // MEDIJSKI SURVIVAL KIT / MEDIA SURVIVAL KIT // Više na str. 47 / More on page 47

Dvorana Produceni Vikend / Extended Weekend Stage // VELIKE OČI MALIH... / BIG EYES OF LITTLE... // Više na str. 49 / More on page 49

Dvorana Radionica / Workshop Stage // BUDUĆNOST PROFESIONALNE... / THE FUTURE OF PROFESSIONAL... // Više na str. 64 / More on page 64

## Velike oči malih potrošača - što nam djeca gledaju

Prema podacima Svjetske zdravstvene organizacije u proteklih 30-ak godina pretilost se u svijetu gotovo udvostručila, a u 2012. godini preko 40 milijuna djece imalo je prekomjerna tjelesna masu. SZO naglašava kako se prekomjerna težina može sprječiti te da je uloga prehrambene industrije u tome iznimno velika. Sljедом Globalne strategije Svjetske zdravstvene organizacije o prehrani, fizičkoj aktivnosti i zdravlju iz 2004. godine, kao i Evropske platforme iz 2005. godine, evropski proizvođači hrane i pića još su 2007. dobivočno preuzeuli nekoliko obaveza u smislu aktivne uloge u prevenciji pretilosti, poglavito kod djece. Jedna od glavnih obaveza je i takozvani EU pledge, dobivočno usvojena pravila oglašavanja kada je riječ o oglašavanju prema djeci i općenito izlaganju prehrabnenih proizvoda ovoj posebno osjetljivoj skupini potrošača. Inicijativa je originalno pokrenuta od strane Svjetske federacije oglasivača kao zajednička obveza industrije prema Platformi za poticanje fizičke aktivnosti i zdrave prehrane EU komisije. Panel će pokušati utvrditi koliko se domaći oglašivači pridržavaju ograničenja po pitanju oglašavanja prema djeci mlađoj od 12 godina.

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:


**Mario Fraculj**

 Odbor za regulaciju i samoregulaciju HURA-e, predsjednik, Hrvatska  
 HURA [Croatian Association of Communications Agencies] - Regulation and Self-Regulation Committee, President, Croatia

**Ivan Gale**

 RTL, direktor prodaje, Hrvatska  
 RTL, Sales Director, Croatia

**Olivera Međugorac**

 HUP - Udruga prehrabene industrije i poljoprivrede, Koordinacija hrane i pića, predsjednica, Hrvatska  
 CEA [Croatian Employees Association] - Food Industry and Agriculture Association, Food and Drinks Section, President, Croatia

**Darija Vranešić Bender**

 KBC Zagreb, Odjel za kliničku prehranu, klinički nutricionist, Hrvatska  
 University Hospital Zagreb, Department of Clinical Nutrition, Clinical Nutritionist, Croatia

### MODERATOR


**Ida Prester**

 voditeljica, Hrvatska/Srbija  
 Presenter, Croatia/Serbia

### U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // MEDIJSKI SURVIVAL KIT / MEDIA SURVIVAL KIT // Više na str. 47 / More on page 47

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // POGLED PREKO PLOTA / PEAK OVER THE FENCE // Više na str. 48 / More on page 48

Dvorana Radionica / Workshop Stage // BUDUĆNOST PROFESIONALNE... / THE FUTURE OF PROFESSIONAL... // Više na str. 64 / More on page 64



## PANELI // PANEL DISCUSSIONS

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

### Should I Stay or Should I Go 2

„Svatko tko želi uspjeti u karijeri i ostvariti uspjeh, mora otići iz Hrvatske, jer Hrvatska je mjesto koje ne dopušta uspjeh“, novinska teza kojom smo raspravu pod istim nazivom započeli prošle godine i dalje podiže prašinu. Dok smo lani raspravljadi o onima koji su otišli ili žele otići, ove ćemo se godine fokusirati na one koji su ostali. Kakva je njihova percepcija toga što je ovdje moguće napraviti i tko su ti koji nešto doista i čine?

### Should I Stay or Should I Go 2

‘Anyone who wants to succeed in their career has to leave Croatia, because Croatia is not a country that allows success’ – a newspaper thesis which initiated a discussion last year is still making a fuss this year. While we talked about those who left last year, this year we are going to focus on those who decided to stay. What is their perception, what can be done in Croatia, who are the people that are actually making a difference?

#### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Predrag Grubić**

Adris grupa, direktor korporativnih komunikacija, Hrvatska  
Adris grupa, Corporate Communications Director, Croatia



**Antonio Šeparović**

Oradian, CEO, Hrvatska  
Oradian, CEO, Croatia



**Korado Korlević**

profesor politehnike, Hrvatska  
Professor of Polytechnics, Croatia



**Goran Vlašić**

Ekonomski fakultet u Zagrebu / Institut za inovacije, Hrvatska  
Faculty of Economics and Business Zagreb / Innovation Institute, Croatia

#### MODERATOR



**Nikola Vrdoljak**

404, direktor, Hrvatska  
404, Director, Croatia

#### U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // 5 MEGATRENDOVA U MEDIJIMA / 5 MEGATRENDS OF PUBLISHING // Više na str. 25 / More on page 25  
Dvorana Produceni Vikend / Extended Weekend Stage // TAJNE PR-A IZ SILICONE... / PR SECRETS... // Više na str. 26 / More on page 26  
Dvorana BalCannes / BalCannes Stage // 5 PRAVILA MODERNOG MARKETINGA / 5 RULES OF MODERN... // Više na str. 27 / More on page 27  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // BUDUĆNOST PROFESIONALNE... / THE FUTURE OF PROFESSIONAL... // Više na str. 64 / More on page 64  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // DESTINATION DASHBOARD / DESTINATION DASHBOARD // Više na str. 64 / More on page 64  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // U LOVU NA VELIKU IDEJU / THE HUNT FOR... // Više na str. 74 / More on page 74

## PANELI // PANEL DISCUSSIONS

SUBOTA 12.30 - 14.00 DVORANA VIKEND // SATURDAY 12.30pm - 2pm WEEKEND STAGE

### TV's Greatest Hits

Već godinama mnogi talent i reality showovi postižu sve veću popularnost i sve veće gledanosti. Prošle smo godine na malim ekranim regije gledali nekoliko iznimno uspješnih talent showova koje su pratili milijuni gledatelja. Među njima su neki od najpopularnijih globalnih primjera pa do lokalnih verzija, i svi postižu sjajne rezultate. Koji je razlog tolike popularnosti takvih showova? Kakve su usporedbe globalnih primjera i regije? Koja je isplativost njihove produkcije za TV kuće?

For years now many talent and reality shows have reached great popularity as well as very high ratings. Last year we have witnessed some extremely successful talent shows that were followed by millions of viewers. Some of them come for the most popular global examples and some are local versions, yet all have excellent results. What is the reason behind this popularity? What are the comparisons between global examples and the region? What is the profitability for TV networks?

#### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Manja Grčić**

Antenna Group, CEO, Srbija  
Antenna Group, CEO, Serbia



**Hennig Tewes**

RTL, predsjednik Uprave, Hrvatska  
RTL, Executive Officer, Croatia



**Marija Nemčić**

HRT, ravnateljica Poslovne jedinice Producija i članica Ravnateljstva, Hrvatska  
HRT, Production Manager and Member of the Management, Croatia



**Ivan Vlatković**

PINK Media Group, potpredsjednik, Srbija  
PINK Media Group, Vice President, Serbia

#### MODERATOR



**Antonija Mandić**

Soundset mreža, direktorica programa, Hrvatska  
Soundset mreža, Program Director, Croatia

#### U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // SOMO BORAC / SOMO FIGHTER // Više na str. 84 / More on page 84  
Dvorana Produceni Vikend / Extended Weekend Stage // BIG DATA U ZDRAVSTVU / BIG DATA IN HEALTH CARE // Više na str. 52 / More on page 52  
Dvorana BalCannes / BalCannes Stage // ZABORAVITE SVE ŠTO SE NAUČILI / UNLEARNING // Više na str. 53 / More on page 53  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // DESTINATION DASHBOARD / DESTINATION DASHBOARD // Više na str. 64 / More on page 64  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // DIGITAL TAKEOVER... / DIGITAL TAKEOVER... // Više na str. 76 / More on page 76  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // KAKO BI SVIJET IZGLEDAO... / HOW WOULD THE WORLD... // Više na str. 75 / More on page 75







A man with a beard and short hair, wearing a blue t-shirt and yellow swim trunks, is standing on a boat. He is holding a white tray with several pieces of fish wrapped in foil. The tray has the 'cromaris' logo on it. In the background, a dolphin is leaping out of the water. The sea is blue and there are distant hills or islands under a clear sky.

**cromaris**

Svježe iz Jadranskog mora

Mi volimo more i ono nam uzvraća na najbolji način. Cromaris je svježa riba vrhunske kvalitete koja iz netaknutih dijelova Jadrana, u svega nekoliko sati, stiže do vas. Unesite blagodati mediteranske kuhinje u svoj život uz jedinstvenu Cromaris svježinu.

A  
ADRIS  
g r u p a



The background is black with white abstract shapes resembling feathers or bubbles. The text is in white.

THE GREAT  
**GATSBY**  
NEW YEAR'S EVE . 2016

Maštate o vremenima  
istinskog glamura?

Ne propustite retrospektivnu dekadentnog razdoblja burnih 20-ih godina prošlog stoljeća u kojem su zabave bile raskošne, muškarci elegantni, a žene fatalne. U trodnevnom novogodišnjem programu jedinstveni ambijent hotela Lone oživjeti će vremena burnih zabava, uz retro-delicije, live glazbu i odbrojavanje koje nećete nikada zaboraviti!

„Mi volimo velike zabave. One su tako intimne. Na malim zabavama ne postoji privatnost.“

lone

UNIQUE  
DESIGN HOTEL  
ROVINJ  
CROATIA

Više informacija na [WWW.LONEHOTEL.COM](http://WWW.LONEHOTEL.COM)



maistrić

# AKO MOŽETE PROMIJENITI ŽARULJU, MOŽETE SPOJITI I EVOTV.

Bez interneta, bez telefona,  
bez komplikiranja.  
Uključi i gledaj odmah!



- ponesite evotv u vikendicu ili kod prijatelja
- darujemo vam premium filmske programe HBO i Cinemax na godinu dana
- ugovorite i drugi evotv u pola cijene

Hrvatska pošta

TELEVIZIJA DOSTUPNA SVIMA [www.evotv.hr](http://www.evotv.hr)



RADIONICE  
WORKSHOPS

PETAK 11.45 - 12.45 DVORANA RADIONICA // FRIDAY 11.45am - 12.45pm WORKSHOP STAGE

## Boasting, Roasting and Toasting: Adventures in Storytelling

Priča o bogatoj tradiciji pričanja i prepričavanja bit će naglašena 'živim' anegdotama i iznenadujućim podacima o umjetnosti i znanosti storytellinga. Radionica će istražiti ljepotu klasičnih priča i kako njihove adaptacije izazivaju pomak kod slušatelja. Razgovarat će se o modernom storytellingu za vlastiti razvoj i u korporativnim komunikacijama, kao i istražiti različite medije za vizualizaciju priča koje će proizvesti zajednička značenja.

## Boasting, Roasting and Toasting: Adventures in Storytelling

The rich tradition of telling and retelling stories will be highlighted with lively anecdotes and surprising facts about the art and science of storytelling. We examine the beauty of classic stories and how adaptation reflects shifts in the beholders. We will talk about modern storytelling for personal development and corporate communications as well as explore different mediums for visualizing stories to create shared meanings.

### PREZENTERI // PRESENTERS



**Tina Lee Odinsky-Zec**

Zagrebačka škola ekonomije i managementa, direktorica Centra za inovacije i poduzetništvo, SAD/Hrvatska  
Zagreb School of Economics and Management, Director of Innovation and Entrepreneurship Center, USA/Croatia

### U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // DIGITALNI BIZNIS MODELI / DIGITAL BUSINESS MODELS // Više na str. 39 / More on page 39  
 Dvorana Vikendica / Summer House Stage // WINGS FOR LIFE WORLD RUN / WINGS FOR LIFE WORLD RUN // Više na str. 18 / More on page 18  
 Dvorana Produceni Vikend / Expanded Weekend Stage // TEORIJA VELIKE NUŽDE / THE THEORY OF THE GREAT URGE // Više na str. 19 / More on page 19  
 Dvorana BalCannes / BalCannes Stage // AGENCIJA UZVRAĆA UDARAC... / AGENCY STRIKES BACK... // Više na str. 20 / More on page 20  
 Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // METRICOM - PRATI ŽIVOT... / METRICOM – FOLLOW THE LIVES... // Više na str. 71 / More on page 71

PETAK 15.30 - 16.30 DVORANA RADIONICA // FRIDAY 3.30pm - 4.30pm WORKSHOP STAGE

## Igom do prijestolja

Na spomen igrica i igranja, većina pomisli na online igre, no današnja tehnologija omogućila je industriji gaminga da se razvije i u drugim smjerovima. Konkretno, gaming dobiva sve značajnije mjesto u marketinškim strategijama. Time koliko može doprinijeti turizmu te kako ga koristiti u reklamnoj industriji pozabaviti će se ova radionica.

## Gaming to the Throne

When we mention games and gaming, most of us think of online games, but today's technology has enables the gaming industry to develop in other directions. Specifically, gaming has earned a much more significant position in marketing strategies. This workshop will show us how gaming can contribute to tourism and how to use it in the advertising industry.



### PREZENTERI // PRESENTERS



**Elizabeth Lane Lawley**

Rochester Institute of Technology, School of Interactive Games & Media, profesorka, SAD  
Rochester Institute of Technology, School of Interactive Games & Media, Professor, USA

### U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // OD LAIBACHA DO PJONGJANGA / FROM LAIBACH TO PYONGYANG // Više na str. 44 / More on page 44  
 Dvorana Vikendica / Summer House Stage // BUZZWORD: PROGRAMMATIC / BUZZWORD: PROGRAMMATIC // Više na str. 22 / More on page 22  
 Dvorana Produceni Vikend / Expanded Weekend Stage // KAKO STVORITI I SVIJETU... / HOW TO CREATE AND SELL ... // Više na str. 23 / More on page 23  
 Dvorana BalCannes / BalCannes Stage // GIRL POWER / GIRL POWER // Više na str. 45 / More on page 45  
 Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // KAKO NAPRAVITI LOKALNU... / HOW TO MAKE A LOCAL ... // Više na str. 72 / More on page 72



PETAK 16.45 - 17.45 DVORANA RADIONICA // FRIDAY 4.45am - 5.45pm WORKSHOP STAGE

## Moć networkinga

Još su nam roditelji dok smo bili mali govorili – pazi s kime se družiš jer s kim si, takav si. Danas se u poslovnom svijetu kaže da postajemo projekat 5 ljudi s kojima najviše provodimo vremena. Jeste li znali da se čak 57% poslova u Hrvatskoj sklapa na kavi? U poslu je važno ne samo što znamo nego i koga znamo, no networking je puno više od dijeljenja posjetnica.

Saznajte kako se učinkovito predstaviti u 15 sekundi i zainteresirani drugu stranu za ono čime se bavite, koja su to tri pitanja kojima se može uspostaviti smislen početni kontakt kao osnova za dugotrajno poslovno prijateljstvo na obostranu korist, u čemu kolegice češće grijese i kako se svi možemo učinkovitije umrežavati.

## The Power of Networking

When we were young, our parents used to tell us – be careful who you hang out with, or guilty by association. In today's business world it is said that we become the average of the 5 people we spend the most time with. Did you know that 57% of business in Croatia is settled over coffees? In business it is not only important what we know but also who we know, but networking is a lot more than just handing out business cards.

Find out how to effectively introduce yourself in 15 seconds and make the other party interested in what you do. Also find out what are the three key questions which can be used to establish a sensible initial contact as a basis for a long-term mutual business friendship, as well as where most colleagues make mistakes and how we can be more effective in networking.

## PREZENTER // PRESENTER



Kristina Ercegović

Business Cafe, vlasnica, Hrvatska  
Business Cafe, Founder, Croatia

## U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // BALCANNES PREDSTAVLJANJE 25 NAJBOLJIH... / BALCANNES TO PRESENT... // Više na str. 84 / More on page 84  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // KO TO TAMO GLUMI / WHO'S ACTIN' OVER THERE // Više na str. 46 / More on page 46  
Dvorana Produceni Vikend / Extended Weekend Stage // ŽIVIMO U NEVJEROVATNOM... / WE LIVE IN AN AMAZING... // Više na str. 24 / More on page 24  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // SHOW ME THE MONEY!!! / SHOW ME THE MONEY!!! // Više na str. 73 / More on page 73



SUBOTA 10.30 - 11.30 DVORANA RADIONICA // SATURDAY 10.30am - 11.30am WORKSHOP STAGE

## Budućnost profesionalne fotografije

Tehnologija je u potpunosti izmjenila fotografiju. Ponekad se čini da je postprodukcija postala važnija od samog snimanja. Kroz razvoj tehnologije, kamera je dospjela u gotovo svaki uređaj i time omogućila da se fotografijom može baviti gotovo svatko. Kakvo je trenutno stanje, a kakva budućnost fotografije? Ima li i dalje prostora za klasičnu fotografiju? Ima li danas uopće profesionalaca u svijetu fotografa amatera?

## The Future of Professional Photography

Technology changed photography completely. Sometimes it seems as if postproduction became more important than the shooting itself. Through the development of technology, camera found its place in merely every device and therefore made it possible for anyone to shoot photos. What is the current situation and what awaits in the future? Is there still room for classical photography? Are there professionals in a world of amateur photographers?

## PREZENTERI // PRESENTERS



Damir Fabijanić

Fotograf, Hrvatska  
Photographer, Croatia

## U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // MEDIJSKI SURVIVAL KIT / MEDIA SURVIVAL KIT // Više na str. 47 / More on page 47  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // POGLED PREKO PLOTA / PEEK OVER THE FENCE // Više na str. 48 / More on page 48  
Dvorana Produceni Vikend / Extended Weekend Stage // VELIKE OČI MALIH... / BIG EYES OF LITTLE... // Više na str. 49 / More on page 49  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // U LOVU NA VELIKU IDEJU... / THE HUNT FOR THE... // Više na str. 74 / More on page 74



SUBOTA 11.45 - 12.45 DVORANA RADIONICA // SATURDAY 11.45am - 12.45pm WORKSHOP STAGE

## Destination Dashboard

Destinacije raspolažu ograničenim podacima zasnovanim na paušalnim opservacijama i mystery shopping analizama, čime se propušta mogućnost pružanja vrhunskog doživljaja u destinaciji. Potrebno je bolje razumjeti vlastite goste! Korištenjem digitalnih tehnoloških rješenja, poput Destination Dashboard, nalazi takvih istraživanja postaju od velike vrijednosti za destinacijske menadžment organizacije, hotele, muzeje i ostale dionike destinacije. Što je sve moguće istraživati i na koji način turističke destinacije mogu od toga profitirati i istodobno podizati razinu zadovoljstva gostiju te koje su relevantne koristi Destination Dashboard sustava i kako on izgleda na konkretnom primjeru, otkriva upravo ova radionica.

## Destination Dashboard

Destinations are disposed of limited data based on lump sum observations and mystery shopping analysis, which in return overlooks the possibility of offering a superb experience at the destination. It is necessary to better understand your guests! By using digital technological solutions, such as Destination Dashboard, the results of these researches become of great value to destination management organizations, hotels, museums and other parts of the destination. This workshop will show us what we can explore, what way can the tourist destinations profit from it and at the same time raise the guest satisfaction level as well as the relevant benefits of the Destination Dashboard system and what it looks like in a specific example.



## PREZENTERI // PRESENTERS



Tom Mathar

LJ Research, voditelj istraživanja, Škotska  
LJ Research, Research Manager, Scotland



Zoran Kasum

Horwath HTL, voditelj projekata, Hrvatska  
Horwath HTL, Project Manager, Croatia

## The Art &amp; Science of YouTube Content Lab Workshop

Vrlo vjerojatno ste čuli za YouTube. No znate li kako YouTube zaista funkcioniра? Znate li raditi s YouTube algoritmom, a ne protiv njega? Znate li kako si podići gledanost koristeći najbolju praksu kanala, videa i programiranja? A kakva je situacija s vašom kreativnom strategijom? Imate li ju uopće i znate li je li bila djelotvorna za vaše YouTube kanale, i kako se to sve može izmjeriti? Dodite, zajedno sa svim svojim pitanjima, i budite spremni i sami doći do nekih odgovora. Radionica je namijenjena video i web producentima, menadžerima društvenih medija kao i kreativcima iz medija koji su aktivno zainteresirani za YouTube i video sadržaje.

## The Art &amp; Science of YouTube Content Lab Workshop

Chances are you have heard about YouTube. But do you really know the art and science of YouTube? Do you know how to work with YouTube's algorithm, and not against it? Do you know how to grow your audience, leveraging channel, video and programming best practices? And what about your creative strategy? Do you have one and do you know what has worked for successful YouTube channels and how to measure it all up? Come with your questions and be prepared to work out some of the answers too. The workshop is aimed at video and web producers, social media managers as well as media creatives with an active interest in YouTube and video assets.

## PREZENTERI // PRESENTERS



Anna Bartoskova

Google, YouTube Strategic Partner Manager CEE, Velika Britanija  
Google, YouTube Strategic Partner Manager CEE, UK



Marta Lysiak

Google, YouTube Strategic Partner Manager CEE, Velika Britanija  
Google, YouTube Strategic Partner Manager CEE, UK



Gosia Krasowska

Google, YouTube Content Partnerships Manager CEE, Velika Britanija  
Google, YouTube Content Partnerships Manager, CEE, UK

## U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // 5 MEGA TREDOVA... / 5 MEGATRENDS... // Više na str. 25 / More on page 25

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // SHOULD I STAY... / SHOULD I STAY... // Više na str. 50 / More on page 50

Dvorana Produceni Vikend / Extended Weekend Stage // TAJNE PR-A... / PR SECRETS... // Više na str. 26 / More on page 26

Dvorana BalCannes / BalCannes Stage // 5 PRAVILA MODERNOG... / 5 RULES OF... // Više na str. 27 / More on page 27

Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // U LOVU NA VELIKU IDEJU... / THE HUNT FOR THE... // Više na str. 74 / More on page 74

Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // KAKO BI SVIJET... / HOW WOULD THE... // Više na str. 75 / More on page 75

## U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // KAKO ĆEMO PRATITI IZBORE / HOW WILL WE COVER... // Više na str. 54 / More on page 54

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // TKO JE KOGA POJE 2.0 / WHO ATE WHOM 2.0 // Više na str. 55 / More on page 55

Dvorana Produceni Vikend / Extended Weekend Stage // LIFE OF A YOUTUBER / LIFE OF A YOUTUBER // Više na str. 28 / More on page 28

Dvorana BalCannes / BalCannes Stage // THE EPICA SHOWCASE / THE EPICA SHOWCASE // Više na str. 30 / More on page 30

Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // DESTINATION ADVOCACY / DESTINATION ADVOCACY // Više na str. 77 / More on page 77

**ROBA MERCHANDISE**  
DESIGNED & TAILORED MERCHANDISE



**SHOWROOM**  
**ROBA STORE&STUDIO**  
**PRERADOVIĆEVA 34**  
**10 000 ZAGREB**  
**CROATIA**

**ROBA@ROBA.COM.HR**  
**STORE@ROBA.COM.HR**  
**PHONE: +385 1 4854 681**

**COMPANY**  
**ROBA I ROBA D.O.O.**  
**12. PODBREŽJE 3**  
**10 020 ZAGREB**  
**CROATIA**

**Hvala vam  
za 25  
uspješnih  
godina!**

T 01 600 8888 / [printstudio.hr](http://printstudio.hr)

**Print Studio**

Digitalni tisk i izrada reklama

AUDIO VIDEO LIGHTING RENTAL

**ELDRA**



[www.eldra.hr](http://www.eldra.hr)

BARCO

EAW

Martin

JVC  
PROFESSIONAL

OMIDAS

G grass valley

NEC

P



PREZENTACIJE  
PRESENTATIONS



## Making News and Breaking News - prva godina N1

Kao CNN-ov ekskluzivni podružni informativni kanal regije, N1 kabelska i digitalna platforma stvara prostor za sebe kao brand za profesionalne vijesti u već krcatom medijskom okruženju. U prvih dvanaest mjeseci djelovanja, glavna N1 središta u Zagrebu, Sarajevu i Srbiji su se formirala kao vode u području izvanrednih vijesti te izvještavanja uživo. Koji izazovi prijete? Kako će se platforma nastaviti razvijati? Što očekivati dalje od N1?

PREZENTER // PRESENTER



Jugoslav Čosić

Adria News Sarl, direktor programa i vijesti N1 Srbija, Srbija  
Adria News Sarl, Director of News N1 Serbia, Serbia



Tihomir Ladišić

Adria News Sarl, direktor programa i vijesti N1 Hrvatska, Hrvatska  
Adria News Sarl, Director of News N1 Croatia, Croatia



Brent Sadler

Adria News Sarl, predsjednik Upravnog odbora, Luksemburg  
Adria News Sarl, Chairman of N1 Editorial Board, Luxembourg

## Making News and Breaking News - The First Year of N1

As the exclusive CNN affiliate news channel in the region the N1 cable and digital platform is creating space for itself as a defining brand for professional news output in a crowded media landscape. In the first twelve months of operations the main N1 news centres in Zagreb, Sarajevo and Serbia have established themselves as leaders in the field of breaking news and covering live events. What are the challenges? How will the platform develop? What more can we expect from N1?



Aleksandra Subotić

United Media Sarl, generalni direktor, Luksemburg  
United Media Sarl, CEO, Luxembourg



Amir Zukić

Adria News Sarl, direktor programa i vijesti N1 BiH, BiH  
Adria News Sarl, Director of News N1 BiH, BiH



## U ISTO VRIJEME // AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // DIGITALNI BIZNIS MODEL / DIGITAL BUSINESS MODELS // Više na str. 35 / More on page 35  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // WINGS FOR LIFE WORLD RUN / WINGS FOR LIFE WORLD RUN // Više na str. 18 / More on page 18  
Dvorana Produceni Vikend / Extended Weekend Stage // TEORIJA VELIKE NUŽDE / THE THEORY OF THE GREAT URGE // Više na str. 19 / More on page 19  
Dvorana BalCannes / BalCannes Stage // AGENCIJA UZVRAĆA UDARAC... / AGENCY STRIKES BACK ... // Više na str. 20 / More on page 20  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Place // MEDIANET JE ISTRAŽIO... / MEDIANET DOES THE... // Više na str. 70 / More on page 70

PETAK 11.15 - 11.45 VIKEND RADNI PROSTOR // FRIDAY 11.15am - 11.45am WEEKEND WORK SPACE

## Medianet je istražio: Tko je najpopularniji novinar u Hrvatskoj

Ponovljeno istraživanje Medianeta nakon dvije godine pokazat će tko je u očima hrvatskih građana najpoznatiji novinar. Prisjetit ćemo se rezultata ankete iz 2013. i prezentirati vam rezultate iz rujna 2015. Tko su najpopularniji TV, radijski i tiskovni novinari? Pridružite nam se na kratkoj, ali dinamičnoj prezentaciji i saznajte. Možda ste baš vi među prvih 10 najpopularnijih novinara!

## U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // DIGITALNI BIZNIS MODEL / DIGITAL BUSINESS MODELS // Više na str. 39 / More on page 39  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // WINGS FOR LIFE WORLD RUN / WINGS FOR LIFE WORLD RUN // Više na str. 18 / More on page 18  
Dvorana Produceni Vikend / Extended Weekend Stage // TEORIJA VELIKE NUŽDE / THE THEORY OF THE GREAT URGE // Više na str. 19 / More on page 19  
Dvorana BalCannes / BalCannes Stage // AGENCIJA UZVRAĆA UDARAC... / AGENCY STRIKES BACK ... // Više na str. 20 / More on page 20  
Dvorana radionica / Workshop Stage // MAKING NEWS... / MAKING NEWS... // Više na str. 70 / More on page 70



## Medianet Did The Research: Who is The Most Popular Journalist in Croatia?

Once again after two years, Medianet will show us who the most popular journalist is in the eyes of Croatian people. We will take a look back to the 2013 results and present the results from 2015. Who are the most popular TV, radio and print journalists? Join us for a short, but very dynamic presentation and find out. Maybe you are one of the top 10 most popular journalists!

## Metricom - Prati život društvenih mreža

Interaktivna radionica alata Metricom specijaliziranog za praćenje i analizu društvenih mreža u regiji. Brzo i jednostavno, manje pogrešnih postova, lokalna podrška, automatski sentiment samo su neke od prednosti Metricoma nad sličnim alatima.

PREZENTER // PRESENTER



Marko Buljan

Medianet, IT Manager, Hrvatska  
Medianet, IT Manager, Croatia

## Metricom - Follows the Life of Social Networks

An interactive workshop using the Metricom tool specialized for tracking and analysis of social networks in the region. Quick and easy, less false posts, local support and automated sentiment are just some of the benefits of Metricom over similar tools.



PETAK 12.30 -13.30 VIKEND RADNI PROSTOR // FRIDAY 12.30pm - 13.30pm WEEKEND WORK SPACE

## Gledamo vas dok gledate

I&F McCann Grupa u suradnji s IPG Labom predstavlja tehnološku platformu ATTENTV kao jednostavan način da se testira bilo koji video sadržaj. Na globalnoj sceni postoji mnogo tehnologija koje se danas koriste za istraživanje i razumijevanje nivoa pažnje gledatelja dok gledaju određeni video format. Mnoge platforme danas mogu i dekodirati emocije gledatelja, a čak pokušavaju da raspoznaјu spol i godine osobe koja gleda video sadržaj. Većina njih je tehnološki vrlo zahtjevna i prilično skupa metoda istraživanja. U trenutku kada online video sadržaj rapidno postaje primaran način zadovoljenja potrebe za brzom informacijom ili lakom zabavom, a s druge strane blogeri dobivaju na sve većem značenju u smislu utjecaja koji imaju na potrošače, ATTENTV daje brz, pristupačan uvid u to hoće li određeni video sadržaj imati uspjeha kod publike, a da to nije samo broj lajkova, pregleda ili dijeljenja.

PREZENTER // PRESENTER



Katarina Kostić

I&F McCann Grupa, direktorka razvoja za medijske operacije, Srbija  
I&F McCann Grupa, Business Development Director Media Operations SEE, Serbia

## We Are Watching You Watching

I&F McCann Group in cooperation with IPG Lab present the ATTENTV technological platform as a simple way of testing video content. There are many technologies on the global scene that are used for research and understanding viewer attention levels or certain video formats. Today, many platforms can decode viewer emotions, and even define the sex and age of the viewer. Most of them are a very technologically advanced and relatively expensive research method. In a time when online video content is rapidly becoming a primary way of gratification for quick information or light entertainment, and bloggers are becoming more important because of the effect they have on consumers, ATTENTV offers a quick, approachable insight if a certain video content will be successful with an audience, and that is not just the number of likes, views or shares.

## U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // MEDITERAN KAKAV [NE] BI... / THE MEDITERRANEAN AS IT SHOULD ... // Više na str. 40 / More on page 40  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // TREBAJU LI NOVINARI MEDIJE? / DO JOURNALISTS NEED THE MEDIA? // Više na str. 41 / More on page 41  
Dvorana Produceni Vikend / Extended Weekend Stage // RECI TO FILMOM / SAY IT BY FILM! // Više na str. 42 / More on page 42  
Dvorana BalCannes / BalCannes Stage // TRGOVINA ZA 21... / 21ST CENTURY... // Više na str. 43 / More on page 43  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // BOASTING, ROASTING AND... / BOASTING, ROASTING AND... // Više na str. 62 / More on page 62  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // TV REDEFINED / TV REDEFINED // Više na str. 21 / More on page 21



## Kako napraviti lokalnu televiziju

## How To Make A Local Television Channel

Kako praviti bolje i gledljivije programe lokalnih televizija u Hrvatskoj? Zašto je težnja malih televizija da "odrastu" i postanu velike u sadržajnom smislu siguran put u propast? Koliko novca je potrebno za miran život jedne lokalne televizije? Kome su lokalne televizije potrebne - vlasnicima, novinarima, tehničarima, političarima, gospodarstvenicima, građanima...? Mogu li lokalne televizije suradivati i raditi zajedničke programe i istodobno sačuvati svoju prepoznatljivost i lokalni "štih"? Odgovore će potražiti za okruglim stolom čelni ljudi lokalnih televizija u Hrvatskoj.

How to create better and more watchable local TV programs in Croatia? Why is the aspiration of small networks to "grow up" and become big in a contextual manner a safe way into failure? How much money is necessary for a peaceful life of a local TV network. Who needs local networks – owners, journalists, technicians, politicians, businessmen, citizens....? Can local TV networks cooperate and create joint programs while at the same time keep their recognisability and their local "touch"? Find out the answers to these questions at a round table with the leaders of Croatia's local TV networks.

## Show Me The Money!!! Measure The Worth Of Your Online PR Activities

## Show Me The Money!!! Izmjerite vrijednosti svojih online PR aktivnosti

Kreirali ste i odradili vrhunsku online PR kampanju za svog klijenta. Trebate pokazati plodove svog truda, no koje metrike pokazati da klijent bude zadovoljan i svjestan što ste za njega učinili... Mjerenje utjecaja PR aktivnosti i u doba klasičnih medija bilo je pitanje puno prijepora i kontroverzi. U doba internetskih medija i društvenih mreža situacija se zakomplificirala. U ovom predavanju pokazat ćemo glavne probleme i moguća rješenja, te odgovoriti na pitanje: Možemo li pokazati koliko novaca je klijentu donijela vaša PR kampanja?

You have just created a top online PR campaign for your Client. Now you need to show the fruits of your labour, but which metrics should you show so that the Client is satisfied and aware of everything you have done for him...measuring the effects of PR activities in a time of classical media was a question of many disputes and controversies. In a time of internet media and social networks the plot has thickened. This lecture will point out the main issues and possible solutions, as well as answer the question: can we show just how much money the Client has made with your PR campaign?

## PREZENTERI // PRESENTERS



Drenislav Žekić

TV Istra, direktor programa, Hrvatska  
TV Istra, Editor in Chief, Croatia

## U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // OD LAIBACHA DO PJONGJANGA / FROM LAIBACH TO PYONGYANG // Više na str. 44 / More on page 44  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // BUZZWORD: PROGRAMMATIC / BUZZWORD: PROGRAMMATIC // Više na str. 22 / More on page 22  
Dvorana Produceni Vikend / Extended Weekend Stage // KAKO STVORITI I SVIJETU... / HOW TO CREATE AND SELL ... // Više na str. 23 / More on page 23  
Dvorana BalCannes / BalCannes Stage // GIRL POWER / GIRL POWER // Više na str. 45 / More on page 45  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // IGROM DO PRIJESTOLJA / GAMING TO THE THRONE // Više na str. 62 / More on page 62

## PREZENTER // PRESENTER



Petar Ćuk

Mediatoolkit, Media Monitoring Specialist, Hrvatska  
Mediatoolkit, Media Monitoring Specialist, Croatia

## U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // BALCANNES PREDSTAVLJANJE 25 NAJBOLJIH... / BALCANNES TO PRESENT... // Više na str. 84 / More on page 84  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // KO TO TAMO GLUMI / WHO'S ACTIN' OVER THERE // Više na str. 46 / More on page 46  
Dvorana Produceni Vikend / Extended Weekend Stage // ŽIVIMO U NEVJEROVATNOM... / WE LIVE IN AN AMAZING ... // Više na str. 24 / More on page 24  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // MOĆ NETWORKINGA / THE POWER OF NETWORKING // Više na str. 63 / More on page 63



## Razmišljati kao kreativna agencija: U lovu na veliku ideju

Kreativnost se, pogotovo u marketinškim krugovima, iz nekog razloga podsvjesno smatra nečim gotovo na rubu mističnog. Nečim čime su blagoslovljeni rijetki, pomalo autistični kvazumjetnici koji tu i tamo, nakon nekog neartikuliranog rituala i hektolitra kave izbacuju nekakve ideje, više ili manje po ukusu osobe koja ih treba odobriti. To je dobro kada kreativnost treba prodati, ali loše kada o kreativnom procesu i idejama treba razgovarati. Baš zato, uhvatit ćemo priliku da demističiramo pojam kreativnosti i osvijestimo proces dolaska do ideja na kakvima rastu dobro vođeni brandovi. Ako ste se kao klijent bar jednom poželjeli naći s druge strane rampe i upustiti s nama u proces traženja ideja – dobrodošli. Tko zna, možda će vam kreativni proces s kojim ćemo vas upoznati pomoći da sami dodete do kreativnijih ideja od onoga što u posljednje vrijeme vidate.

## Creative agency thinking: The Hunt for the Grand Idea

Creativity is, mostly in the marketing circles, for some reason considered something almost borderline mystical. It's something that only a few are blessed with - mostly autistic quasi-artists here and there, who, after a non-articulated ritual and a few hectoliters of coffee tend to spill out some ideas, more or less to savor the taste of the person who needs to approve them. It's good when creativity needs to be sold, but it's bad when we talk about ideas and the creative process. That is precisely why we will take a shot at demystifying the term creativity and to awaken the process of getting ideas that great brands are built on. If you, as a Client, have ever wanted to see the other side of the process and try and look for ideas with us - you're welcome. Who knows, maybe the creative process that you will get to know will help you to reach even more creative ideas than what you've been seeing lately.

## Kako bi svijet izgledao bez dizajna

Živimo u eri digitalnih medija u kojoj se informacije razmjenuju munjevitom brzinom. Pažnju nam privlače tekstovi do 144 ili čak od 90 karaktera, a sve preko toga nam je dosadno ili previše. Brzina plasiranja i procesuiranja informacija dovila je do toga da se sve više komunicira putem vizualnih sadržaja (fotografije, postovi) koji često ne zadovoljavaju ni minimum profesionalnih standarda. Ako se, pak, i radi dizajn za društvene mreže, konzumenti tog sadržaja često se podcjenjuju. Zbog čega je online sadržaj manje vrijedan od outdoor ili print materijala? Zbog čega se od sr. e materijala očekuju rezultati kao od visokobudžetnih spotova i TV kampanja?

Nasuprot ovome, ekonomije u prethodnim stoljećima i desetljećima 'rasle' su na različitostima, segmentiranju, dobro osmišljenom dizajnu ambalaže i promotivnih materijala. Lideri u industrijskim su postali to što jesu upravo zato jer im je svaki segment prelijepo izgledao. Učestvujte u ovoj diskusiji i pogledajte kako bi izgledali proizvodi i kampanje velikih kompanija da nisu dizajnirane. Da li bi postali to što jesu da su se oglašavali na način, na koji to većina, u današnjici, radi online?

## How Would the World Look Like Without Design?

We live in an era of digital media where information is exchanged in lightning speed. Our attention spans up to 144 characters, sometimes even 90, everything more is either too boring or too much. The speed of pacing and processing information has led to the fact that we communicate more via visual content (photography, posts) that doesn't satisfy even the minimal professional standards. If we created content for social media, the consumers of this content are often undervalued. Why is online content less worth than outdoor or print materials? Why do we expect high-budget TVCs from s\*\*t materials?

Contrary to this, the economies in the past centuries and decades have "grown" on differences, segmentation, well designed product packaging and promotional materials. The industry leaders have become what they are because of the fact that each segment looked beautiful. Participate in this discussion and see how products and campaigns would look like if they were not designed. Would they become what they are today if they had advertised like most do online today?

## PREZENTER // PRESENTER



Alen Kekić

I to nije sve, kreativni direktor, Hrvatska  
I to nije sve, Creative Director, Croatia



Rona Žulj

I to nije sve, copywriter, Hrvatska  
I to nije sve, Copywriter, Croatia

## U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // 5 MEGATRENDOVA U MEDIJIMA / 5 MEGATRENDS OF PUBLISHING // Više na str. 25 / More on page 25  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // SHOULD I STAY OR... / SHOULD I STAY OR... // Više na str. 50 / More on page 50  
Dvorana Produceni Vikend / Extruded Weekend Stage // TAJNE PR-A IZ SILICONE... / PR SECRETS... // Više na str. 26 / More on page 26  
Dvorana BalCannes / BalCannes Stage // 5 PRAVILA MODERNOG MARKETINGA... / 5 RULES OF MODERN MARKETING... // Više na str. 27 / More on page 27  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // BUDUĆNOST PROFESIONALNE... / THE FUTURE OF PROFESSIONAL... // Više na str. 64 / More on page 64  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // DESTINATION DASHBOARD / DESTINATION DASHBOARD // Više na str. 64 / More on page 64

## MODERATOR



Ejub Kučuk

ContentCreatorApp.com, direktor, BiH  
ContentCreatorApp.com, CEO, BiH

## U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // TV'S GREATEST HITS / TV'S GREATEST HITS // Više na str. 51 / More on page 51  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // SOMO BORAC // SOMO FIGHTER // Više na str. 84 / More on page 84  
Dvorana Produceni Vikend / Extruded Weekend Stage // BIG DATA U ZDRAVSTVU / BIG DATA IN HEALTH CARE // Više na str. 52 / More on page 52  
Dvorana BalCannes / BalCannes Stage // ZABORAVITE SVE ŠTO... / UNLEARNING // Više na str. 53 / More on page 53  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // DESTINATION DASHBOARD / DESTINATION DASHBOARD // Više na str. 64 / More on page 64  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // DIGITAL TAKEOVER... / DIGITAL TAKEOVER... // Više na str. 76 / More on page 76



## DIGITAL TAKEOVER: Prilagodi se ili umri - kako se brendovi trebaju razvijati u promijenjenoj tržišnoj klimi

Sat polako otkucava i krajnje je vrijeme da brendovi prilagode svoj pristup tržištu te da se usklade s potrošačkim navikama. Relevantnost na tržištu znači pomak fokusa u digitalnu sferu, kao i maksimiziranje dostignuća korištenjem najefektivnijih komunikacijskih kanala. Koji su to novi trendovi i dokazane uspješne strategije? Saznajte više od vodećih stručnjaka na ovom panelu.

## DIGITAL TAKEOVER: Adapt or Die - How Brands Must Evolve in the Changing Marketing Landscape

The clock is ticking and it is time for brands to adapt their approach to the market to be in-tune with consumer behaviour. Staying relevant means shifting brand focus to the digital sphere and maximising performance by using the most efficient communication channels. What are new trends and proven success strategies? Hear more from leading experts of this panel.

## Destination Advocacy - novi model komunikacije u turizmu i hospitalityju

Uvijek je važno znati medijsku vrijednost promotivne kampanje, jer nam činjenice i brojevi mogu dokazati njihovu uspješnost. To je temelj klasičnog PR-a turističkih odredišta, no to više nije dovoljno. Propagiranje odredišta Destination advocacy je novi model promocije koji koristi emocionalni učinak kako bi zadobio srca utjecajnih osoba i opinion makera. Konačan cilj je doći do krajnjih korisnika – turista i putnika – i pretvoriti ih u goste koji se vraćaju svake godine.

## Destination Advocacy - a New Model of Communication in Tourism and Hospitality

Knowing the media value of promotion campaigns is important, as facts & figures can prove their success. That's the foundation of classical destination PR but it's no longer enough. Destination advocacy is a new model of promotion that uses emotional impact to win the hearts of influencers and opinion makers. Its ultimate goal: to reach the final users - tourists and travelers - and turn them into return visitors.

### PREZENTER // PRESENTER

**Marin Čurković**

MEC/WPP i AdScanner, direktor strategije i poslovnog razvoja, Njemačka  
MEC/WPP and AdScanner, Head of Strategy & Business Development,  
Germany

**Petra Bioć Petrač**

WWF Adria, voditeljica odjela komunikacija, Hrvatska  
WWF Adria, Communications Manager, Croatia

### MODERATOR

**Karlo Stojčević**

RedPoint, direktor i član Uprave, Hrvatska  
RedPoint, CEO and Board Member, Croatia



### PREZENTER // PRESENTER

**Vjekoslav Srednoselec**

Voditelj iProspect Adriatics i Konzultant za digitalne komunikacije u Carat  
Hrvatska, Hrvatska  
iProspect Adriatics/Carat, Head of iProspect Adriatics and Digital  
Communication Consultant at Carat, Croatia

**Anja Mutić**

Travel Journalist & Digital Nomad, Hrvatska/SAD  
Travel Journalist & Digital Nomad, Croatia/USA

### U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // TV'S GREATEST HITS / TV'S GREATEST HITS // Više na str. 51 / More on page 51

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // SOMO BORAC / SOMO FIGHTER // Više na str. 84 / More on page 84

Dvorana Produceni Vikend / Extended Weekend Stage // BIG DATA U ZDRAVSTVU / BIG DATA IN HEALTH CARE // Više na str. 52 / More on page 52

Dvorana BalCannes / BalCannes Stage // ZABORAVITE SVE ŠTO STE NAUČILI / UNLEARNING // Više na str. 53 / More on page 53

Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // KAKO BI SVIJET IZGLEDAO... / HOW WOULD THE WORLD... // Više na str. 75 / More on page 75

### U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // KAKO ĆEMO PRATITI IZBORE / HOW WILL WE COVER ... // Više na str. 54 / More on page 54

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // TKO JE KOGA POJEKO 2.0 / WHO ATE WHOM 2.0 // Više na str. 55 / More on page 55

Dvorana Produceni Vikend / Extended Weekend Stage // LIFE OF A YOUTUBER / LIFE OF A YOUTUBER // Više na str. 28 / More on page 28

Dvorana BalCannes / BalCannes Stage // THE EPICA SHOWCASE / THE EPICA SHOWCASE // Više na str. 30 / More on page 30

Dvorana Radionica / Workshop Stage // THE ART & SCIENCE... / THE ART & SCIENCE... // Više na str. 65 / More on page 65





## Urednik ili prodavač: Konačno recimo 'zbogom' pageview metrici

Od prvih dana online izdavaštva, pageview kao metrika igra veoma važnu ulogu: od prodaje oglasnog prostora do određivanja uspješnosti pisaca i urednika. No, tokom godina, zbog same prirode parametra, sistem napravljen oko pageview metrike je postao iskvaren. Urednici/novinari su primorani objavljivati vijesti koje će donositi klikove. Pišu o temama koje su popularne, a ne koje su važne. Urednici time postaju prodavači.

U ovom predavanju saznat ćete kako je taj sistem utjecao da mali website iz Srbije postane regionalni hit, kako je borac za ljudska prava i jednakost proglašen rasistom i odbačen od strane društva, kako je nepoznat i neafirmiran pisac dospio na listu bestsellera New York Timesa, te kako je jedan poznati pisac iskoristio sistem i sukob dva ogromna izdavača da proda milijune knjiga.

Rješenje leži u promjeni načina gledanja na analitiku. Umjesto da se oslanjamamo na samo jednu metriku (pageview, time spent), potreban je prijelaz na holističku kut gledanja.

Content Insights, kombinirajući preko 100 različitih metrika, daje kompletну sliku o tome što se događa s vašim sadržajem. Urednik dolazi do uvida koji mu je potreban za 10ak sekundi, bez obzira koji mu podatak treba.

### MODERATOR



Mario Krivokapić

Content 360, direktor prodaje, Srbija  
Content 360, Head of Sales, Serbia

### U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // 50 GODINA SUPER BOWLA / 50 YEARS OF THE SUPER BOWL // Više na str. 29 / More on page 29

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // SMART CITY... / SMART CITY... // Više na str. 56 / More on page 56

Dvorana Produceni vikend / Extended Weekend Stage // SHOPPERS ARE HUMANS... / SHOPPERS ARE HUMANS... // Više na str. 79 / More on page 79

Dvorana Radionica / Workshop Stage // NOVE MOGUĆNOSTI ZA... / NEW OPPORTUNITIES FOR SOCIAL... // Više na str. 31 / More on page 31



## Editor or Salesman: Let's Finally Say 'Goodbye' to Pageview Metrics

Since the first days of online publishing, pageview as metrics has played a vital role: from selling ad space to determining the success of writers and editors. But, through the years, due to the nature of the parameter, the pageview metric system has deviated. Editors/journalists are forced to publish news that bring clicks. They write about issues that are popular, instead of important ones. Editors are becoming salesmen. This lecture will help you find out how the system has affected a small portal in Serbia in becoming a regional hit, how a fighter for human rights and equality has been proclaimed a racist and rejected from society, how an unknown and unestablished writer came to be on New York Times' bestseller list, and how a well-known writer used the system as well as the conflict of two publishing houses to sell millions of copies of his book.

The answer is to change the perception of analytics. Instead of relying on one metric system (pageview, time spent), we should start taking a more holistic approach.

Content Insights will give you the complete picture on what's happening with your content. With its help the editor can now get the information he needs in 10 seconds, no matter what this data should be.

## Shoppers Are Humans Too

Tijekom godina specijalizacije u analizi i osmišljavanju uspješnih prodajnih koncepata pronašli smo određene "uzorke" u ponašanju kupaca na prodajnom mjestu koji su direktno povezani sa organizacijom i dizajnom samog prostora. U suradnji sa stručnjacima na području bihevioralne psihologije razvijena je metoda analize utjecaja prodajnog prostora na ponašanje kupaca te konkrete smjernice kako se kvalitetnom prostornom organizacijom može pozitivno utjecati na donošenje odluke o kupnji. U svijetu u kojem se svakodnevno traže novi načini za implementaciju digitalnih tehnologija u fizički prostor, ova metoda ustvari čini upravo to, spaja naše pozitivne navike u on-line kupovini sa stvarnim svjetom, ali na vrlo jednostavan i logičan način.

### PREZENTER // PRESENTER



Damjan Geber

Brigada, vlasnik i kreativni direktor, Hrvatska  
Brigada, Owner and Creative Director, Croatia

### U ISTO VRIJEME // AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // 50 GODINA SUPER BOWLA / 50 YEARS OF THE SUPER BOWL // Više na str. 25 / More on page 25

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // SMART CITY... / SMART CITY... // Više na str. 51 / More on page 51

Dvorana Radionica / Workshop Stage // NOVE MOGUĆNOSTI ZA... / NEW OPPORTUNITIES FOR SOCIAL... // Više na str. 30 / More on page 30

Vikend Radni prostor / Weekend Work Place // UREDNIK ILI PRODAVAČ... / EDITOR OR SALESMAN... // Više na str. 18 / More on page 18

### SUBOTA 18.00 - 19.00 VIKEND RADNI PROSTOR // SATURDAY 6pm - 7pm WEEKEND WORK SPACE

## Od lokalnog startupa do globalnog finisha

Putem niza zanimljivih natjecanja i pitcheva, kao i strateški određenoj podršci, Hrvatski Telekom nastoji trasirati puteve za nove kompanije koje mogu osigurati svjetski uspjeh. Da je tome tako, dokazuju slučajevi tvrtki DivIT, uniGluko i PhotoMath s kojima HT surađuje i koje svakako mogu postići globalni uspjeh. Predstavnici tih kompanija otkrit će na koji način su počeli, na koje prepreke su nailazili i kako su, zapravo, postali zapuženi na globalnim tržištima.

### PREZENTER // PRESENTER



Bojan Muščet

Hrvatski Telekom, viši stručnjak za odnose s javnošću, Hrvatska  
Hrvatski Telekom, Senior Public Relation Expert, Croatia

## From a local start-up to a global finish

By way of interesting competitions and pitches, as well as strategically specified support, Croatian Telecom is trying to set the way for new companies that can ensure global success. The fact that it is working is shown from DivIT, uniGluko and PhotoMath – companies that HT collaborates with and which can definitely reach global success. The representatives of these companies will tell us how they started out, what obstacles got in their way and how they became noticeable in global markets.



Dragan Petrić

Bug, izvršni urednik, Hrvatska  
Bug, Executive Editor, Croatia



**CIJELI SVIJET TRČAT ĆE ZAJEDNO.  
PRIDRUŽI SE.**



**ISTI DAN, U ISTO VRIJEME DILJEM SVIJETA.  
8. SVIBNJA 2016.**



100% VRIJEDNOSTI IZNOSA STARTNINA ULAŽE SE U ZAKLADU WINGS FOR LIFE.

[WINGSFORLIFEWORLDRUN.COM](http://WINGSFORLIFEWORLDRUN.COM)



**EXTRA, EXTRA, EXTRA  
PARTY, PARTY, PARTY**



## Indoor kreativac

Dobro kreativno rješenje osnova je bilo koje uspješne promotivne kampanje. Ali što kad imate medij koji svojim sadržajem i programom ne mora privlačiti svoje gledatelje, slušatelje ili čitatelje? Što kad je ciljana publika već u čekaonicama domova zdravlja ili veterinarskim stanicama, u ljekarnama? U vozilima javnog prijevoza, u školama i fakultetima, u liftovima i holovima poslovnih zgrada? Ili na plažama?

U tom slučaju dovoljno je imati dobro kreativno rješenje koje će po principima AIDA odraditi svoj posao. Prodati Vaš proizvod! Dovoljno je da se kreativnim rješenjem privuče pažnja i zainteresira točno definirana ciljana skupina, koja se već nalazi u određenom prostoru ili na plažama. Dovoljno je razumjeti prirodu tih medija koji su i zanimljiv sadržaj i efikasna promocija. U takvim prostorima lako se stvara želja, a kako je prodajno mjesto vrlo blizu i dostupno u kratkom roku, dovoljno je pozvati kupce na akciju i dobiti izvrsnu prodajnu reakciju!

Eto, takva kreativna rješenja očekujemo i prizivamo na još jednom natječaju INDOOR KREATIVCA 2015.

## Indoor Creative

A good creative solution is the basis of any successful advertising campaign. But what happens when you have a medium that doesn't have to attract its viewers, listeners or readers? What if the target audience is already in the waiting rooms of medical or veterinary practices? Maybe they're using public transportation, or are in schools and universities, elevators or business halls? Maybe even the beach?

In that case, it is enough to have a good creative solution based on AIDA principles that will do the job right. Sell your product! It is enough that the creative solution attracts attention and makes the target audience interested – a target audience which already happens to be located in a certain space. It's enough to understand the nature of that specific media that become both interesting content and effective promotion. Such spaces create a need, and since a place of purchase is probably very close, it is enough to invite the buyers and receive an excellent sales reaction!

There! These are the kinds of creative solutions we expect while we kindly invite you to another INDOOR CREATIVE 2015 contest.



PETAK 20.00 DVORANA VIKENDICA // FRIDAY 8pm SUMMER HOUSE STAGE

## Pored mene - projekcija filma

Olja nije bilo dovoljno da samo predaje povijest. Željela je mijenjati svijet. Da to ne ide tako lako, shvatit će kad otkrije da je netko od njenih učenika odgovoran za napad na nju, snimljen i postavljen na internet. S obzirom da nitko iz razreda ne želi priznati i preuzeti odgovornost, Olja odlučuje poduzeti radikalne mjere.

## Pored mene - film screening

Olja was not satisfied with just teaching history. She wanted to change the world. Olja will find out this is no easy task when one of her students, responsible for attacking her, records the attack and uploads it on the internet. Since no one in class wants to admit and take responsibility, Olja decides to take drastic measures.



## PPP [Piva Poslije Programa] Kraj digitalnih agencija?

U svijetu se već dulje vrijeme priča kako je došao kraj digitalnim agencijama. Koliko uopće imaju smisla agencije za jedan jedini medij? Koje agencije treba tržište i koje će opstati? Jesu li digitalne agencije bile samo premosnica iz tradicionalnog u postdigitalno doba i u kojem se „dobu“ uopće nalazi Balkan? Na PPP [Pivi Poslije Programa] razgovaramo s oglašivačima i agencijama.

## PPP [Beer After Program] The End of Digital Agencies?

We have been hearing stories that digital agencies have come to an end. Is there any use for agencies dealing with only one medium? Which agencies does a market need and which agencies will survive? Were digital agencies only a bypass from traditional to post-modern times and in age can we put the Balkan region as such? We'll talk to advertisers and agencies at the PPP.

PREZENTER // PRESENTER



Andjela Buljan Šiber

iZone, direktorka, Hrvatska  
iZone, Director, Croatia



# EXTRA, EXTRA, EXTRA

PETAK 16.45 - 18.45 DVORANA VIKEND // FRIDAY 4.45pm - 6.45pm WEEKEND STAGE

## BALCANNES predstavljanje 25 najboljih projekata

Regionalna revija reklamnih agencija BalCannes ovog se rujna četvrti put održava kao dio Weekend Media Festivala u Rovinju. Pozvane da sudjeluju, i tako se predstave u ovom pregledu agencijskog tržišta regije, su sve reklamne agencije iz Bosne i Hercegovine, Srbije, Crne Gore, Hrvatske, Slovenije i Makedonije. Svi prijavljeni radovi bit će prikazani u sklopu screening programa na Weekendu, a tijekom cijele godine bit će dostupni na BalCannes Yellow Pages stranicama. Iako projekt nije natjecateljskog karaktera, 25 najzanimljivijih projekata, predstavnici agencija moći će dodatno predstaviti petminutnim prezentacijama u glavnoj dvorani Weekend Media Festivala, u udarnom terminu. BalCannes oglašivačima pruža odličnu priliku za uvid u najbolje agencijske radove i koristan je alat prilikom odabira agencije koja će im pružiti najbolju marketinšku podršku, dok je istovremeno agencijama jedinstvena prilika iz prve ruke saznati što se događa izvan njihovih granica.

Ove godine jedinstvena prilika agencijama da se predstave i u globalnoj konkurenциji otvorena je partnerstvom koje je ostvareno između BalCannesa i globalnog natjecanja Epica Awards. Ovim je partnerstvom za 25 radova koji će biti izabrani kao najbolji na BalCannesu ostvareno 50% popusta za prijave agencija na ovogodišnje Epica nagrade, koje će se u studenom održati u Berlinu.

[www.balcannes.com](http://www.balcannes.com)



SUBOTA 12.30 - 14.00 DVORANA VIKENDICA // SATURDAY 12.30pm-2pm SUMMER HOUSE STAGE

## SOMO BORAC

Weekend će po treći put biti domaćin dodjele SoMo Borac nagrada u organizaciji agencija 404 te Jasno i Glasno. SoMo Borac prepoznaće najbolje regionalne digitalne radove, a dijeli se čak 24 statue, printane u 3D tehnologiji, u osam kategorija. Prijava radova je besplatna, a mogu se prijaviti na [somoborac.com](http://somoborac.com). Finaliste koje odabere veliki regionalni žiri bit će predstavljeni na Weekend Media Festivalu. Natječaj je otvoren za radove agencija, tvrtki ili pojedinaca nastale u Hrvatskoj, Sloveniji, Bosni i Hercegovini, Srbiji, Makedoniji i Crnoj Gori.

[www.somoborac.com](http://www.somoborac.com)

## BALCANNES Presenting Top 25 Projects

The regional advertising agencies showcase BalCannes will take place for the 4th time as a part of the Weekend Media Festival. All advertising agencies from Bosnia and Herzegovina, Serbia, Montenegro, Croatia, Slovenia and Macedonia are invited to take part and present themselves in this agency review of the region. All the submitted entries will be shown as part of the BalCannes screening program at the Weekend Media Festival and BalCannes Yellow Pages, which is an online database comprising the best agencies in the region, available all year long and featuring only projects and agencies participating in the BalCannes showcase. Even though the project is not a competition, agency representatives will be able to additionally show-case the total of 25 most interesting projects to all the participants via 5-minute presentations at the main Weekend Hall, during festival primetime. BalCannes provides the advertisers an excellent opportunity to see the best projects of agencies and is a useful tool when selecting the agency that will provide their marketing support, while at the same time, it gives agencies a unique opportunity to learn firsthand what is going on outside their borders.

This year's partnership between the global competition Epica Awards and the regional advertising showcase BalCannes provides a unique opportunity for regional agencies to present themselves in the global competition. For the 25 agencies whose campaigns will be selected as the best at the BalCannes, this partnership allows 50% discount for the agency registration at the Epica awards, which will be held in November in Berlin.

[www.balcannes.com](http://www.balcannes.com)

## SOMO FIGHTER

For the third time Weekend Media Festival will host the SoMo Borac awards, organized by the agencies 404 and Jasno i Glasno. SoMaborac recognizes the best regional digital works and awards 24 statues printed in 3D technology, for eight different categories. The applications are free and can be filed at [somoborac.com](http://somoborac.com). The finalists chosen by the large regional jury will be presented at Weekend Media Festival. The awards contest is open for agencies, companies or individuals from Croatia, Slovenia, Bosnia and Herzegovina, Serbia, Macedonia and Montenegro.

[www.somoborac.com](http://www.somoborac.com)



## Četvrtak, 24.09. // Thursday, 9/24

21.00h / 9pm

Weekend Welcome Party @ Pepermint Klub



## Petak, 25.09. // Friday, 9/25

21.00h / 9pm

Great Gatsby New Year's Eve Party  
@ Pepermint Klub



Projekcija filma Pored mene / Pored mene Film Screening  
@ dvorana Vikendica // Summer House Stage



Universal Music Hrvatska predstavlja: Kandžija i Gole žene  
Universal Music Hrvatska presents: Kandžija i Gole žene  
@ dvorana Vrt // Garden Stage

23.00h / 11pm

Pepermint All Stars  
@ Pepermint Klub

## Subota, 26.09. // Saturday, 9/26

18.00h / 6pm

Peugeot Cocktail Party  
@ Pepermint Klub



21.00h / 9pm

Tvornica predstavlja Miki Solus / Tvornica presents Miki Solus  
@ Pepermint Klub



23.00h / 11pm

Jägermeister predstavlja Kawasaki 3P Live  
Jägermeister presents Kawasaki 3P Live  
@ dvorana Vrt // Garden Stage



23.00h / 11pm

Pepermint All Stars  
@ Pepermint Klub

ISTRAŽIVANJE  
TRŽIŠTA I MARKET  
SAVJETOVANJE RESEARCH AND  
CONSULTANCY

**mediana**

ZAGREB / LJUBLJANA / BEOGRAD / SARAJEVO / SKOPJE / TIRANA

MEDIANA FIDES d.o.o., Ulica grada Vukovara 271, 10000 Zagreb, Croatia, info@medianagroup.net

**Biuro**<sup>24/7</sup>  
[www.buro247.hr](http://www.buro247.hr)

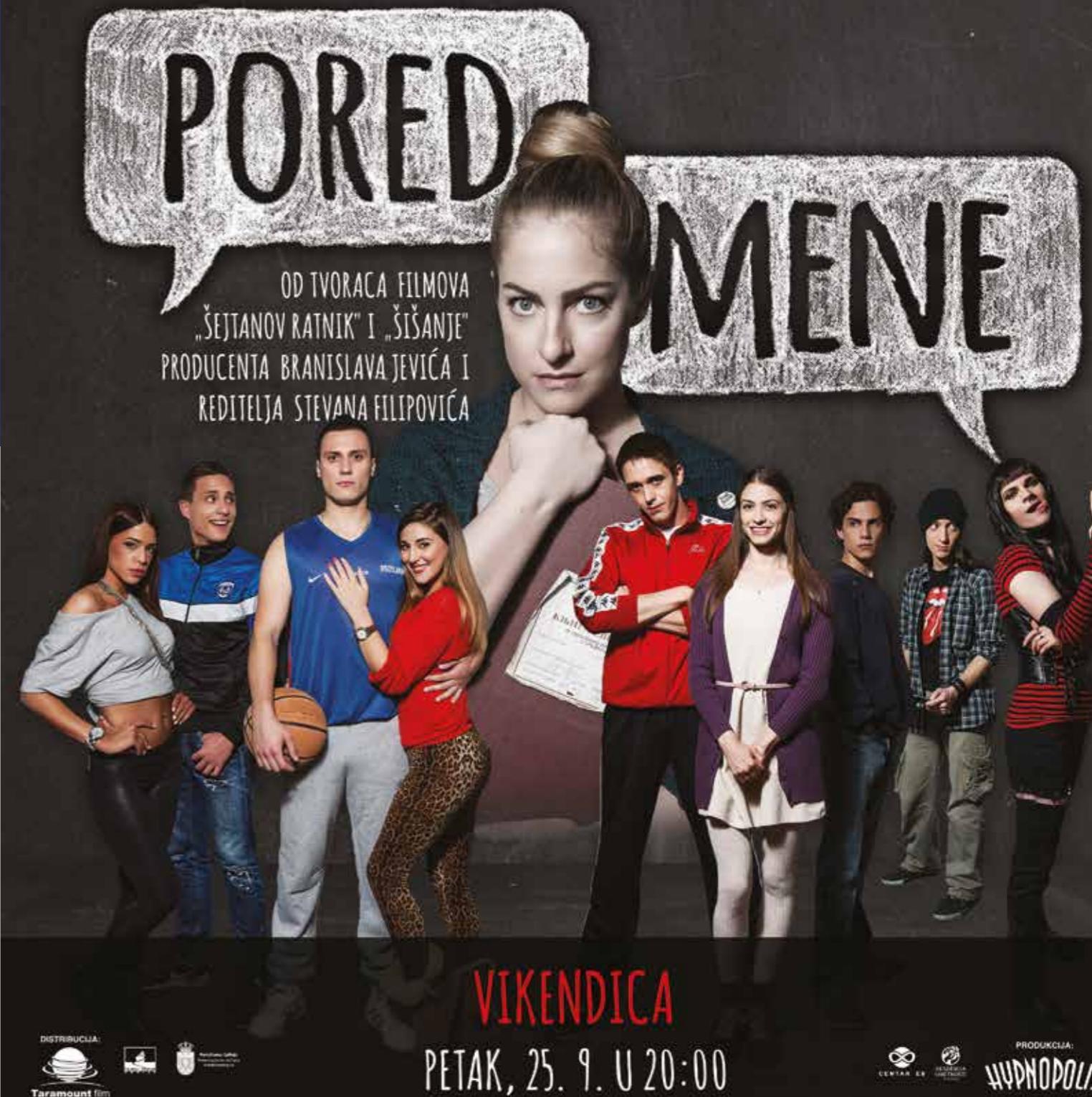


WEEKEND 8  
ROVINJ  
24. - 27. 9. 2015.

VAS POZIVAVU NA PROJEKCIJU FILMA

**PORED MENE**

OD TVORACA FILMOVA  
„ŠEJTANOV RATNIK“ I „ŠIŠANJE“  
PRODUCENTA BRANISLAVA JEVIĆA I  
REDITELJA STEVANA FILIPovićA



**VIKENDICA**  
PETAK, 25. 9. U 20:00

DISTRIBUCIJA:

Taramount film

CENTRIKA

PRODUKCIJA:

HYPNOPOLIS

# DANI KOMUNIKACIJA



Organizatori

Gdje se susreću  
kreativnost  
i učinkovitost.

[www.danikomunikacija.com](http://www.danikomunikacija.com)



Hrvatska udruga za odnose s javnošću  
Croatian Public Relations Association

[www.huoj.hr](http://www.huoj.hr)





# FOR FREE!!!

Potraži nextbike info pult, ponesi osobnu iskaznicu, **sjedni i vozi!**



Ovaj Weekend  
osigurali smo ti besplatnu  
vožnju bicikloma i 2  
nextbike stanice, jednu  
ispred hotela Lone i drugu  
ispred ulaza na Weekend  
Media Festival.



**U goodie bagu pronadi nextbike poklon bon** u vrijednosti 79kn za besplatnu vožnju nextbike bicikloma u 5 gradova u Hrvatskoj i čak 100 gradova u svijetu!

call centar 01 777 6534  
radno vrijeme 08-20

info@nextbike.hr  
www.nextbike.hr

f nextbike Croatia

Hooshoooooo...

Up to the moon and beyond!



[www.demoda.hr](http://www.demoda.hr) | [www.demoda.co](http://www.demoda.co)



# 404

[www.404.agency](http://www.404.agency) / office@404.agency  
Trg žrtava fašizma 2, 10 000 Zagreb



[www.broj42.com](http://www.broj42.com) / office@broj42.com  
Trg žrtava fašizma 2, 10 000 Zagreb

Tražite fotografije za opremanje Vaših promotivnih materijala,  
intraneta i web stranica, objava u medijima, kataloga, ...

Tražite vrhunskog fotoreportera za snimanje Vaših događanja, promocija,  
prostora, Vama važnih osoba, ...



PIXSELL. SVE ŠTO TREBA VIDJETI.

[WWW.PIXSELL.HR](http://WWW.PIXSELL.HR)

Registrirajte se na [www.pixsell.hr](http://www.pixsell.hr) i upoznajte s našom ponudom.  
Rado ćemo odgovoriti na sve upite o ponudi fotografija te mogućnostima korištenja.

PIXSELL PRODAJA  
[prodaja@pixsell.hr](mailto:prodaja@pixsell.hr)  
00385 (0) 160 69 941

INFO DESK  
[info@pixsell.hr](mailto:info@pixsell.hr)  
00385 (0) 165 00 948

DOGAĐANJA  
[najave@pixsell.hr](mailto:najave@pixsell.hr)  
00385 (0) 160 69 477

# WE ARE FIVE, DESIGN DRIVEN APP DEVELOPMENT

[www.five.agency](http://www.five.agency)

New York, Zagreb, Osijek

shoutem

MOBILE APP CREATOR

Simple.  
Affordable.  
Powerful.



[www.shoutem.com](http://www.shoutem.com)

# POTREBAN VAM JE:



SUPERJUNAK  
DRUŠTVENIH  
MREŽA



SADRŽAJNI  
NINĐA



ČAROBNJAK  
OGLAŠAVANJA

LAKŠE IH JE PRONAĆI  
NEGO ŠTO MISLITE ;)



[WWW.JASNOIGLASNO.COM](http://WWW.JASNOIGLASNO.COM)

We're  
popping up  
just around  
the corner!



**acamediahub.com**

**aca**  
ADRIA CREATIVE AGENCY



**8 dana u godini**  
izgubimo u prometnim gužvama



**10 dana u godini**  
žene potroše na frizuru



**60 dana u godini**  
djeca kašju



**304 dana u godini**  
lavovi spavaju



**345 dana u godini**  
Nova TV je najgledanija televizija\*

\*Nielsen Audience Measurement, TG 18-54, Period: 08.09.2014. - 07.09.2015.



**HRF**

PRIJATELJ WEEKEND MEDIA FESTIVALA



# Bella bigger story

**FOX media**

**FOX** **FOX life** **FOXCRIME** **NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL** **24 KITCHEN** **TLC** **Discovery CHANNEL**



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

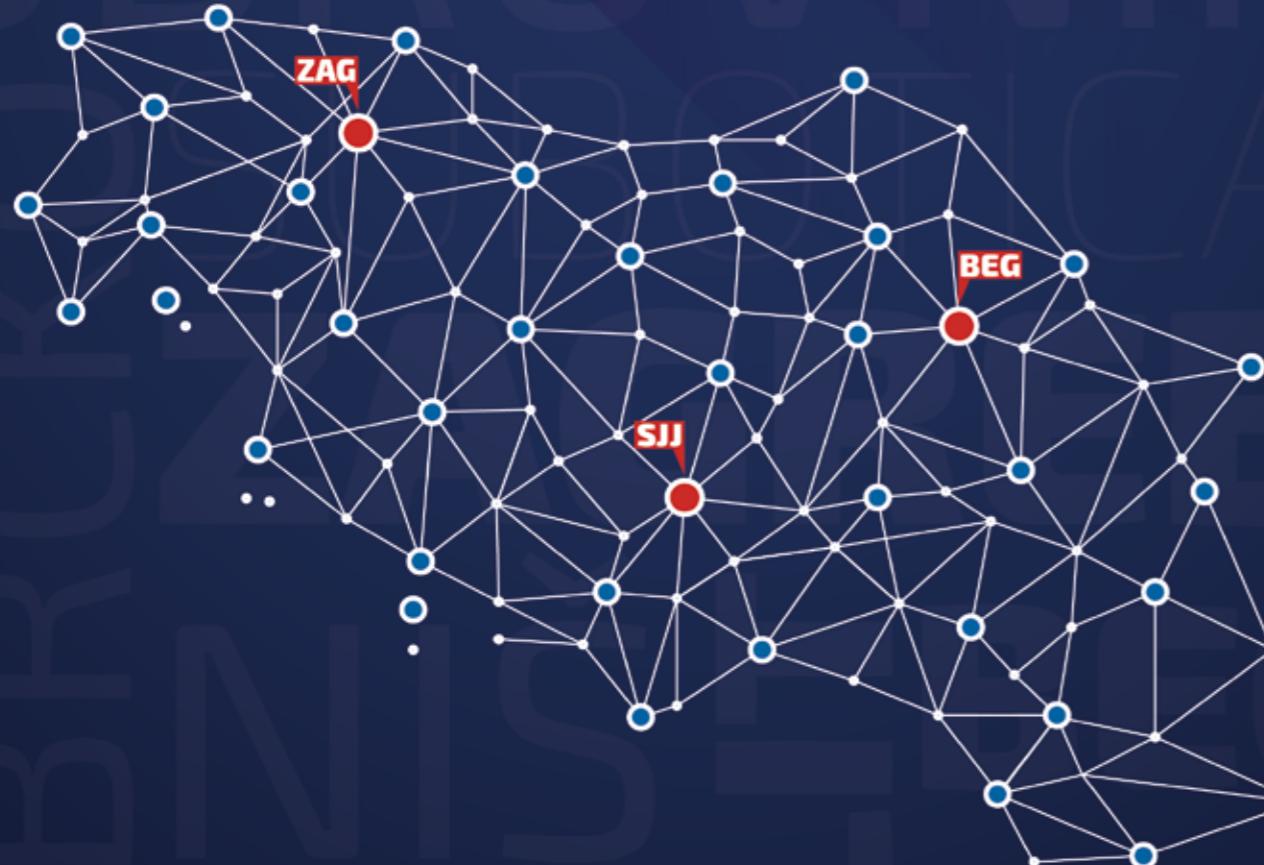
CMC **TV**

[www.cmc.com.hr](http://www.cmc.com.hr)



# N1

CNN EXCLUSIVE NEWS  
CHANNEL AFFILIATE



**Vijesti za  
korak dalje**

ДОДАЈТЕ НОВУ  
ДИМЕНЗИЈУ СТВАРНОСТИ.  
ДОБРО дошли КУЋИ.

**РТС**

Радио-телевизија Србије



# PRVA GLEDAJ BOLJE!



## USODNO VINO



The autumn is not only the time when grapes turn into wine, but also the time for new love. The new Slovenian romantic series Usodno vino will take viewers to the idyllic and picturesque surroundings of the Slovenian Istria, where Nina Dolinar (played by Inja Zalta) and Martin Rozman (played by Klemen Janežič) will fight for their young love. We cannot wait to present the series to you and the entire Slovenian audience. With time, everything grows – even love!

pop

A NEW  
SLOVENIAN  
SERIES  
THIS AUTUMN

IT'S TIME TO REFRESH  
YOUR TV SPLIT!



From challenger to TV trendsetter.



federalna**TV**  
NAJGLEDANIJA TELEVIZIJA U BOSNI I HERCEGOVINI

federalna**TV**  
NAJGLEDANIJA TELEVIZIJA U BOSNI I HERCEGOVINI

federalna**TV**  
NAJGLEDANIJA TELEVIZIJA U BOSNI I HERCEGOVINI

**ZNAM GDJE SAM!**

Radio-televizija Federacije BiH / Bulevar Meše Selimovića 12 71000 Sarajevo  
Centrala: + + 387 33 46 11 01 / Sektor marketinga: + + 387 33 46 15 12  
[www.rtvfbih.ba](http://www.rtvfbih.ba)

НАШИХ  
ОСАМНАЕСТ  
ГОДИНА

---



[www.atvbl.com](http://www.atvbl.com)

PINK BH

# KAD TI **Cine** DA U CINESTARU NEMA LOŠEG DANA U TJEDNU!



## Moj **CineDan**

Za sve detalje posjeti [www.blitz-cinestar.hr](http://www.blitz-cinestar.hr)  
 [www.facebook.com/CineStar Multiplexi](https://www.facebook.com/CineStar Multiplexi)

**РТРС**  
Радио Телевизија Републике Српске



ПАДНО Тешеннија Пензионирке Групке



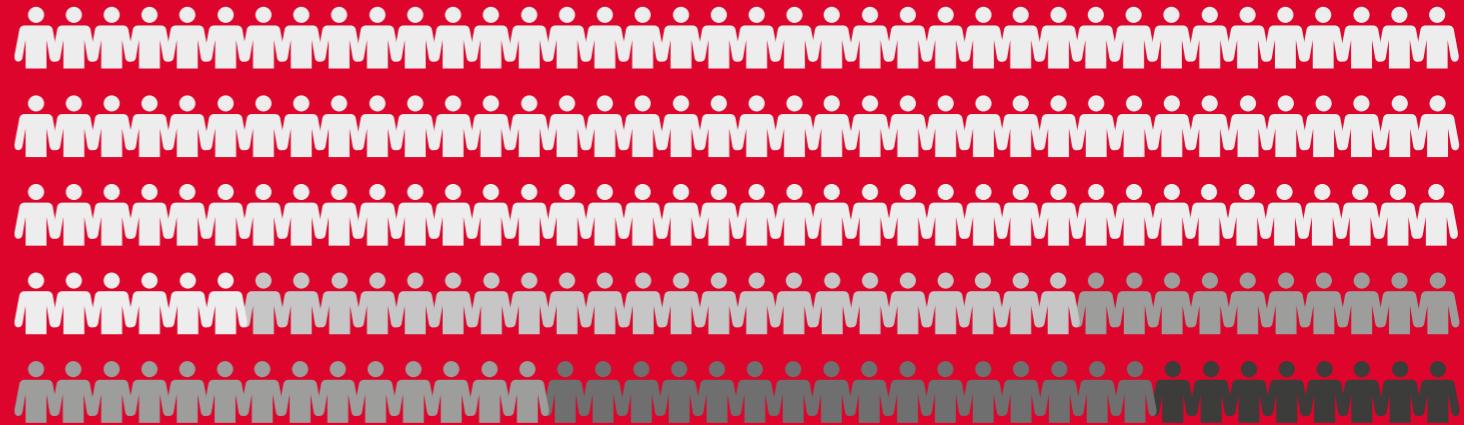


**u vanjskom oglašavanju**

[www.europakat.hr](http://www.europakat.hr)



**25.900.000 POTROŠAČA**



HRVATSKA

BOSNA I HERCEGOVINA

SRBIJA

MAKEDONIJA

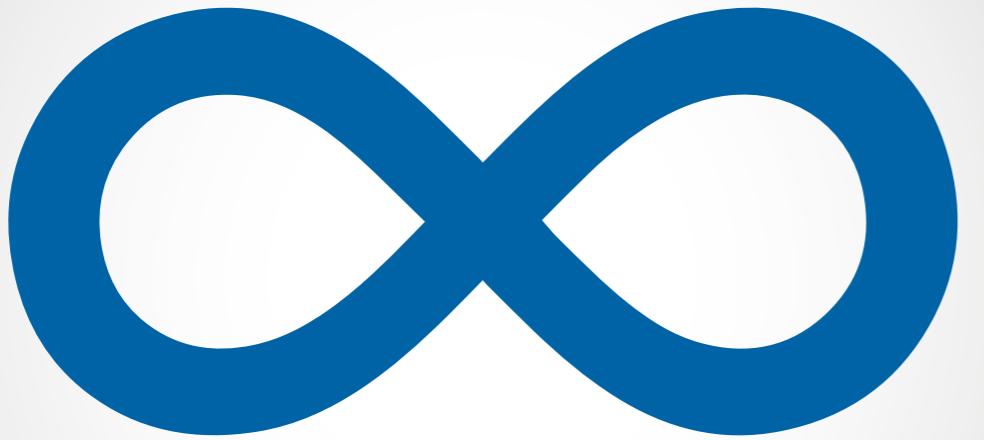
CRNA GORA



**B1 PLAKATI**

info@b1-plakati.hr • www.b1-plakati.hr

# One spirit, unlimited ideas



Styria je vlasnik najrelevantnijih, najprodavanijih i najčitanijih novina te niza novinskih i specijaliziranih portala. Sve to čini Styriju Hrvatska najjačim multimedijalnim brendom u državi, čija tiskana izdanja čita 2 milijuna ljudi svaki dan, a digitalne platforme dosežu 77% internetske populacije u Hrvatskoj. [styria.com](http://styria.com)

(STYRIA



njuškalo

Poslovni dnevnik



## mi kreiramo sadržaj



roditelji.hr

CRO-PORTAL

Story

ELLE

COSMOPOLITAN

sensa

vjenčanja

kuhaj

sretna

STORY HALL OF FAME • STORY FEST • STORY PINK • STORY UTRKA NA ŠTIKLAMA • STORYBOOK TEATAR  
STORYBOOK SALONSKA REVIJA • STORYBOOK BAL • ELLE FASHION FILM FESTIVAL • ELLE STYLE AWARDS  
ELLE FASHION FOTO TALENT • SENSA DAN • SENSA VIKEND • COSMOPOLITAN BEAUTY AWARDS • SAJAM VJENČANJA  
FAMILY DAY • NGM FOTO I VIDEO NATJEČAJ • NGM THINK GREEN • OUTDOOR MEN'S HEALTH  
ŠKOLA TRČANJA I TREKINGA • MEN'S HEALTH VIKEND • MEN'S HEALTH ELITE



MEDIJSKI POKROVITELJ

# Jutarnji**LIST**

115 godina,  
ali u punoj  
snazi

**NOVI LIST**



# Već 10 godina radimo za vas 24sata!

Multimedijalna platforma doseže 1,500.000 ljudi svaki dan



# NAJPRODAVANIJE DNEVNE NOVINE U HRVATSKOJ



[www.vecernji.hr](http://www.vecernji.hr)

Izvor: ABC Hrvatska 2015.  
\*u kategoriji od 7 kn

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

# KONFERENCIJA SMALL & MEDIUM BUSINESS FORUM MALI DIVOVI DOLAZE

Zagreb, Mala dvorana Lisinski  
**6. listopad 2015.**

## SUDIONICI

Pierluigi Collina financijski savjetnik  
Gordan Maras ministar poduzetništva i obrta  
Milan Bandić gradonačelnik Grada Zagreba  
Branko Roglić vlasnik tvrtke Orbico  
Martina Jus članica Uprave HBOR-a  
Stjepan Kožić župan Zagrebačke županije  
Petar Lovrić predsjednik HUP-ove  
Udruge malih i srednjih poduzetnika  
Luka Burilović predsjednik HGK  
Mirka Jozic pročelnica Gradskog ureda  
za gospodarstvo Grada Zagreba  
Krunoslav Ris direktor kompanije Betaware  
Karla Stojčević direktor agencije RedPoint



## PRIJAVITE SE!

Cijena prijave  
800 kn + PDV

## PRIJAVE NA:

[www.poslovni.hr/sme-prijava](http://www.poslovni.hr/sme-prijava)

## VIŠE O KONFERENCIJI:

[www.poslovni.hr/sme](http://www.poslovni.hr/sme)

**SPECIJALNI GOST**  
**PIERLUIGI COLLINA**  
najbolji nogometni sudac svih vremena

Osigurajte svoje mjesto na interaktivnom motivacijskom predavanju Pierluigija Colline, danas uspješnog financijskog savjetnika, i poslušajte kako je spojio svijet nogometa i poduzetništva!

**10 godina s Vama**



/// Poslovni tjednik /// Specijalizirani prilozi /// Konferencije /// Stručni skupovi /// Poslovni klubovi /// [www.liderpress.hr](http://www.liderpress.hr)

# SVE U TELEGRAMU



# TELEGRAM

# TELEGRAM ZA SVE

Organizator konferencije

**Poslovni dnevnik**

Generalni partner **H&B** Stručni partner **HBOR** Specijalni partner **HBOR** Srebrni partner **HBOR** Počasni partner **HBOR** Analitički partner **Bisnode**

Partner: **MHEP d.d.** **H&B** **FORUM** **PRIMENI** **Adriatic Zagreb Factoring** **Duo Auto** **EDS** **EDS**

Medijski partner: **media servis** **tportal.hr** **ezidirekt** Službeni prevoz: **EDS**

Dodata vrijednost za  
vaše poslovanje.

**mirakul**

ekademijski centar **blousons** naklada konferencije consulting

20:15  
divan.hr  
Divan.hr

KALENDAR DOGAĐANJA

SVE! KONCERTI KAZALIŠTE

KULTURA KLUBOVI

23.09.2015. LAUBA

SUPERJUNACI SUPERHEROES 2.0

TKO KAŽE DA SE U ZAGREBU NEMA GDJE IZĀĆI?

DIVAN.HR  
Pronađi svoje mjesto!

**adria media group**



print web web video TV

**Kurir** Story Newsweek  
**ELLE** **Lisa** bašta burda style  
Men'sHealth sensa Moj stan  
NATIONAL GEOGRAPHIC SERBIJA COSMOPOLITAN  
**Kurir** MAGAZINE

kurir.rs · story.rs · newsweek.rs · stil.kurir.rs · elle.rs  
menshealth.rs · lovesensa.rs · yumama.rs · lisa.rs  
cosmopolitan.rs · nationalgeographic.rs · stvarukusa.rs

**Kurir TV**

NAJVEĆA MEDIJSKA KUĆA  
NA ZAPADNOM BALKANU

NAJČITANIJI SVETSKI MAGAZIN O POZNATIMA



**HELLO!**

[WWW.HELLOMAGAZIN.RS](http://WWW.HELLOMAGAZIN.RS)

**teške godine  
uz dobre novine**



**NEZAVISNE**  
novine

[www.nezavisne.com](http://www.nezavisne.com)



marketing@nezavisne.com

**KAKOVOSTNO BRANJE od ponedeljka do nedelje**

**SAMO  
1,59  
EUR**



[www.media24.si](http://www.media24.si)

MEDIA 24



**ZAČINITE  
SI VSAK DAN!**



**soundset<sup>®</sup>**  
nacionalna radijska grupa

**Prati ritam tvoga grada**

Zagreb | Rijeka | Osijek | Slavonski Brod | Požega | Varaždin | Split | Pula | Zadar | Bjelovar

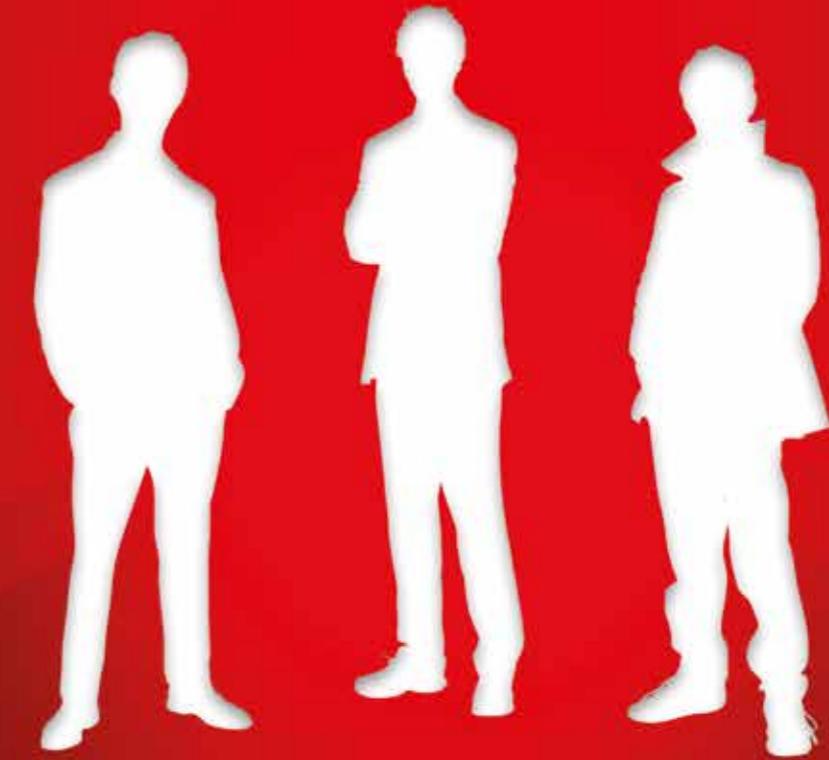
# MM



Marketing magazin, MM Kreativ, Diggit, Websi, Sempl...

Najveća radijska priča ove godine

# TAJANSTVENIH



USKORO





BROJ  
**JEDAN**  
U  
HRVATSKOJ  
ZA  
**HITOVE**



OTVORENI.RD  
TVOJ FEELGOOD RADIO



**KNJAZ  
NA RADIJU?**

**102.5 MHz**

yammat.fm yammat.fm yammat.fm yammat.fm

**102|5**  
**YAMMAT** | **FM**

Pravi miks medijev je ključen za doseganje zastavljenih oglaševalskih ciljev. Ne pozabi na radio!

Vaša znamka  
med najboljšim  
glasbenim miksom.

[www.radiocenter.si](http://www.radiocenter.si)

## NAJSLUŠANIJI RADIO U SLOVENIJI

### SLUŠANOST RADIJA U SLOVENIJI

Dnevni dosjeg u starostnoj grupi 10 - 75 god, jan-jun 2015



Izvor: MEDIANA RM jan-jun 2015; spol: svš; starost: 10-75 god; obrazovanje: svš; prihodi: svš; regije: sve; broj ispitanika = 13.154





MUZIKA  
KOJU  
NAJVIŠE  
VOLITE

[www.rsg.ba](http://www.rsg.ba)

SAMO  
NAJVEĆI  
HITOVI

antena  
sarajevo

90,9 fm

[www.antena.ba](http://www.antena.ba)

*Antenna 5*  
RADIO NETWORK  
MACEDONIA

[www.antenna5.mk](http://www.antenna5.mk)

tportal.hr

- □ ×  
**MI O BIZNISU PIŠEMO  
INTERESANTNO,  
ANE IZ INTERESA.**

**Mjerilo za bitno.**

10 godina  
bez kompromisa.



Najkvalitetniji hrvatski portal  
prema istraživanju QUDAL, 2015./2016.

Višestruki dobitnik  
Superbrands priznanja

“Portal kojem Hrvati najviše vjeruju”  
prema istraživanju udruge Konzument, 2008.

Dobitnik nagrade, 2010.  
Miko Tripalo za doprinos demokraciji

ŠTO SE DOGODI NA  
WEEKEND MEDIA  
FESTIVALU OSTAJE NA  
WEEKEND MEDIA  
FESTIVALU.

Sve ostalo potražite na **DNEVNIK.hr**

# #1

NAJBRŽE RASTUĆI NEWS  
PORTAL U HRVATSKOJ\*

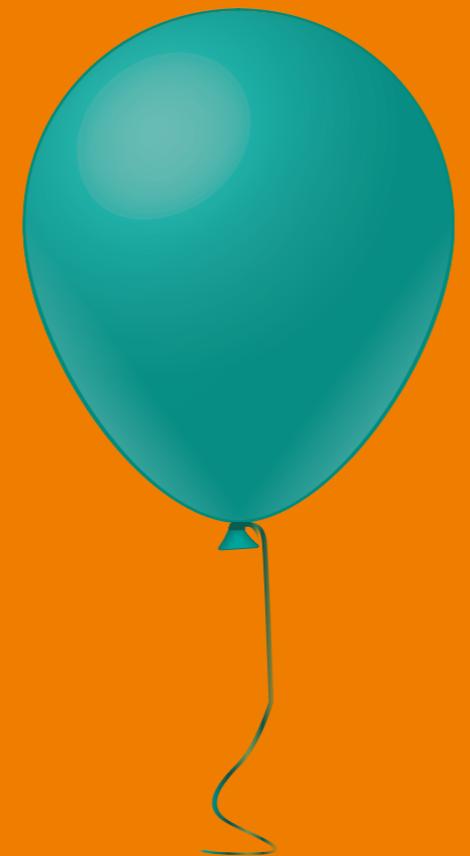
# 400.000

FACEBOOK FANOVA

Hvala vam :)



\*po podacima Gemius Audience istraživanja



# klix

Saznaj više  
[www.klix.ba](http://www.klix.ba)

# domosfera



Stambena rješenja  
na jednom mjestu.

[domosfera.hr](http://domosfera.hr)  
Jedinstveni portal za nekretnine  
i kulturu stanovanja.



**banka.hr**  
vaš poslovni izbor

dnevne finansijske i poslovne vijesti / kolumnne i blogovi / burze, banke, indeksi / multimedija / konferencije, okrugli stolovi / strateški projekti / i još puno toga...

pratite nas i dalje



Svaki dan je novi izazov.  
Izaberite partnera kojem vjerujete.

Dobro došli  
**Zagrebačka banka**  
UniCredit Group

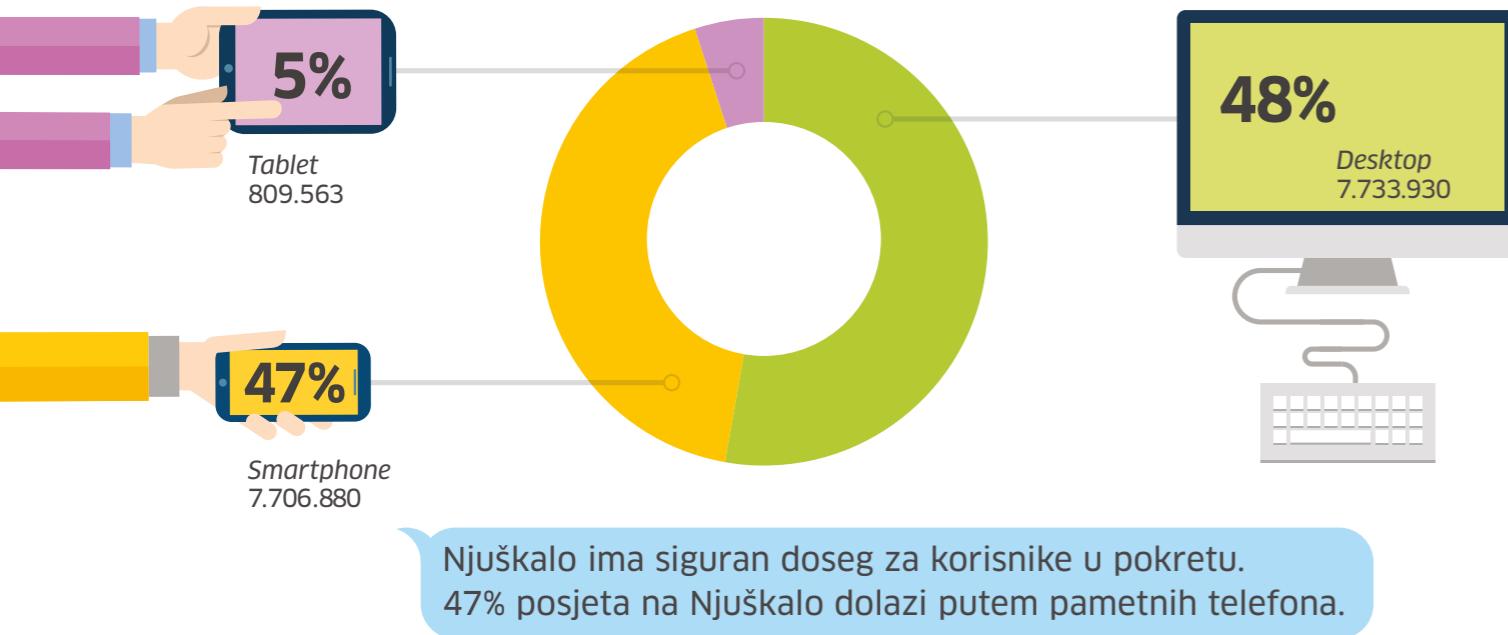
# Sve što vam treba je na Njuškalu!

49% *online* populacije mjesечно posjećuje Njuškalo.



Izvor: Gemius (*gemiusAudience*), lipanj 2015.

Njuškalovi posjetitelji aktivni su na svim digitalnim platformama



Izvor: AT Internet, lipanj 2015.

**njuškalo**  
GLAVNA NJUŠKA MEĐU OGLASNICIMA



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, marketing 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 Pintarić  
martina.pintaric@weekendmediafestival.com

Prijem užvanika // Hospitality  
Mirella Fuček  
mirella.fucek@weekendmediafestival.com

Koordinatorica sponzorstava // Sponsorships Coordinator  
Rea Berger  
rea.berger@weekendmediafestival.com

Koordinatorica programa // Program Coordinator  
Lara Stolnik  
lara.stolnik@weekendmediafestival.com

Koordinatorica PR // PR Coordinator  
Amela Pašalić  
amela.pasalic@weekendmediafestival.com

Koordinatorica PR // PR Coordinator  
Matea Lay  
matea.lay@weekendmediafestival.com

Koordinatorica prijema užvanika // Hospitality Coordinator  
Petra Knežević  
petra.knezevic@weekendmediafestival.com

Direktor događanja // Event Director  
Damir Stupnišek  
damir.stupnisek@weekendmediafestival.com

Tehnički direktor // Technical Director  
Andraš Trkulja  
andras.trkulja@weekendmediafestival.com

Art direktor // Art Director  
Marin Rajčić  
marin.rajcic@weekendmediafestival.com

## SURADNICI // ASSOCIATES

Kim Norma Mueller  
Barbara Lebić  
Nika Prpić  
Marko Bunčić  
Dalibor Franjković  
Adis Terzić  
Ružica Vrdoljak  
Boris Ličina  
Adriana Jelić  
Branka Kalinić  
Margarita Andonovska  
Ivana Cukavac  
Tjaša Jazbinšek  
Zdravko Karna  
Ivana Valter Zubarić  
Mirjana Kolac  
Drago Živković  
Željka Malinova  
Ela Radić  
Dana Mirković  
Lora Bandula  
Petrica Rožman  
Nela Augustić  
Martina Brkić  
Ana Zidar  
Fran Popović  
Zorana Andrić

## HVALA // THANKS

Ivan Stanković  
Marija Vićić  
Branimir Brkljač  
Samir Korić  
Bojan Hadžihalilović  
Ekrem Dumanović  
Jordan Minov  
Sašo Dimitrijevski  
Ula Spindler  
Mladen Kovacek  
DJ Dodo

## TISAK // PRINT

Grafički Zavod Hrvatske

## SPONZORI



## PRIJATELJI





[www.weekendmediafestival.com](http://www.weekendmediafestival.com)